



### 3.37 • Metamorfoses da violência

## A guerra espectáculo

O CONCEITO DE “GUERRAS NOVAS”, surgido no ocaso do século findo num trabalho de Mary Kaldor (*New and Old Wars: Organized Violence in a Global Era*, 1999), ensaiava uma primeira abordagem sistemática das novas expressões de beligerância que se afirmaram na última década do século XX, produto do ambiente estratégico pós-ordem bipolar e sobretudo da globalização.

Seis anos depois, numa segunda edição do mesmo trabalho (2006), a autora completava o conceito lançado anos antes com um novo, inspirado em particular pelo ataque da NATO à Sérvia e na intervenção americana no Iraque em 2003: a “guerra espectáculo”. A guerra feita à distância, apostando fundamentalmente no *air power*, com baixos riscos para quem a conduz e capaz de produzir impactos visuais de grande efeito nos média.

A dimensão espectáculo da guerra tinha já sido sublinhada em diversas acepções por autores como Pascal Boniface, Martin Van Creveld, Philip Taylor ou Michael Ignatieff. O conceito de “guerra-espectáculo” envolve uma dimensão tecnológica mas também evoluções de ordem política, estratégica e cultural e reflecte de algum modo a forma como o Ocidente respondeu às novas expressões de beligerância e ao mesmo tempo a entrada em liça de novas legitimidades e doutrinas do emprego da força.

Esta dimensão espectáculo da guerra começara a ganhar contornos no início da década de 1990 na Guerra do Golfo de 1991. Alvo de uma intensa projecção mediática, a guerra do Golfo marcará a entrada em liça de uma nova geração de armas de precisão desenvolvidas a partir dos anos 70 (*A Revolution in Military Affairs*) e simultaneamente de uma profunda evolução nas tecnologias da comunicação, que vão oferecer possibilidades inteiramente novas à cobertura mediática do conflito.

As câmaras de televisão levaram aos espectadores do mundo inteiro imagens em directo das explosões e o tracejado das anti-aéreas nos céus nocturnos de Bagdade, apontaram as explosões das bombas no horizonte, mostraram o impacto dos mísseis *Scud* a explodir durante a noite em Telavive. Pela primeira vez a guerra era transmitida em directo. As transmissões *live* da CNN e outras grandes cadeias de televisão fizeram do conflito uma guerra “em tempo real”. Os ecrãs das grandes cadeias televisivas projectaram uma imagem da guerra como uma espécie de gigantesco jogo de vídeo, animado por recursos de alta tecnologia e golpes de precisão cirúrgica.

Os mais críticos observariam que a *live coverage*, a reportagem em tempo real, tinha muito mais a ver com o espectáculo e com a excitação da acção em directo – ou mesmo de “não-acontecimentos” ou de acontecimentos manufacturados pelos

média para consumo da audiência – do que com a realidade do terreno (caso do duelo entre os *Scud* e os *Patriot* sobre os céus de Telavive).<sup>1</sup> E a operação foi “tanto mais fácil” quanto essa imagem de guerra correspondia afinal às expectativas da própria opinião pública” (Philip Taylor).

### A guerra em directo

Em última análise a guerra real foi mantida fora dos ecrãs da televisão – tal como os responsáveis militares tinham programado. Ao público chegou apenas uma visão “fabricada” – iconografia heróica e limpa da guerra – a “ilusão das notícias”, na expressão de Jorge Pedro Sousa.<sup>2</sup> “A guerra *live* no Golfo terá sido excitante, tanto para os média como para o público, mas a verdadeira guerra estava a ser travada noutros quadrantes – e, essa, não a vimos” – nota ainda Philip Taylor.

“  
[Na guerra espectáculo]  
a guerra real é mantida fora  
dos ecrãs da televisão – tal  
como os responsáveis militares  
tinham programado.”

De facto, muitos aspectos cruciais da guerra ocorreram, longe dos olhares indiscretos dos média e do público. Só muito depois de a poeira do conflito ter assentado, a imprensa e o público se aperceberam de que a “Tempestade do Deserto” esteve longe de ser a guerra “limpa” e cirúrgica mostrada pelas televisões, que soldados iraquianos tinham sido queimados vivos nas trincheiras, que as armas cirúrgicas eram em boa medida um mito e muitas proezas das armas *high tech* no Golfo eram na realidade recriações feitas em computador.<sup>3</sup> Philip Taylor falou de “guerra real” e “guerra dos média” e essa distinção fez todo o sentido no Golfo.

A transformação da cobertura da guerra numa espécie de grande *show* televisivo implica desde logo ajustamentos de monta na função do jornalista. O repórter tende a ser cada vez mais parte, actor, desse ritual mediático da guerra. Cabe-lhe fundamentalmente uma função de *pivot* (quase de *entertainer*, por vezes) do grande espectáculo *reality show* da guerra.<sup>4</sup>

O fenómeno acentuar-se-ia nos anos seguintes na cobertura das grandes expedições internacionais (guerra do Golfo de 1991, intervenções da NATO nos Balcãs, campanhas lideradas pelos EUA no Afeganistão e no Iraque...). Momentos-chave na remodelação do quadro estratégico do pós-Guer-

Carlos Santos Pereira

ra Fria, as intervenções militares dos Estados Unidos, a solo ou liderando coligações internacionais, assumiram a dimensão de gigantescos “rituais mediáticos”.<sup>5</sup>

Em suma, o predomínio da imagem no processo informativo, a pressão da concorrência e a guerra das audiências impuseram o culto do “directo” e a aposta no imediatismo, privilegiando o ângulo espectáculo e o impacto emocional junto do público.<sup>6</sup> O conceito de *infotainment*, essa espécie de híbrido entre a informação e o *entertainment*, encontra aqui expressão paradigmática.

### O modelo de Hollywood

A cobertura da guerra tenderia mesmo a assumir uma importância crescente no *marketing* dos média. A cobertura dos conflitos do Golfo, do Afeganistão ou do Iraque constituíram uma verdadeira *benesse* para as televisões, fazendo disparar as audiências dos espaços noticiosos. A cobertura da guerra mobilizava assim uma aposta sem precedentes dos média e toda uma panóplia de novos recursos tecnológicos – ao mesmo tempo que atribuía à “comunicação social” e aos seus agentes um novo protagonismo na gestão de crises e nos conflitos militares.

A hipermediatização dos conflitos conferia ao fenómeno guerra uma presença e uma dimensão inteiramente novas no universo político e cultural das nossas sociedades. Durante a guerra do Golfo de 1991, os conflitos balcânicos dos anos seguintes, ou as campanhas dos EUA no Afeganistão (2001) e no Iraque (2003) a guerra instalou-se no quotidiano do cidadão comum através dos média e passou a fazer parte do nosso imaginário político e cultural.<sup>7</sup>

Nos Balcãs os média apostaram muito no impacto emocional das imagens-choque dos massacres, dos corpos mutilados, das populações em fuga e no conflito do Kosovo os instrumentos da batalha da propaganda entre a NATO e o regime de Milošević foram as imagens da limpeza étnica, dos albaneses em fuga, dos rostos apavorados, das histórias de terror contadas pelos refugiados, enquanto a propaganda sérvia jogava muito nas imagens de destruição provocada pelos bombardeamentos aéreos e na evocação das memórias do assalto das forças hitlerianas à Jugoslávia na II Guerra.

A manipulação mediática e política dos impactos emocionais produzidos pelas imagens televisivas acentuou-se ainda no pós-11 de Setembro, em particular na guerra do Iraque em 2003. A questão da “narrativa” assume particular sensibilidade no confronto entre o Ocidente e o Islão. Grande parte da batalha contra os insurrectos no Iraque, os talibã, a al Qaeda e o jihadismo é travada em torno do impacto e da manipulação das imagens.

## A “GUERRA VIRTUAL”

Michael Ignatieff chamou ao conflito do Kosovo (Março-Junho de 1999) “guerra virtual”, travada por controlo remoto e em que “todos os cidadãos da NATO foram mobilizados, não como combatentes, mas como espectadores” da televisão (*Virtual War: Kosovo and Beyond*, 2001). O Kosovo foi uma guerra “para os que estavam no terreno”, mas para os cidadãos dos países da NATO foi “um acontecimento virtual”. Na mesma linha de análise, Colin McInnes diz que a guerra se transformou para muitos numa espécie de *spectator sport* (*Spectator Sport War: The West and Contemporary Conflict*, 2002).

James Der Derian fala de uma “guerra virtuosa”, *high tech* e *low risk* fabricada por uma nova aliança “militares-indústria-média-entertainment” em que “guerras feitas-para-a-televisão e filmes de guerra de Hollywood se tornam indistintos, jogos de guerra militares e os videojogos de computador se confundem” (*Virtuous War: Mapping the Military-Industrial-Media-Entertainment-Network*, 2009).

Der Derian alerta para que “a nossa obsessão actual com a tecnologia bélica” alimentada pela quimera da guerra virtuosa está a surtir o efeito perigoso de nos “desligar da realidade da guerra”. E o exemplo do Kosovo, “uma guerra feita pelas forças dos Estados Unidos e da NATO, mas em que foram apenas os sérvios e os albaneses a morrer”, leva Ignatieff a evocar o cenário perturbador de “as guerras virtuais, muito mais fáceis de travar, se transformarem na forma de as superpotências imporem a sua vontade no próximo século”.

E Martin Bell, um dos mais experientes correspondentes de guerra da BBC, apontou as responsabilidades dos média e dos jornalistas acusando-os de se renderem a uma agenda divorciada da realidade da guerra, da percepção dos que são atingidos por ela. O resultado foi que os média “embelezaram” e “falsificaram” a guerra, legitimando-a de algum modo. “Não admira que esta geração de políticos (que não conheceram directamente a guerra) recorra a ela tão facilmente”— alerta o jornalista (*The Death of News*, 2008).

A Al Qaeda desenvolveu os seus próprios instrumentos e sistemas mediáticos, centros de produção (A Sahab Media), e redes de distribuição num esforço para amplificar o impacto das suas acções junto das audiências-alvo.<sup>8</sup> Em última análise – observou Kenneth Payne, para as organizações terroristas “a acção física é apenas um instrumento para conseguir um resultado de propaganda”.<sup>9</sup>

Bryan G. Whitman, subsecretário da Defesa de Georges W. Bush, principal arquitecto do plano de estratégia mediática americana para o Afeganistão e um dos inspiradores do *embedding*, a integração dos repórteres nas unidades militares americanas em acção, concebeu que a melhor forma de conseguir um efeito de propaganda capaz de conquistar o apoio do público americano à guerra era tornar a guerra semelhante a um filme de Hollywood, inspirando-se no êxito do documentário televisivo sobre as forças americanas no Afeganistão “Profiles from the Front Line” ou de *Black Hawk Down* (2001) que transformou o desastre americano na Somália num êxito cinematográfico.<sup>10</sup>

No conflito do Iraque (2003) as televisões e o público descobriam com o *embedding* um novo e espectacular ângulo na cobertura da guerra. A transmissão *live* dos bombardeamentos em Bagdade, as imagens das colunas militares em plena progressão sob o fogo inimigo ofereceu ao público uma vivência palpitante da guerra. E os efeitos visuais, o jogo das bandeiras, os acentos épicos *spots* e das bandas assumiram nítidos contornos *hollywoodescos*, cumprindo afinal os objectivos traçados pelo Pentágono.

### Jornalismo em questão

Ultrapassada a excitação das longas maratonas noticiosas, da reportagem *live* e dos intermináveis directos a partir dos campos de batalha dos Balcãs ou do Golfo, o balanço da cobertura dos conflitos das últimas duas décadas revelar-se-ia polémico. Tanto para a evolução da guerra (ver “A “guerra virtual””) como para o próprio jornalismo.

A revelação *a posteriori* de situações de manifesta manipulação da informação em cenários como a guerra do Golfo de 1991, os conflitos balcânicos da década de 1990 ou, mais recentemente, as campanhas do Afeganistão do Iraque colocaria muitas questões incómodas.

Editores e jornalistas viram-se mesmo acusados de se prestarem à manipulação, de ceder ao efeito fácil do espectacular em detrimento da informação sólida e verificada e obrigados a uma séria reflexão sobre o seu próprio trabalho e sobre as suas responsabilidades.<sup>11</sup> No Kosovo os média foram acusados de abdicar sistematicamente de uma agenda própria e colarem-se inteiramente à estratégia informativa da Aliança e as grandes cadeias de televisão como a CNN ou a Fox News pareceram apostadas em chamar a si a missão de justificar a intervenção.<sup>12</sup>

Nessa “guerra de representações” que marca os conflitos contemporâneos, as acções de *perception management* e a guerra psicológica tendem a assumir um papel estratégico cada vez mais crucial em acções destinadas a criar realidades e contextos políticos forjados, a gerar e a encenar realidades virtuais.<sup>13</sup>

A “guerra espectáculo” tem por isso um longo futuro à sua espera. O que atribui um enorme papel aos média tradicionais – e, cada vez mais, novos espaços comunicacionais como as redes sociais – ao mesmo tempo que lhes lança, e a toda a sociedade, um repto de enorme responsabilidade. ■

### Notas

<sup>1</sup> MOORCRAFT, Paul e TAYLOR, Philip — *Shooting the Messenger – The Political Impact of War Reporting*. Washington: Potomac Books, 2008.

<sup>2</sup> “A guerra do Golfo na imprensa portuguesa de grande expansão”, Biblioteca *online* de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior (BOCCI), 2002.

<sup>3</sup> Ver, BIDDLE, Stephen — “Victory Misunderstood: What the Gulf War Tells Us about the Future of Conflict”. *International Security*. Vol. 21, n.º 2. 1996.

KURZ, Howard — *Media Circus*. Nova Iorque: New York Times Books, 1995.

<sup>4</sup> DAYAN, Daniel e KATZ, Elihu — *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Harvard University Press, 1994.

<sup>5</sup> BADSEY, Stephen (ed.) — *The Media and International Security – The Sandhurst Conference Series*. Londres: Frank Cass, 2000.

<sup>6</sup> HACHTEN, William — *The World News Prism – Changing Media of International Communication*. 4.ª edição. Iowa: Iowa State University Press/Ames, 1996.

<sup>7</sup> WOLTON, D. — *War Games – L’Information et la guerre*. Paris: Flammarion, 1991.

<sup>8</sup> “The Media at War. Ideology, Insurgency and journalists in the Firing Line”. *RUSI*. Vol. 153, n.º 1. Fevereiro de 2008, .

<sup>9</sup> *Idem*.

<sup>10</sup> KNIGHTLEY, Philip — *The First Casualty: The War Correspondent as Hero, Myth Maker and Propagandist from the Crimea to Kosovo*. Baltimore: John Hopkins University Press, 2002.

<sup>11</sup> JOHNSTONE, Diana — “Seeing Yugoslavia through a Dark Glass: The Ideological Uniformity of Media 2000”. VIRILIO, Paul — *Stratégie de la Déception*. Paris: Galilée, 1999.

<sup>12</sup> HAMMOND, Philip; HERMAN, Edward — *Degraded Capability: The Media and the Kosovo Crisis*. Londres: Pluto Press, 2000.

GOFF, Peter — *The Kosovo News and Propaganda War*. Viena: The International Press Institute, 1999.

<sup>13</sup> VALLE, Alexandre del — *Guerras contra a Europa*. Lisboa: Hugin, 2001.