



### 3.38 • Metamorfoses da violência

## Jornalistas e militares em cenário de guerra

Carlos Santos Pereira

A GUERRA entre a Rússia e o império otomano tinha rebentado meses antes. Quando, em Fevereiro de 1854, a Inglaterra e a França decidiram intervir na contenda, o *The Times* de Londres convidou um jornalista, o irlandês William Howard Russell, a acompanhar a força expedicionária britânica. Era o início de uma longa e conturbada história de convívio entre militares e jornalistas em cenário de guerra.

A presença do repórter no conflito da Crimeia (1853-56) vinha coroar uma das expressões mais marcantes das grandes mudanças que transformam as sociedades ocidentais ao longo do século XIX: a implantação da imprensa. O crescimento da população, os progressos da instrução, uma série de avanços técnicos na arte da impressão e sobretudo a explosão das comunicações afirmam definitivamente o papel dos jornais.<sup>1</sup> Três anos antes das primeiras reportagens de Russel, em 1851, a *Reuters* instalara a primeira agência mundial de notícias em Londres, com base no surgimento da primeira linha de telégrafo, em 1851.

As cartas de Russel para o *Times* denunciam a má preparação das tropas, a incompetência dos generais, as duras condições de vida dos soldados e valem ao repórter sérios choques com os oficiais britânicos. Os generais receiam que os despachos do campo de batalha para os jornais possam provocar reacções do público ou, pior, “passar” informações ao inimigo. As revelações do *Times* teriam com efeito consequências em Londres, colocando em xeque o Governo e as chefias militares.<sup>2</sup> O conflito da Crimeia assinala o nascimento da ideia de uma cobertura independente da guerra, mas ficará igualmente marcado pela primeira ordem de censura militar.

A imprensa instala-se nos campos de batalha. Quatro anos mais tarde, a Guerra Civil Americana (1861-65) contaria já uma com ampla cobertura jornalística – só do lado da União havia cerca de meio milhão de correspondentes, e é introduzido um sistema de acreditação dos jornalistas.

Figuras como Abraham Lincoln aperceberam-se rapidamente de que os jornais eram uma das chaves para manter o apoio popular. E os responsáveis dos dois lados não olham a meios para manipular a imprensa ou silenciar qualquer informação capaz de servir o inimigo. Os choques entre comandantes dos dois lados e jornalistas multiplicam-se – mesmo se muitos jornalistas abraçam abertamente a causa de uma das facções e se envolvem mesmo em combates.<sup>3</sup>

O secretário da União Edwin Stanton impõe a censura, manipula números de baixas, prende editores, e ameaça jornalistas com o Tribunal Marcial. O Governo Federal assumiu o controlo das principais linhas de telégrafo do país em Abril de 1861 e chegou a “arregimentar” a *Associated*

*Press*, a primeira agência noticiosa de dimensão nacional, lançada em plena guerra civil.

O número de correspondentes de guerra presentes nos conflitos aumentaria rapidamente no virar do século. O conflito franco-prussiano (1870-71) assistirá ao desencadear de uma acesa competição entre jornais e jornalistas.

### A era da rádio

O início do século XX assiste a um verdadeiro *boom* da imprensa no mundo ocidental, com a subida vertiginosa do número de títulos e das tiragens. O conceito de “opinião pública” ganha corpo. A imprensa tinha-se definitivamente instalado na cena da política – e da guerra.

Os avanços tecnológicos permitem uma acentuada evolução na arte da guerra, ao mesmo tempo que o telefone e a evolução do telégrafo, das câmaras fotográficas e das técnicas de impressão ofereciam novos recursos à imprensa. Com a “guerra total”, que irá ser subitamente revelada pelo conflito de 1914-18, o público, até então mantido longe da batalha, passava a ser um factor a ter em conta na conduta da guerra.

Quando eclode a Grande Guerra, as elites políticas e militares estão conscientes dessa nova realidade e criam instituições para gerir a informação que vinha das frentes através dos jornais, (*War Press Bureau, Bureau de la Presse, Kriegs Presseamt*) e um sistema de censura militar estrita.

Os jornalistas eram vistos como parte do esforço de guerra. Correspondentes seleccionados são

integrados em unidades britânicas, usam uniforme e têm direito a todos privilégios de oficiais. Em geral, a imprensa aceitou prontamente a missão patriótica que lhes era exigida, editores e repórteres acatam o controlo das notícias e refreiam a publicação de informações comprometedoras.<sup>4</sup> A imprensa ameaçava agora cada vez mais apagar a distância entre as frentes de combate e a frente civil. Mais do que censurar, governos e responsáveis militares tenderiam doravante a ditar ou pelo menos a influenciar a agenda dos jornalistas e editores.

O esforço de propaganda e o factor opinião pública tiveram um papel sem precedentes na II Guerra Mundial. Na esmagadora maioria dos países envolvidos, a imprensa adere uma vez mais de alma e coração ao esforço de guerra da nação. O general Eisenhower tratava os seus *warcos* (*war correspondents*) – os cerca de meio milhão de jornalistas do *Press Corps* ligado ao seu comando – como oficiais do quadro. Nem por isso o controlo exercido sobre os “correspondentes de guerra” seria menos rigoroso ou a “censura de campo” menos dura.<sup>5</sup>

O conflito de 1939-45 assistiu ainda à entrada em força em cena de um novo *medium* – a rádio. As antenas da *BBC* e, nos Estados Unidos, da *CBS* desempenharam um papel crucial como instrumento de propaganda e de guerra psicológica. Os governos dispunham agora de um meio de contacto directo com o público e aperceberam-se de imediato das potencialidades da rádio como

### A GUERRA DAS IMAGENS

A importância da imagem na imprensa, e em particular na cobertura da guerra, afirmou-se desde a segunda metade do século XIX confundindo-se com a própria história dos correspondentes e guerra. A presença de inúmeros fotografos na guerra civil americana e as primeiras imagens de soldados inimigos mortos deu uma nova dimensão ao trabalho jornalístico, bem como à propaganda. E o célebre magnata de imprensa William Randolph Hearst (a figura que inspirou o filme *Citizen Kane*) deu papel de relevo à ilustração na cobertura do conflito hispano-americano de 1898.

Nas duas guerras mundiais assistiu-se a um trabalho particularmente cuidado da imagem. A guerra de 1914-18 foi amplamente ilustrada por fotógrafos e *war artists*. A imagem terá igualmente um papel de grande impacto na cobertura da Guerra Civil de Espanha (1936-1939). No conflito de 1939-45, os militares tentavam evitar que chegassem às famílias dos combatentes imagens angustiantes da situação dos seus próximos – nas filmagens de cenas de guerra só os inimigos mortos eram mostrados, e mesmo esses sem grande detalhe.

Na memória da imprensa e da opinião pública, a guerra do Vietname ficou associada à entrada em cena da televisão no final dos anos 1960. Mas é ainda a fotografia que assume plenamente o seu papel em imagens poderosas, como a criança de oito anos, nua, a correr e a gritar de dor, fugindo às bombas de napalm (8 de junho de 1972), ou a execução sumária com um tiro na têmpora de um suspeito vietcong às mãos de um chefe da polícia de Saigão (1 de Fevereiro de 1968).

Se a Guerra do Vietname foi o primeiro conflito televisionado, as transmissões ao vivo da CNN e de outras grandes cadeias de televisão fizeram do conflito do Golfo, em 1991, uma guerra em tempo real e no Iraque 2003 recursos tecnológicos como o videofone asseguram uma transmissão imediata de imagens a partir do terreno.

A batalha passou definitivamente a travar-se tanto no ecrã como no terreno e a gestão da imagem passou a ser um elemento primordial na gestão dos conflitos e na condução das próprias acções militares.

instrumento de gestão interna e de propaganda além-fronteiras.<sup>6</sup>

O grande sobressalto nas relações entre militares e jornalistas surgiria nos anos 1960 com o envolvimento americano no conflito do Vietname. As divisões da sociedade americana em torno da guerra, o progressivo degradar da situação militar no terreno, o clima de contestação política e a exposição mediática a que o conflito da Indochina é sujeito fariam do Vietname um ponto de viragem. Para muitos responsáveis americanos, foi a forma como a imprensa denegriu a campanha militar no Vietname (1965-73) que deitou a perder o esforço de guerra. “O verdadeiro inimigo americano e responsável pela derrota não foi o exército vietcong, mas sim a imprensa” – disse o general Westmoreland depois do conflito. Amplamente desmentida por estudos posteriores, a ideia continuaria durante anos a envenenar as relações entre militares e jornalistas.<sup>7</sup>

Para além da polémica, o dedo apontado pelos generais americanos aos jornalistas introduzia um elemento novo na evolução da guerra. Pela primeira tornava-se evidente a necessidade de legitimar uma intervenção aos olhos da opinião pública. Esse novo dado, observou M. Shaw, mudou para sempre a arte da guerra.<sup>8</sup>

### A “guerra dos *media*”

A intervenção militar no Golfo em 1991 mobilizou uma aposta sem precedentes dos *media*. Milhar e meio de jornalistas vindos de todo o Mundo foram enviados para os pontos sensíveis na região para acompanhar as peripécias da expedição militar contra o Iraque.

Os responsáveis militares americanos assumiram o controlo da “frente da informação”. A coligação liderada pelos EUA montou um sofisticado sistema de municiamento de informação sobre a guerra e impôs restrições particularmente severas aos jornalistas, limitando o acesso ao teatro de acção a grupos seleccionados de repórteres (“*pool*”).

A guerra do Golfo seria também ela marcada por uma verdadeira revolução tecnológica, tanto no domínio militar, como no domínio específico das comunicações. Surge o “directo” a partir do teatro de acção, alterando profundamente a cobertura da guerra e criando aos militares novas dificuldades no controlo da informação.

A cobertura do conflito do Golfo seria ainda assinalada pelo surgimento de uma plataforma global que alteraria significativamente o panorama mediático mundial. Foi antes de mais através das câmaras da CNN que o mundo acompanhou a guerra e a cadeia de Atlanta chegou quase a transformar-se numa espécie de canal de comunicação “para-oficial” entre os militares e políticos de ambos os lados.

A cobertura mediática dos confrontos militares entrava numa nova era. As guerras viviam-se doravante “em directo”, ficando por isso directamente expostas aos olhares do mundo e à influência da opinião pública.<sup>9</sup> Equipados com os últimos recursos das tecnologias de comunicação, os *media* tinham doravante a capacidade de condicio-

nar as decisões e de provocar respostas das elites políticas e militares a acontecimentos nacionais e internacionais”.

A gestão das crises internacionais dos anos 1990, e em particular as “operações de apoio à paz” que pontuariam a década, vão colocar problemas novos nas relações entre os *media* e as forças multinacionais actuando sob a égide das Nações Unidas ou, depois, da Aliança Atlântica.

Envolvendo um forte apelo às opiniões públicas, a presença dos *media* assume particular sensibilidade nestas missões. O chamado “*do something factor*”, ou seja, a pressão sobre políticos e militares para agirem em situações de grande violência reveladas pelos *media* pressionam a agenda política e militar.

“  
Os atentados do 11 de Setembro de 2001 em Nova Iorque e Washington [...] reforçariam ainda a importância da frente da informação, colocando a manipulação mediática no coração da manobra estratégica.”

O peso dos *media* assumiu um papel crucial na cobertura dos conflitos balcânicos dos anos 1990 e em particular no Kosovo (1998-99). O ataque da NATO à Jugoslávia, na Primavera de 1999, foi marcado por um intenso duelo de propagandas e pela entrada em liça da Internet como fonte de informação alternativa e plataforma onde se cruzaram informações de diversas origens. O Kosovo ficaria assim como a primeira “guerra da Net”.<sup>10</sup>

### O “efeito Al-Jazeera”

Os atentados do 11 de Setembro de 2001 em Nova Iorque e Washington e a grande “cruzada” contra o terrorismo reforçariam ainda a importância da frente da informação, colocando a manipulação mediática no coração da manobra estratégica.

É em boa medida o efeito mediático que produz o impacto estratégico do 11 de Setembro. É ainda no domínio do impacto psíquico e emocional que se joga o efeito real e o objectivo último das acções armadas jihadistas – mas também da própria campanha contra o terrorismo lançada pelos EUA e das acções anti-insurreccionais desenvolvidas nos cenários do Iraque e do Afeganistão.

A guerra do Iraque de 2003 terá sido decerto o conflito mais mediatizado da história. Para além do mais de 500 repórteres *embedded* “incorporados” pelas forças americanas, milhar e meio de jornalistas de todo o mundo foram deslocados para o Iraque e para os países vizinhos. A CNN, a BBC, a Fox News e outras mantiveram a guerra 24 horas no ar, as cadeias generalistas deram-lhe amplíssimo espaço, os jornais dedicaram-lhe edições sucessivas, agências e jornais *online*

despejaram em contínuo uma catadupa de informações sobre as peripécias do conflito.

A guerra do Iraque ocorre sob o panorama de uma paisagem mediática já muito diferente em relação ao conflito do Golfo de 1991. Os exclusivos da CNN na primeira guerra do Golfo deram lugar à cobertura de diversas estações americanas, europeias e do Médio Oriente. A Al-Jazeera afirmou-se como uma alternativa ao predomínio das grandes cadeias ocidentais, muito procurada no mundo árabe e cada vez mais no mundo ocidental.

A cadeia do Qatar repetia assim a proeza já assinalada no Afeganistão – contar a guerra “do lado do inimigo” – rompendo uma vez mais o domínio absoluto dos *media* ocidentais nos últimos anos e perturbando seriamente a narrativa da guerra montada por americanos e britânicos.

A Internet ofereceu também múltiplos contrapontos aos *media* convencionais. O duelo de informações e de ideias teve no caso do Iraque uma dimensão específica – a guerra dos “*uorblogs*” que conquistaram rapidamente um vasto público entre os internautas ou quantos procuravam faces menos mediatizadas e mais íntimas da guerra. ■

### Notas

<sup>1</sup> JEANNENEY, Jean-Noel (1996) — *Une Histoire des Médias, ed. du Seuil*. Paris.

<sup>2</sup> KNIGHTLEY, Philip (2004) — *The First Casualty – The War Correspondent as Hero and Myth Maker from the Crimea to Iraq*. Johns Hopkins University Press, Baltimore and London.

<sup>3</sup> Idem.

<sup>4</sup> SANDERS, M.I. e PHILIP, M. Taylor (1982) — *British Propaganda during the First World War*. Basingstoke, Macmillan, 1982.

<sup>5</sup> VOSS, Frederick (1994) — *Reporting the War: the Journalistic Coverage of World War II*. Smithsonian Institution Press for the National Portrait Gallery, Washington, 1994.

<sup>6</sup> TAYLOR, Philip M. (1997) — *Global Communications, International Affairs and the Media since 1945*. Routledge, London and New York, 1997.

<sup>7</sup> HALLIN, Daniel (2005) — *The ‘Uncensored War’: The Media and Vietnam*. Oxford University Press, 1986.

<sup>8</sup> SHAW, Martin — *The New Western Way of War*. Polity, Cambridge, 2000.

<sup>9</sup> TAYLOR, Philip (1992) — *War and The Media: Propaganda and Persuasion in the Gulf War*. Manchester University Press, Manchester.

<sup>10</sup> HAMMOND, Philip e HERMAN, Edward S. (2000) — *Degraded Capability: The Media and the Kosovo Crisis*. Pluto Press, London and Virginia.