

Reflexões sobre cobertura de guerras pela mídia: dissonâncias, dilemas e a necessidade de melhorar¹



Dov Shinar

Netanya Academic College, Israel
E-mail: dov.shinar@gmail.com

Resumo: A preferência da mídia pela guerra decorre de aspectos culturais, psicológicos e dos próprios interesses dos meios. Essa correlação está na origem de dilemas pessoais, profissionais e institucionais na adequação das coberturas de guerra, em particular no que se refere à seleção de narrativas e contextos, à manipulação de discursos e foco. É possível diminuir essas dificuldades a partir de esforços no sentido de, a partir de estudos, pesquisas e práticas, atualizar a cultura da mídia na cobertura de guerra, incentivando a reportagem e auxiliando os jornalistas na resolução dos dilemas profissionais desse tipo de relato.

Palavras-chave: mídia, paz, jornalismo, comunicação, conflito.

Reflexiones sobre la cobertura mediática de las guerras: disonancias, dilemas y la necesidad de mejorar

Resumen: La preferencia de los medios por la guerra es debido sus correlaciones con la psicología, la cultura y otros intereses. Esto se relaciona con dilemas personales, profesionales e institucionales, y a problemas en la adecuación de la cobertura, como la selectividad narrativa y la manipulación de contenidos. Los esfuerzos para reducir estas dificultades pueden tener éxito con la investigación y los esfuerzos aplicados con el fin de actualizar los medios de cultivo en la cobertura de la guerra, el fomento de informes y ayudar a los periodistas a resolver los dilemas de este tipo de trabajo.

Palabras clave: medios, paz, periodismo, comunicación, conflicto.

Reflections on media war coverage: dissonance, dilemmas and the need for improvement

Abstract: Media preference of war results from correlations of media psychology, culture, and interests with war. Such correlations encourage personal, professional and institutional dissonance, and provoke dilemmas of coverage adequacy. Efforts to curb these difficulties might succeed, with research and applied efforts aimed at updating the media culture of war coverage, helping identify media controls, encouraging gradual and cumulative reporting, and assisting journalists in resolving war coverage dilemmas.

Keywords: media, peace, journalism, communication, conflict.

A mídia gosta da guerra

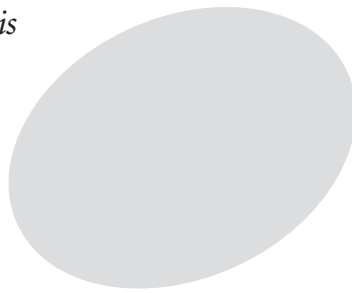
Pesquisas sobre cobertura de conflitos revelam uma preferência de longa data pela guerra na imprensa escrita, rádio e televisão (Shinar, 2003; Wolfsfeld, 2004). Desde 1898, pouco antes da eclosão da guerra hispano-norte-americana, o fotojornalista Frederic Remington, enviado do New York Journal para Cuba, passou alguns dias em Havana. Sem perceber qualquer indício de guerra, mandou um telegrama ao seu chefe, dizendo: “não haverá guerra, permissão para retornar”. O patrão, o magnata da imprensa William Randolph Hearst, respondeu: “Permissão negada. Por favor, permaneça. Você fornece as fotos, eu vou fornecer a guerra”. Independentemente das dúvidas sobre sua precisão, este episódio ilustra a preferência da mídia pela guerra.

Afinado com o sensacionalismo dos jornais de Hearst, mais tarde batizado como

¹ Traduzido do inglês por Camila Engelbrecht, Diego Oliveira e Eduardo Brandão, alunos do Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero, com permissão do autor. Referência original: SHINAR, D. *Reflections on media war coverage: dissonance, dilemmas, and the need for improvement. Conflict & communication online*, Vol. 12, No. 2, 2013. <http://cco.regener-online.de/2013_2/abstr_engl/shinar_abstr_engl.htm>

“imprensa marrom”, o New York Journal fez uma campanha agressiva, culpando os espanhóis pelo misterioso naufrágio do encouraçado americano Maine no porto de Havana, além de denúncias de tortura e estupro de cubanos por forças espanholas. Atualmente, a versão mais aceita é que a explosão do Maine foi devida a um incêndio em uma de suas carvoeiras. No entanto, a cobertura do incidente, em conjunto com uma torrente de

Os contextos profissionais e políticos, as restrições econômicas criam o cenário para as dissonâncias e dilemas da cobertura de guerra



histórias de horror diárias, serviu para guiar a opinião pública e pressionar o presidente norte-americano McKinley a entrar numa guerra que ele desejava evitar (Beede, 1994; Corbett, 2012a, 2012b)

A literatura recente apresenta uma tendência similar, incluindo a cobertura das Primeira e Segunda Guerras Mundiais, bem como conflitos em diversas partes do mundo (Corbett 2012a, b; Pilger 2010; Bläsi, 2004; 2009; Knightley, 2000).

Dois exemplos são altamente ilustrativos. Antes, durante e depois do genocídio em Ruanda, entre abril e julho de 1994, a Radio Télévision Libre des Mille Collines (RTLM) tornou-se um símbolo da promoção de ódio e violência no país. Operada pelas agências governamentais de maioria étnica hutu, a estação de rádio clamava pelo extermínio dos tutsis, reforçando o clima de hostilidade que incentivou assassinatos em massa. Yanagizawa-Drott (2012) conclui que a exposição a tais transmissões serviu para aumentar a violência civil e organizada, responsáveis por

cerca de 10% da participação na violência genocida. Aproximadamente 50 mil mortes podem ser atribuídas às transmissões. Tayebwa (2012) corrobora essa evidência e adiciona informações sobre manifestações de ódio em 2009 na crise do norte de Uganda.

Os conflitos étnicos e religiosos na antiga Iugoslávia, durante a década de 1990, fornecem mais evidências. Propaganda nacionalista divulgada pelos principais canais de mídia, patrocinados pelo regime de Slobodan Milosevic da Sérvia, incitou atitudes e comportamentos violentos de civis contra minorias rivais. Lembranças posteriores de tal propaganda serviu para os civis justificarem comportamentos inaceitáveis (Shinar e Bratic, 2010; Volcic, 2006). Da mesma forma, jornalistas croatas usaram discursos globais de violência para justificar e legitimar os crimes de guerra na cobertura de conflitos na Sérvia, Croácia e Bósnia (Erjavic e Volcic, 2007; Kurspahic, 2003).

Atitudes e comportamentos da mídia

A crítica e a pesquisa acadêmica indicações dos aspectos institucionais, organizacionais, pessoais e profissionais relacionados à preferência da mídia pela violência e a guerra. Schechter (2006) apresenta uma análise crítica dessa preferência pelas organizações de mídia dos EUA na invasão do Iraque.

Ottosen comenta: “é interessante ver como o New York Times e o Washington Post, um ano após o início da guerra no Iraque, pediram desculpas aos leitores por tê-los informado mal e, em seguida, assumiram responsabilidade por ser parte da preparação para a guerra” (Carpentier e Terzis 2005, p.12).

De forma mais geral, Andersen (2006) argumenta que a história da disputa entre a guerra e sua representação mudou a forma como guerras são travadas e como suas são contadas: a gestão da informação se desenvolveu junto com as novas tecnologias de mídia, a informática transformou as armas

de guerra e as imagens da mídia transformaram a guerra em entretenimento.

A tendência da mídia em incitar em vez de acalmar é uma outra dimensão desta cena. Pesquisas incluem trabalhos de Kull et alli (2003, 2004), Shinar (2003), Wolfsfeld (2004) e Volcic (2006), entre outros. Em alguns casos, as pesquisas são ilustradas por relatórios, tais como o de Pekusic para o *Belgrade Southeast European Times* (SETimes) (10/jan/2012), intitulado “Crimes de guerra da mídia sob investigação na Sérvia: a procuradoria geral de Belgrado diz que haverá julgamento para os jornalistas responsáveis por incitar crimes de guerra na antiga Iugoslávia na década de 1990”. O SETimes afirma na mesma data que, de acordo com a acusação, propaganda política na mídia da antiga Iugoslávia foi um prelúdio para o subsequente conflito armado.

Bläsi (2006, 2009) analisa as limitações institucionais e profissionais que afetam os jornalistas na cobertura do conflito como, por exemplo, as estruturas materiais, as situações de conflito no local, características pessoais dos jornalistas, clima político, os lobbies e as audiências em diferentes fases dos conflitos. Com base em entrevistas com jornalistas alemães que cobriram os conflitos da Guerra do Golfo, dos Balcãs, Chechênia, Ruanda, Libéria, Indonésia, Israel/Palestina, Afeganistão e Iraque, Bläsi argumenta que é possível melhorar a qualidade da cobertura da fase violenta através do investimento em esforços para reportagem mais precisa da “fase pré-violência”.

Por último, a pesquisa atual mostra diversos tipos e graus de envolvimento da mídia no conflito:

1. Participação proativa, como de Hearst e da Radio Mille Collines;

2. “Complacência” com as autoridades governamentais como, por exemplo, o massacre de My Lai em 1968, reportado do Vietnã pelo jornalista freelance Seymour Hersh, mas não pelos principais meios de comunicação, embora alguns jornalistas e executivos da mídia

soubessem desta e de atrocidades semelhantes (Corbett, 2012a, 2012b; Pilger, 2010).

3. Cooperação com órgãos do governo, como nas correlações encontradas por Kull e colaboradores (2003-2004) entre falsas ideias sobre a guerra no Iraque, apoio à guerra e a principal fonte de notícias dos indivíduos. Os telespectadores da Fox News, que apoia o governo norte-americano, por exemplo, apresentavam mais falsas ideias e maior apoio à guerra.

4. Relações contratuais de jornalistas e meios de comunicação com governos e agências das forças armadas, que fornecem aos repórteres acesso e relativa proteção pessoal em guerras em troca de uma cobertura definida vagamente como “justa” (Ignatius, 2010; Goodman e Cummings, 2003).

Por que isso acontece?

Os ambientes profissionais, os contextos políticos e limitações econômicas fornecem algumas explicações para as atitudes e comportamentos da mídia na cobertura de conflitos e guerras.

Ambientes profissionais

Profissionalmente, a cobertura de conflitos é altamente valorizada na cultura da mídia predominante como fonte de prestígio em um discurso que aumenta o valor jornalístico da guerra. Esses fatores incentivam os jornalistas a representar realidades em cores vívidas e polaridades definidas, utilizando sentimentos básicos e a excitação do inesperado. Repórteres e editores preferem o emocional ao racional, salientando glória e heroísmo, satisfazendo assim requisitos clássicos do “valor jornalístico”: cobertura ao vivo, ação dramática, simplificação de eventos, personalização das histórias e resultados de “vitória” ou “derrota” (Corbett, 2012a, 2012b; Shinar, 2011; Nohrstedt, 2009).

Assim, Wolfsfeld (2004, p.15) afirma que os valores jornalísticos convencionais estão tão entranhados no conflito que “quando a

paz parece voltar a uma determinada área, é hora dos jornalistas irem embora”. Tais valores jornalísticos convencionais incluem o conjunto de normas que determina o uso de referências como imediatismo, drama, simplicidade e etnocentrismo. Uma vez que os jornalistas não podem “se dar ao luxo de esperar” (p. 16), o “imediatismo” capta eventos e ações específicas em vez de processos e políticas de longo prazo.

A “dramatização” exige violência, crise, conflito, extremismo, perigos, divisões internas e grandes avanços tecnológicos em vez de “calma, ausência de crise, cooperação, moderação, oportunidades, consenso interno e progresso gradativo”. A “simplicidade” favorece “opiniões, imagens, grandes personalidades, conflitos bilaterais”; ao passo que ideologia, textos, instituições e conflitos multilaterais têm menos valor jornalístico. O “etnocentrismo” baliza “nossas crenças, nossos sofrimentos, a brutalidade do outro”, e o que não é notícia são “as crenças e os sofrimentos deles, a nossa brutalidade” (Wolfsfeld, 2004, p. 16).

Tal cobertura tem sido criticada por dessensibilizar o público aos detalhes sangrentos da guerra, misturando notícias com opiniões e ignorando fatos e contextos. Desta forma, a cobertura da guerra pela mídia se torna uma forma de entretenimento em vez de uma busca por informação (Buntig, 2004 InfoRefuge, 2003). Um exemplo é o comentário feito por um correspondente norte-americano uma noite, durante um ataque aéreo dos EUA em Bagdá, sobre a excitação causada pelos “fogos de artifício” que iluminavam o céu.

Além disso, o status público das organizações de mídia e jornalismo na cobertura da guerra tem aumentado por conta de sua atuação direta no âmbito das relações internacionais: as empresas de comunicação trocam informações com atores no campo político, abrem canais de diálogo entre líderes beligerantes e muitas vezes ignoram a distinção entre as funções de jornalista e participante. A cultura da mídia resultante tende a enfatizar

as partes em combates, a violência manifesta e atitudes “nós contra eles”, como nos esportes, destacando eventos e resultados visíveis, vencedores e derrotados, em vez de processos mais complexos. Além disso, torna-se fácil para agências governamentais, como os militares, manipular os meios de comunicação social (Shinar, 2011; Nohrstedt, 2009).

No entanto, casos de rebelião contra manipulação, bem como casos de reportagens menos distorcidas, não devem ser ignorados. Assim, frustrado pela manipulação da mídia pelo Pentágono durante a Guerra do Golfo, Bob Simon e uma equipe de três homens da CBS começou a fazer incursões não autorizadas do centro de imprensa de Dhahran. Apesar de, em sua última viagem, eles terem sido feitos prisioneiros de guerra e passaram quarenta dias em uma prisão em Bagdá (Simon, 1992), este episódio ilustra as tentativas de jornalistas resistirem às pressões impostas sobre eles.

Em outra linha, Rosen (2010) e Hammock (2010) reconhecem os méritos de uma nova tendência de “jornalismo contextual” em alguns dos meios tradicionais e novos. Outro exemplo é o documentário “Precious Life”, vencedor de prêmios em todo o mundo, produzido pelo correspondente de TV israelense Shlomi Eldar em 2010, no qual relata os esforços para tirar um bebê palestino de Gaza durante a operação Chumbo Fundido no inverno de 2008-2009 para receber tratamento essencial em um hospital israelita. O filme foge à guerra de propaganda política e mostra dilemas, posições radicais, e uma abordagem humana muitas vezes ausente da reportagem de guerra.

No entanto, permanece a questão se esses poucos casos não são a exceção que comprova a regra.

Contextos e controles políticos

Não é de se estranhar que o contexto político da mídia seja relevante tanto em regimes totalitários quanto em sociedades democráticas. Embora os meios de comunicação

de massa possam ser controlados através de coerção e censura em regimes repressores, práticas de manipulação menos óbvias estão crescendo em regimes abertos (Shah, 2005).

Assim, em 2005, a Casa Branca admitiu ter produzido vídeos projetados para parecerem notícias de jornalistas independentes, e em seguida os enviou para veículos jornalísticos a tempo de entrarem no ar em noticiários noturnos. Em abril de 2008, o New York Times revelou um programa secreto do Departamento de Defesa dos Estados Unidos lançado em 2002, que usou policiais militares aposentados para implantar discussões sobre o Pentágono na mídia. Apresentados como “analistas independentes”, o fato que eles haviam sido previamente preparados pelo Pentágono foi escondido. Além disso, foi revelado no início de 2012 que o governo dos Estados Unidos tinha contratado uma empresa privada para desenvolver softwares que criavam contas falsas em redes sociais para influenciar a opinião pública e promover propaganda política em sites populares (Corbett, 2012a, b). Pilger (2012) e Knightley (2000a) expressaram críticas semelhantes para o contexto político da mídia no Reino Unido.

Restrições econômicas

Considerando a economia da mídia, críticos radicais e moderados relacionam a atitude da mídia sobre a guerra ao lucro, à busca por audiência e problemas nas estruturas básicas da mídia, tanto particular quanto estatal (McChesney, 2000; Herman e Chomsky, 1988). Nohrstedt (2009) chama a atenção para os benefícios econômicos dados por guerras para veículos de mídia, tal como a Guerra do Golfo para a CNN e a Guerra do Iraque para a Al-Jazeera. Tais afirmações ilustram um “imperativo econômico da mídia” em conjunto com fatores tecnológicos e profissionais.

O segundo aspecto importante é a crescente cobertura da guerra como entretenimento. Raymond Federman (1997) escreveu uma sarcástica “carta a um amigo” sobre

a Guerra do Golfo ser o melhor programa de TV do ano, e Jean Baudrillard (2001) fez um comentário irônico de que a guerra não aconteceu, mas teria sido apenas uma criação da mídia. Especificamente, a ideia de Billig (1995) sobre “nacionalismo banal” pode ter inspirado Bunting (2004) a se referir indiretamente ao imperativo econômico em termos da “barbárie” e “banalidade” associadas à interrupção de notícias que mostram imagens de morte e de sofrimento com anúncios



As pessoas estão cada vez mais abandonando sua antiga fonte principal de notícias em favor de canais na Internet, como jornalistas on-line e blogueiros

para bens de consumo, de mau gosto e fora de contexto. Por outro lado, um paradoxal resultado do imperativo econômico aparece em estudos que associam pressões do mercado com redução da cobertura a guerras (Ricchiardi, 2008).

Os contextos profissionais e políticos, as restrições econômicas, bem como os preconceitos de editores e jornalistas criam o cenário para as dissonâncias e dilemas da cobertura de guerra. Embora na cobertura de guerra seja possível verificar a convergência de problemas normativos institucionais e pessoais, a dissonância se refere principal, mas não exclusivamente, a questões institucionais e organizacionais, enquanto os dilemas se referem na maioria a aspectos profissionais e individuais.

Dissonância

A preferência por conflitos é uma característica do DNA institucional da mídia. Isto

implica altos e múltiplos níveis de correlação entre psicologia, cultura, economia e tecnologia, de um lado, com violência e guerra, de outro. Tais correlações podem promover o aparecimento de dissonâncias institucionais e pessoais entre:

a) Lealdades patrióticas/étnicas e profissionais: Evans (s.d.) e Zandberg e Neiger (2005) documentaram uma preferência pelas primeiras, principalmente em fases iniciais de guerra. Isto confirma os resultados de outros estudos indicando que na cobertura

A “cobertura negativa”, como a personalização e a visão negativa do outro, demonizando ou desumanizando a alteridade



ra de conflitos, especialmente quando se referem aos seus próprios países, jornalistas ficam entre nação e profissão, com a primeira prevalecendo. Isto leva jornalistas a se referirem a uma “esfera de consenso” institucionalizada (Hallin, 1986), na qual se sentem livres para ignorar qualquer equilíbrio em favor de um “nós” generalizado, e aceitar valores e suposições organizacionais (Schudson, 2002).

b) O antigo “monopólio da pauta” da mídia tradicional e a concorrência das novas mídias: Mídia impressa, rádio, e especialmente a televisão tradicionalmente têm controle exclusivo da pauta da sociedade, em particular na cobertura da guerra. O surgimento de mídias online e sociais reduziu consideravelmente este monopólio, já que as pessoas estão cada vez mais abandonando sua antiga fonte principal de notícias em favor de canais na Internet. Jornalistas online e blogueiros estão emergindo como ameaça de concorrência. Isso tem mudado

as formas como a agenda pública está sendo definida. Ainda não está claro se e como os canais on-line afetam a preferência da mídia pela guerra e violência, e em que medida os esforços governamentais e da oposição para utilizar a web serão bem-sucedidos. No entanto, a o florescimento de uma nova mídia descentralizada e “desinstitucionalizada”, assim como o declínio do monopólio da mídia “de massa”, vêm preocupando o sistema de mídia tradicional (Corbett 2012a, 2012b; Carpentier e Terzis, 2005, p.30).

c) Avanços tecnológicos e padrões ético: O surgimento de novas tecnologias pode ser um sério desafio aos padrões éticos jornalísticos. Jean Paul Marthoz cita: “O mundo é [...] reduzido a uma aldeia; todos são obrigados a pensar com base em [...] informações imperfeitas, e com muito pouco tempo para reflexão”. E acrescenta: “esta frase não é sobre o efeito CNN, mas sobre o efeito telégrafo; ela foi enunciada em 1889” (Carpentier e Terzis, 2005, p. 29).

Com base em estudo sobre a revolução romena e a cobertura da Guerra do Golfo, Shinar e Stoiciu (1992, p.253) refletem que “as mudanças tecnológicas têm sido tão rápidas e avassaladoras [...] que os jornalistas e pesquisadores estão ocupados correndo atrás delas, com pouco tempo para entender suas demandas sobre profissão”. Na verdade, o “estilo CNN”, com fluxos ininterruptos de notícias e a disponibilidade 24 horas por dia 7 dias por semana de materiais jornalísticos tornaram tentador usá-los antes de avaliar sua veracidade, significado e impacto.

A disputa de jornalistas com seus pares no campo e com seus próprios editores os tem levado muitas vezes a apresentar ou transmitir suas reportagens sem checar as informações, com medo de ficar para trás (Corbett, 2012a, 2012b; Nohrstedt, 2009; Shinar e Stoiciu, 1992). Terzis escreve sobre este dilema na mídia turca e grega: “Quando meu concorrente tem a história, como posso perdê-la? Eu sei que é unilateral, e sei que pode não verdadeira, e eu não tenho tempo para verificar as fontes” (Carpentier e Terzis, 2005, p. 27).

Neste sentido, é importante recordar a faceta institucional da ética de mídia, apresentada no comentário de Tehranian (2002, p. 58):

“o foco da ética na mídia até agora tem sido cada jornalista individualmente. Mas o jornalista individual atua no contexto de regimes institucionais, nacionais e internacionais [...] a ética na mídia deve ser negociada não só profissionalmente mas também institucionalmente, nacionalmente e internacionalmente [...] ética sem referências e sanções institucionais proporcionais muitas vezes não passa de boas intenções”.

d) Entre maiores e menores períodos de memória: A mídia tem pouca ou nenhuma memória, argumenta Knightley (2000a). Isso é plausível, pelo menos com base em sua crítica da cobertura da campanha da OTAN em Kosovo. Em um posicionamento bastante incomum, ele sugere que repórteres de guerra têm curtas vidas úteis de trabalho, com pouca tradição, motivação ou meios para transmitir seus conhecimentos e experiência. Os militares, por outro lado, planejam estratégias de mídia com tanta atenção quanto estratégias militares. O Pentágono e os Ministérios da Defesa têm manuais, atualizados após cada guerra, para orientar a forma de manejar a mídia. Esses textos seguem princípios básicos: parecem abertos, transparentes e desejosos de ajudar, sem buscar repressão ou controle direto, preferindo invalidar a esconder notícias indesejáveis, controlando as ênfases em vez dos fatos, equilibram más e boas notícias, e só mentem de forma direta quando seguros de que a mentira não vai ser descoberta durante o curso da guerra. Neste sentido também pode-se questionar quais implicações serão introduzidas nesta área pelo maior acesso a materiais históricos fornecidos por novas tecnologias.

Dilemas

Há um considerável número de dilemas normativos, profissionais e individuais, que emergem da discussão anterior. Sua apresen-

tação visa fornecer uma base para a reflexão e investigação, sem ser uma exaustiva lista de problemas, sugestões de melhorias, críticas e discordâncias. Os dilemas listados aqui referem-se à adequação de técnicas de cobertura, à seleção de narrativas e contextos, à auto-manipulação e ao estreitamento do foco e do discurso.

1. Adequação de técnicas de cobertura

Dilemas, nesse contexto, referem-se à preocupação de manter uma razoável “distância crítica” necessária para a comunicação face à dependência de fontes oficiais, a atração à “cobertura negativa” e os problemas de acesso e segurança.

A dependência das organizações midiáticas e dos jornalistas em relação às fontes oficiais é um tema recorrente na literatura acadêmica e profissional sobre cobertura de guerra. Isso leva a mídia a falhar na apresentação dos contextos e da profundidade das situações. Ao relatar a guerra do Iraque, os canais tradicionais de notícias, como o New York Times, CNN, e Associated Press apresentaram notícias que praticamente reproduzem as releases do governo, com pouca cobertura de pontos de vista alternativos ou outras fontes que confrontem as oficiais (Lancaster, 2008).

Da mesma forma, Terzis fala sobre a experiência de jornalistas gregos e turcos que “reportar assuntos internacionais depende muito das fontes oficiais, dos ministérios da defesa e assuntos externos em uma proporção muito maior do que, por exemplo, o correspondente ambiental, que se pauta em experiências pessoais e testemunhas oculares” (Carpentier e Terzis, 2005, p.27).

A “cobertura negativa”, como a personalização e a visão negativa do outro, demonizando ou desumanizando a alteridade, apresenta outro dilema profissional próximo à demanda normativa por imparcialidade do profissional.

Considerações de Shinar e Stoiciu (1992) sobre essas técnicas na revolução romena e

na Guerra do Golfo, bem como os relatórios sobre o papel genocida da Rádio Mille Collines em Ruanda ilustram esse tipo de cobertura (Yanagizawa-Drott, 2012; Tayebwa, 2012). Eles são apoiados por relatórios mais recentes, como a declaração do Chefe Sêrvio Procurador de Crimes de Guerra que “a maior parte dos meios de comunicação locais durante o regime de Milosevic faziam parte da máquina de guerra”, cujos objetivos propagandísticos foram “desumanizar os adversários no conflito armado, muitas vezes ameaçando seu direito à vida” (Pekusic 2012).

E a especialista em propaganda Nancy Snow explica porque na Guerra do Golfo, a maioria dos norte-americanos ligavam Saddam Hussein ao 11/9 porque eles “foram repetidamente informados pelo Presidente (...) que o mau Saddam sozinho era suficiente para ser ligado ao 11/9 e que em determinado momento, ele teria usado suas armas contra nós” (Gutierrez, 2004).

Acesso e segurança em zonas de combate são cruciais na cobertura de guerra. Cerca de cem jornalistas e funcionários assistentes morreram nos dois anos e meio após o início da invasão do Iraque. Um número semelhante de trabalhadores da mídia e jornalistas morreu em guerras iugoslavas dos anos de 1990, superando os sessenta e três jornalistas mortos durante a Guerra do Vietnã, que durou 20 anos. Elas ilustram o dilema na definição dos jornalistas como testemunhas em nome das metas públicas ou legítimas (Andersen, 2006). Esse dilema tem sido frequentemente usado por autoridades oficiais para negar ou restringir o acesso de jornalistas às zonas de combate (Schechter, 2006).

2. Seletividade de narrativas e contextos

Como muitos tipos de jornalismo, o jornalismo de guerra não pode apresentar todos os detalhes de eventos e processos, mas a cobertura enganosa intencional ou negligente é preocupante. Às vezes, essas falhas obscurecem a distância entre jornalismo e

propaganda, criando dilemas de incompletude, imprecisão, rendição às “seduções da conveniência” e as deficiências éticas.

Incompletude

A falta de acesso a eventos, e a consequente falta de testemunho completo, ou pelo menos razoável, explica limites óbvios no fornecimento de detalhes na cobertura de guerra. A segurança são outra explicação, baseada na necessidade de esconder informações do inimigo. Assim, pode-se mencionar o controle estrito imposto pelas autoridades norte-americanas e sul-coreanas a turistas e jornalistas interessados em visitar a Zona Desmilitarizada na fronteira com a Coréia do Norte, ou as limitações severas impostas pelas autoridades israelenses em visitar locais de impacto de mísseis e foguetes na Guerra do Golfo, da Guerra do Líbano de 2006 .

Além disso, pode-se listar outros fatores:

(1) a informação massiva flui junto com o espaço limitado de impressão e tempo, tornando mais difícil para os jornalistas para lidar em detalhes com processos e temas complexos, e os cidadãos de dar sentido a eles;

(2) o conhecimento limitado sobre os contextos e cultura de conflito e falta de motivação para aprender sobre eles leva ao reducionismo e simplicidade ao reportar informações, a enfatizar o que está perto e o que se acredita ser conhecido do público;

(3) a cooperação voluntária e forçada de instituições midiáticas e jornalistas com os estabelecimentos políticos e militares fez o jornalismo independente ser cada vez menos viável e aceitável, suplantado pela comercialização de notícias que leva a subserviência à “políticas de comunicação oficiais” (Marthoz , em Carpentier e Terzis, 2005, p. 30-31);

(4) O baixo valor-notícia atribuído a determinadas regiões e torna difícil para os meios a cobertura de temas e eventos complexos. O caso de Darfur, e da África em geral, é um exemplo de valor-notícia inferior baseado na geografia: a crise começou em março de 2003, atingiu o pico entre setem-

bro e dezembro de 2003, e a primeira grande transmissão veio em março de 2004 (Carpentier e Terzis, 2005).

Danos ambientais causados pela guerra são um exemplo de temática com menor valor noticioso. O meio ambiente é uma das principais vítimas da reportagem de guerra atual. Está praticamente ausente da cobertura, e em poucos casos em que é reportado, normalmente aparece em espaços menos relevantes. Isso resulta de um valor-notícia menor dado à cobertura ambiental em geral, porque o tema é complexo e exige pelo menos algum conhecimento prévio do cenário histórico, econômico e cultural por parte dos jornalistas e do público e algumas perspectivas das suas consequências a longo prazo (Shinar, 2008).

Imprecisão

Se algumas incompletudes podem ser aceitáveis, devido aos problemas discutidos acima, a imprecisão é menos aceitável, seja por razões práticas e éticas, seja no que se refere às organizações de mídia e jornalistas que respondem diretamente às pressões e restrições, às “seduções de conveniência” e falhas éticas. O maior dilema, neste caso, é como fornecer cobertura adequada em tais circunstâncias.

Dependendo dos níveis de democracia, as pressões diretas e restrições variam de acordo com diretrizes institucionais e organizacionais, como a pressão profissional e individual dos colegas. Terzis oferece algumas evidências da crise greco-turca informando: “Os jornalistas gregos e turcos seriam como soldados do exército nacional. Jornalistas seriam demitidos na Grécia e na Turquia se fossem contra o interesse nacional. Existe uma legislação na Turquia dizendo que se, como jornalista, você falar contra o ‘interesse nacional’, pode ser preso. Na Grécia, você será demitido e não vai ser capaz de encontrar um emprego depois. Os sindicatos de jornalistas não estão lá. Você não quer ser “o cara mau” no grupo. Há uma enorme pressão, especial-

mente em tempos de crise, contra a expressão de outras opiniões” (Carpentier e Terzis, 2005, p. 25-28).

Jornalistas gregos e turcos não estão sozinhos nesse quesito.

Questionar o governo dos EUA e a agenda do Pentágono resultou em um fim abrupto para a carreira mais de uma personalidade da mídia.



O jornalismo de guerra não pode apresentar todos os detalhes de eventos e processos, mas a cobertura enganosa intencional ou negligente é preocupante

Em 2003, a NBC demitiu Peter Arnett, após suas críticas à política dos EUA sobre a guerra no Iraque. A MSNBC demitiu Phil Donahue nos meses que antecederam a invasão do Iraque pelos EUA. Apesar de seu show ter atingido o topo da audiência, foi demitido em resposta a suas opiniões antiguerra. Um relatório da rede que vazou o definia como “um rosto público difícil para a NBC em um tempo de guerra. Antigüerra, contra Bush e cético em relação aos motivos do governo, interessado em abrigo para os liberais contra a agenda de guerra ao mesmo tempo em que os nossos concorrentes estão agitando a bandeira em cada oportunidade” (Harris, 2012).

Dan Rather, o icônico âncora de notícias da CBS durante 24 anos, disse a John Pilger (2010), que ao relatar a guerra no Iraque, “havia um medo em cada sala de redação na América de perder o emprego, de ficar preso a algum rótulo como ‘antipatriótico’ ou ‘outro’ de outra forma, e a guerra nos transformou em ‘estênógrafos fora de nós’”. Essa é uma opinião agora partilhada por vários jornalistas seniores entrevistados nos EUA.

As “seduções da conveniência” referem-se aos níveis de imprecisão aceitos pelas organizações de mídia e jornalistas para ajudar a lidar com a complexidade e limitações financeiras. O primeiro refere-se às dificuldades impostas por itens e contextos complexos. Barstow e Stein (2005) notam que, em conjunto com uma demanda contínua por notícias que geralmente aumenta em tempos de guerra, os orçamentos de canais de notícias e funcionários estão encolhendo. Nos Estados Unidos, cerca de 90 por cento das redações de TV dependem de lançamentos em vídeo e releases fornecidos por órgãos oficiais e empresas de relações públicas contratadas. Isso permite a muitas organizações de mídia expandirem suas coberturas sem custos adicionais. Também permite a divulgação de notícias imprecisas, menos checadas e mais difíceis de rastrear, através de uma vasta rede de distribuidores e redistribuidores. Nohrstedt (2009) sugere algumas semelhanças na imprecisão de informações sobre a invasão do Iraque e a cobertura dos bombardeios da OTAN no Kosovo.

Problemas éticos referem-se às violações de códigos de conduta, além dos aspectos de informação incompleta e imprecisa. Isso inclui a invenção de histórias ou uso técnicas de gerenciamento de mídia, tais como a prática de liberar e usar matérias previamente elaboradas fornecidas por Relações Públicas, pagando jornalistas para promover certas questões ou mesmo contratando empresas de RP para alimentar a imprensa.

Inventar histórias refere-se a estratégias que aumentam a atratividade da notícia. Assim, apesar de atrocidades de guerra não serem incomuns, Evans (s.d.) observa que “os alemães não atiraram bebês belgas no ar e apanhavam-nos em baionetas, nem ferveram cadáveres alemães para glicerina das munições. Os franceses não tinham a rotina de arrancar os olhos de soldados alemães capturados, ou cortar os dedos pelos os anéis que haviam neles”. Essas eram histórias inventadas por um correspondente britânico para satis-

fazer a demanda de seu jornal por notícias atraentes. Soldados iraquianos, ao invadir o Kuwait na Guerra do Golfo de 1991, não atiraram bebês prematuros fora das incubadoras, como o *The Sunday Telegraph*, em Londres, e, em seguida, o *Los Angeles Times*, reportaram, citando a agência Reuters. A história era uma invenção de um grupo intitulado “Cidadãos para um Livre Lobby do Kuwait” em Washington (Knightle, 2000a). Além disso, a notícia do “massacre de 41 crianças sérvias” em uma escola primária, perto de Vukovar, publicada em novembro de 1991, mostrou-se rapidamente falsa (Pekusic, 2012).

Pagar jornalistas e especialistas para promover certas questões sem deixar isso claro é uma questão ética tratada com cautela, mesmo em blogs e sites da internet. No entanto, o blogger Justin Raimondo (de www.antiwar.com) fala abertamente sobre “uma situação de compra e venda de informações para colunistas, publicitários, e talvez até mesmo alguns “blogueiros””. Numa linha mais pessoal, ele ataca jornalistas seniores Armstrong Williams e Maggie Gallagher em razão de que as mensagens desses especialistas soam como release do Pentágono.

Harris (2012) relata que, não muito tempo depois da 2ª Guerra do Iraque começar, em 2003, o chefe executivo de notícias da CNN, Eason Jordan, revelou que havia conseguido a aprovação do Pentágono para uma lista de analistas militares, principalmente generais aposentados, para fornecer comentário no ar. Empresas de Relações Públicas são contratadas para “vender uma guerra, e para maximizar a cobertura da mídia sobre questões específicas através do uso cuidadoso de técnicas de gerenciamento de mídia, tais como “condução da agenda”. Isso inclui, por exemplo, vaziar peças de informação para diferentes pontos, levando-os a reconstituir a história juntos e conduzi-lo até a agenda de notícias (Gutierrez, 2004).

Um exemplo é a *The Rendon Group* (TRG), de Washington, empresa de relações

públicas e propaganda que, como descreve em seus sites (<http://www.ren-don.com>) “por quase três décadas tem fornecido soluções globais estratégicas comunicacionais, auxiliando a liderança de organizações comerciais, governamentais e militares ativos em 78 países” (http://en.wikipedia.org/wiki/Rendon_Group-cite_note-prwatch2001-1#cite_note-prwatch20011). O fundador, John Rendon, descreveu a si mesmo como “um guerreiro em formação, e um gerenciador de percepção”, que na linguagem dos planejadores do Pentágono significa “ações para transmitir e (ou) negar informações e indicadores selecionados (...) para influenciar suas emoções, motivações e raciocínio objetivo” (Rampton e Stauber, 2003).

Muitos meios de comunicação estão dispostos a parcerias. Kull et alli (2003-2004) descobriu que a frequência de equívocos dos americanos sobre a guerra no

Iraque varia significativamente conforme sua exposição a diferentes fontes de notícias. A análise das pesquisas realizadas em 2003 revelou que 48% das pessoas acreditavam erroneamente em indícios de que ligações entre o Iraque e a Al Qaeda foram encontrados, 22% que armas de destruição em massa foram encontradas no Iraque, e 25% que a opinião pública mundial favoreceu os EUA a ir para a guerra com o Iraque. Em geral, 60% dos entrevistados cometiam pelo menos um destes três equívocos. A tabela a seguir apresenta a composição dos percentuais dos entrevistados que tiveram um ou mais dos três equívocos listados acima, de acordo com a sua principal fonte de notícias.

A tabela apresenta uma clara conexão entre todas as redes de televisão comerciais, nomeadamente Fox, CBS e ABC, com equívocos sobre a guerra.

Tabela 1 – Equívoco sobre a guerra

	FOX	CBS	ABC	NBC	CNN	PrintNPR	PBS
nenhum	20%	30%	39%	45%	45%	53%	77%
1 ou mais	80%	70%	61%	55	55%	47%	23%

3. Automaniplulação

Alguns acadêmicos e profissionais se apoiam no modelo pioneiro de manipulação da mídia de Herman e Chomsky (1988), independentemente das mudanças que estão ocorrendo no relato de guerra e em outros aspectos das relações internacionais. Harris (2012) atualiza o modelo incluindo os agentes de filtragem que determinam as notícias que as pessoas recebem dos meios de comunicação, como os proprietários, fontes, interesses financeiros, ideologias e grupos de frente nomeadamente corporativos ou governamentais que defendem seu próprio

ponto de vista ou enganosamente plantam histórias falsas através de organizações de defesa falsas. Da mesma forma, Shah (2006) e Corbett (2012 a, b) acreditam que, na cobertura da guerra, os meios de comunicação são totalmente manipulados por fontes oficiais e empresas de relações públicas que divulgam propaganda como notícia.

Mesmo sem apontar a necessidade de atualizar alguns detalhes do modelo de Herman e Chomsky para a era pós-Guerra Fria, deve-se aceitar o argumento de que os governos e os interesses privados sempre usam um ou mais desses agentes. Pode-se também

admitir que a imprensa, o rádio e a TV divulgam informações falsas e distorcidas, provavelmente conscientemente disso em alguns casos.

No entanto, organizações de mídia e profissionais não são “bebês perdidos na floresta”. É difícil acreditar que eles são sempre vítimas inocentes de manipulação unilateral por conspirações onipotentes. Na maioria dos casos, eles desempenham papéis ativos e dispostos no processo. Em outras palavras, a discussão não é sobre pressões do mal sobre a mídia inocente, especialmente no jornalismo de guerra.

O dilema enfrentado pelos meios de comunicação acontece na medida em que eles podem se dar ao luxo de lidar com pressões externas conhecidas e ignorar códigos de ética e o interesse público (e, portanto, perder pelo menos alguma credibilidade) em troca de benefícios econômicos, entre outros. Esse é o dilema da automanipulação da mídia. Tagged, no início de 1990 em uma análise da revolução romena e da cobertura da Guerra do Golfo, mostrou como editores na América e Europa enquadraram relatórios de campo para atender as suas próprias expectativas, aceitando voluntariamente a visão governamental, militar, política ou corporativa como fatos (Shinar e Stoiciu, 1992). Seguindo a herança de Hearst, e assemelhando-se a algumas características da cobertura da guerra no momento, esse padrão não se exprime necessariamente em materiais factuais, mas no uso de enquadramentos pré-concebidos, tais como:

(1) O uso de uma perspectiva de conspiração no caso do ditador romeno Nicolau Ceausescu e o comportamento de sua política secreta, a Securitate, contra o povo romeno para enquadramentos semelhantes de Saddam, Gadaffi, Mubarak, Assad e outros em anos mais recentes.

(2) A demonização de líderes, como Ceausescu, Saddam Hussein, os governantes iranianos e personalidades depostas na Primavera Árabe. Imagens satânicas promo-

vidas pelas mais altas fontes oficiais e voluntariamente aceitas pela mídia, variam de brutalidade e tortura à falta de jeito e de comportamento covarde. Imagens de crime e punição, o bem e o mal, a liberdade e a opressão constituem a espinha dorsal da legitimidade procurada para a guerra.

(3) A reação espontânea refere-se à suposta natureza cumulativa de eventos, que se encaixa o estilo “breaking news”. Mais uma vez, tal enquadramento da cobertura da Romênia e da Guerra do Golfo, paralelo ao enquadramento dos acontecimentos na ex-Yugoslávia, a Praça Tahrir e em outros locais simbólicos da Primavera Árabe;

(4) A unidade nacional promovida na cobertura da mídia ocidental das primeiras crises, muitas vezes abandonados quando clima se tornou caótico e anárquico (como na Romênia, Tunísia, Líbia, Egito, Síria, etc.)

(5) A comunidade internacional, valorizada a nível político, econômico e psicológico por parte dos governos e da mídia. Retratos favoráveis de coalizões lideradas pelos EUA alteraram a atenção do público sobre fatos impopulares. Exemplos incluem a guerra contra antigos aliados (Saddam Hussein, o Taliban, regimes depostos na Primavera Árabe), as ligações com o apoio de regimes não democráticos e opressivo (Kuwait, Síria, Arábia Saudita), a formação deficiente e inadequada no comando de aliados militares e os interesses econômicos e políticos que motivaram os membros a coalizões e organizações de mídia para participar nos esforços liderados pelos EUA.

Além disso, esse padrão profissional implica, em primeiro lugar, que, na cobertura da guerra, particularmente em áreas distantes de centros de mídia, existem distinções entre repórteres de campo e editores. Com ou sem materiais factuais suficientes, os editores ocidentais muitas vezes preferem a informação menos confiável que se adapte as suas predisposições, expectativas psico-simbólicas e pressões externas ao invés de relatórios apresentados por sua própria equipe de campo. A

automanipulação é evidente na medida em que tende a construir realidades que não se desviem do consenso hegemônico.

Em segundo lugar, na cobertura da guerra, talvez mais do que em outras áreas, o prestígio de algumas corporações de mídia ajudam a legitimar propagandas. Independentemente da mensagem, o reconhecimento de organizações como The New York Times, CNN, BBC desempenha um papel de legitimação da informação seletiva e segmentada, e isso é cada vez mais eficaz para o gerenciamento de mídia governamental.

Em terceiro lugar, o público obtém detalhes, em vez de imagens completas, que dizem “o que eles significam” mais do que aquilo que eles são. Em muitos casos, isso mostra o comprometimento da mídia com a linha oficial que promove rituais de heroísmo e patriotismo, a condenação das ações de “infiéis” e críticos legitimados; dependência da autoridade, moralidade e racionalidade; os estereótipos, e outros.

Finalmente, resultados de investigação (Knightley, 2000b), revelam que tanto a propaganda oficial quanto os meios de comunicação preparam os usuários para a guerra de maneira hábil, aumentando a probabilidade de que eles não queiram a informação verdadeira e equilibrada esperada de correspondentes de guerra. Como resultado, os governos podem encontrar outra justificativa para exercer um controle mais encoberto e rígido de correspondentes de guerra e organizações de mídia.

O dilema é saber se as considerações éticas e atendimento ao interesse público podem reduzir a tendência da mídia em aceitar esse controle em troca de benefícios comerciais e políticos.

Foco e alcance do discurso

Os dilemas de técnicas de cobertura, narrativas e contextos, e manipulação exibem alguns problemas complementares de foco e discurso. Esta seção acrescenta dois dilemas relacionados especificamente com

a abertura da mídia para os padrões discursivos que aumentam o valor da notícia da guerra, incluindo o estreitamento do foco e faixas de discurso e redação.

No primeiro caso, isso significa apresentar e discutir questões dentro de uma gama limitada de ideias, opiniões e fatos. Essa abor-



Na cobertura da guerra, talvez mais do que em outras áreas, o prestígio de algumas corporações de mídia ajuda a legitimar propagandas

dagem permite fazer julgamentos sobre os detalhes de determinados eventos, processos ou problemas, enquanto reduzem os limites do discurso mais amplo e mais profundo. Na verdade, o direcionamento o foco, o desvio do intervalo do discurso em “parâmetros permitidos de debate”, e o uso de premissas supostas aparece como um debate democrático e discussão, mas não permitem a deliberação própria, e incentivam a perda de foco (Shah, 2005; Eno, 2003; Parenti, 2001).

Seguindo a discussão anterior, o uso de especialistas pela mídia ajuda a determinar tais parâmetros e pressupostos, reforçando, assim, os limites impostos por autoridades governamentais e militares sobre o alcance do debate. Tais limites são muitas vezes sistêmicos, embora também possa ocorrer acidentalmente, e às vezes resultar da ignorância de jornalistas, falta de atenção, ou constrangimentos profissionais, tais como limitações de espaço e tempo. O grande dilema, nesse sentido, tem a ver com o grau em que os jornalistas e organizações de mídia podem aceitar tal redução.

Redação

Estudos sobre o assunto, como os de Dewliche (s.d.) e Parenti (2011) apontam claramente alguns dos dilemas importantes referentes ao uso da linguagem na cobertura da guerra. Eles questionam se a cobertura deveria incluir:

(1) Jogos de palavras, como xingamentos e rotulações de pessoas, grupos e instituições em termos positivos ou negativos; generalidades brilhantes, eufemismos, significados mais brandos, conotações e palavras simples, repetitivas e palavras emotivas;

Propostas para reconsiderar e incentivar a atualização da cobertura da guerra da mídia dizem respeito tanto a termos conceituais quanto profissionais

(2) Conexões falsas, tais como símbolos e imagens das instituições, a fim de fortalecer ou enfraquecer a aceitação; depoimentos, citando os indivíduos e as fontes não qualificadas para fazer as alegações feitas;

(3) Recursos especiais, como pessoas simples, líderes atraentes para os cidadãos comuns, fazendo coisas “normais”, usando efeitos band wagon e o argumento de que “todo mundo está fazendo isso”; intensificação, explorando ou despertando o medo nas pessoas para obter apoio para um lado, e oposição e ódio para os outros, e

(4) Falácias lógicas, como a lógica falsa ou extrapolação injustificada. Esses fatores afetam os padrões éticos e provocam dilemas de adequação de cobertura; a seletividade do enquadramento, narrativas e contextos; dificultam a percepção de fabricações/mentiras, manipulação e automanipulação e faixas estreitas de discurso e foco.

Nove implicações para a melhoria da cobertura de guerra

Esta parte final oferece perspectivas a partir dos diagnósticos anteriores a respeito da preferência da mídia pela guerra e a violência, as suas atitudes e comportamentos; seus contextos profissionais, políticos e econômicos, e, ainda com relação à mídia, as dimensões dissonantes e dilemas na cobertura da guerra.

1. A classificação de Parenti (2001) inclui a supressão por omissão, “atacar e destruir o alvo”, rotulagem, os pressupostos de preferência, a transmissão de valor nominal, desprezo de conteúdo, balanceamento falso, evitar dar seguimento, e moldar. Para as categorias detalhadas, consulte o seu website www.propagandacritic.com.

2. Veja, por exemplo, o uso combinado do texto de John Pilger (2010) e os segmentos de vídeo executados no Youtube.

As primeiras propostas para reconsiderar e incentivar a atualização da cobertura da guerra da mídia dizem respeito tanto a termos conceituais (relativos a aspectos, tais como valor da notícia, objetividade, ética, e assim por diante) quanto profissionais (sobre técnicas, uso da tecnologia, o discurso, legitimidade de pontos de vista variados e narrativas). Isso poderia ser feito em simpósios, conferências e ações de formação, com a participação de jornalistas, funcionários e pesquisadores com experiência em cobertura de guerra, tais como encontros patrocinados por uma série de institutos e fundações de mídia e relacionadas com a paz, ONGs relevantes, instituições acadêmicas e associações profissionais.

Isto pode ser um processo lento, com resultados desconhecidos. As chances de sucesso podem ter aumentado desde que os meios de comunicação social passaram a articular a tradicional imprensa escrita, o rádio e a televisão. Essas novas mídias e redes sociais - particularmente facebook, youtube e Twitter - parecem estar mais preparadas para fazer alertas rápidos, cobrir eventos em

tempo real, revelando intenções, expondo, mobilizando e compensando as limitações dos meios de comunicação tradicionais. A sua utilização poderia ser encorajada durante os confrontos e as crises.

Neste contexto, as perguntas sobre o grau em que essa implicação difere dos princípios do “Jornalismo de Paz” são naturais. A resposta concisa é que os esforços para atingir esse objetivo estão cada vez mais bem equipados com evidências baseadas em pesquisa e prática do campo e, com aplicações experimentais, melhorando, assim, o arsenal de argumentos oferecidos pelo trabalho ideológico conduzido por Galtung e seus discípulos.

Além disso, enquanto as diretrizes de “Jornalismo de Paz” defendidas por Galtung e outras podem ser aceitas de início, os métodos oferecidos pelo modelo original de jornalismo de paz ainda não produziram um gênero importante desde seu surgimento cerca de quarenta anos atrás. As baixas taxas de aceitação desses métodos e sua eficácia limitada foram reconhecidos e criticados em razão de: sua ideologia radical, suas bases teóricas e empíricas fracas; o seu sectarismo, estrutura de “clube fechado”; e seus esforços “missionários” na “reeducação” profissional (Shinar, 2011; Hanitzsch, 2004a, 2004b).

Um argumento adicional traz um novo desafio ao crescente número de jornalistas e pesquisadores críticos do modelo de Galtung de forma a sugerir novas tendências experimentais e adaptar o modelo para o século 21. Boas indicações nesse sentido incluem o Wikileaks de Julian Assange e outros modelos com base em novas tecnologias, e a tendência de desenvolvimento do “jornalismo contextual” (Hammock, 2010), que revelou imperfeições no conflito em curso, no processo de pacificação e na cobertura da manutenção da paz.

A segunda proposta se dá no sentido de reconhecer as deficiências da mídia local e internacional, não só em ambientes totalitários, como também nos democráticos. No primeiro caso, é limitada a capacidade dos meios de comunicação tradicionais locais

para influenciar, expor ou mobilizar, embora não totalmente bloqueado, conforme documentado na histórica revolução iraniana, no despertar Nacional Palestino (Shinar, 1983, 1987) e no decorrer da Primavera Árabe.

Isto enfatiza a importância dos meios de comunicação internacionais e social. O controle da mídia em regimes totalitários também é fácil de identificar, por seus métodos geralmente explícitos e brutais. Em sociedades democráticas, eles são mais difíceis de entender, o que torna importante identificá-los, especialmente na cobertura dos mais recentes guerras e conflitos.

Além disso, essa implicação é uma oportunidade para reconhecer que o conceito de “competência midiática” (media literacy) precisa sair do seu costumeiro foco: na tradicional imprensa escrita, rádio e TV, em expectativas jornalísticas antiquadas e, até certo ponto, irrelevantes, e na rígida visão ocidental do que é ou como se define democracia. Um esforço de atualização poderá ser feito de forma a estudar e experimentar com as mudanças tecnológicas, econômicas e normativas na profissão jornalística, com particular atenção à cobertura da guerra.

A terceira implicação vem no sentido de incentivar coberturas graduais e cumulativas, em lugar de instantâneas e explosivas, enfatizando:

- . relatórios de previsão e interpretação baseados conhecimentos técnicos imparciais, experiência e na abertura para uma ampla gama de avaliações oficiais e críticas;
- . constante atenção a possíveis e emergentes erupções de guerra e violência;
- . avisos antecipados, acompanhadas de reações imediatas e consistentes acompanhamentos;
- . consciência das vantagens oferecidas pelos novos meios de comunicação para tais papéis: enquanto os meios de comunicação tradicionais incutem um sentimento de “redes fechadas e controladas”, os meios de comunicação mais recentes disseminam a noção de “redes abertas a todos”.

A quarta proposta remete à adoção, ao desenvolvimento e à exigência de uma “cobertura espessa”, que o antropólogo Clifford Geertz chamava de “descrição densa”, constituindo uma ferramenta para resgatar pensamentos, significados, ações, sentimentos, motivações mais profundas e detalhes sobre os arredores das pessoas ou fenômenos. A “cobertura espessa” está mais focada em orientação ao entendimento do processo do que centrada no evento em si; contexto de demandas, conhecimento e compreensão de fundo; resolve diversas contradições e dilemas profissionais que afetam a cobertura; e não é uma narrativa de um foco estreito e um discurso.

Ela está em contraste com o “jornalismo de pára-queda”, que se refere aos repórteres que atuam em um país durante um período relativamente curto, apresentam uma história ou um punhado de notícias, e depois deixam o local. Este termo é um pouco inadequado, com base no fato de que um jornalista estrangeiro, que fica em um país ou cidade apenas por um curto período de tempo, dificilmente terá conhecimento suficiente sobre o panorama político e cultural da área.

Falta de conhecimento e prazos apertados frequentemente resultam em relatórios imprecisos ou distorcidos, especialmente durante as “últimas notícias”. Ao contrário de relatórios elaborados por correspondentes estrangeiros especialistas que operam no local por um longo tempo, os críticos afirmam que “o jornalismo pára-queda” deturpa fatos, exibição ignorância das questões contextuais, falta de contatos adequados, não são capazes de realizar investigação independente, e muitas vezes usam a única informação imediatamente disponível a partir de outras organizações de notícias ou de fontes “oficiais”, ou burocrático, que podem ser agências de propaganda.

Mesmo que isso possa ser difícil de implementar de forma integral e imediata, é recomendável começar a trabalhar esta estratégia em termos de desenvolvimento e experimentação com as definições de trabalho

(isto é, conceito mudança nos valores-notícia, aumentar o respeito para o público, experiência com novas mídias), introduzindo o conceito na agenda profissional.

Como mencionado acima, fornecer “treinamento denso” para os estudantes e jovens jornalistas de mídia pode ser um passo positivo nessa direção. Poderia ser baseado em professores e alunos comunicando a aquisição de conhecimentos e habilidades sobre os papéis, técnicas e organizações de meios de comunicação tradicionais e novos, em suas deficiências atuais, e sobre formas de melhorar o seu desempenho na cobertura da guerra. Trabalhos acadêmicos e profissionais, bem como projetos executados por organizações internacionais, tais como Search for Common Ground e outras ONGs, agências da ONU, universidades e instituições relevantes poderiam tomar parte em tais esforços de “instruir sobre ativos de mídia”.

A quinta implicação apela à adoção, pelos meios de comunicação estabelecidos, de constante e consistente padronização de rotinas, legitimação e da cooperação com “cívica”, “fringe”, “blog”, e até mesmo o jornalismo “outcast” (jornalismo “banido” e independente), como representados por Michael Moore, Danny Schechter, Julian Assange, John Pilger e outros.

A sexta proposta implica ajudar jornalistas em países ocidentais e outros a resolver dilemas da retórica da mídia, particularmente aqueles relacionados ao foco e faixas de discurso, e redação. Também pede esforços para desenvolver um discurso de mídia da paz (Shinar, 2004) como uma melhoria do jornalismo de paz clássico. Pesquisa acadêmica e ênfase na formação jornalistas mais velhos e mais jovens a este respeito poderia servir para atualizar o foco marcante na formação de discípulos de Galtung.

A sétima implicação segue as lições do relato de conflitos do século 21 e as chamadas para redirecionar a concentração ideológica de Galtung na reeducação profissional para promover o monitoramento de campo

contínuo e pesquisas empíricas que possam ajudar a descobrir a incitação e a “mídia do ódio”, bem como para documentar violações éticas tanto no Ocidente como em outros países do mundo. Isto poderia servir para legitimar e incentivar o notável progresso contínuo de pesquisa empírica sobre cobertura de guerra e jornalismo de paz em países do Terceiro Mundo, como demonstrado por Lee e Maslog em *Asian Media* (2005), Tayeebwa (2012), na África, entre outros.

As duas implicações finais referem-se principalmente, mas não exclusivamente, ao estabelecimento do pós-guerra de estruturas de mídia, marcos regulatórios, e a produção de conteúdo pós-guerra adequado. Assim, a oitava implicação segue a premissa de que o uso dos meios de comunicação como arma de guerra pode levar ao desenvolvimento de novas estruturas midiáticas pós-guerra. Muitas ONGs e populares comunidades de ativistas tornaram-se cada vez mais influentes, tanto conflito e os tempos do pós-guerra através da criação de sua própria cobertura, como ilustrado pela sua presença de destaque em sites, pelo uso de profissionalmente publicações, e pelo desenvolvimento de suas próprias transmissões de áudio e vídeo.

Exemplos da Sérvia, Kosovo, Macedônia e Israel-Palestina demonstram a importância de tais estruturas de mídia. Seguindo pressões das potências internacionais, o pós-guerra da Bósnia e Herzegovina tornou-se um laboratório de regulação da mídia orientada paz, resultando em um aumento da relação do pós-guerra per capita de emissoras de rádio e televisão na Bósnia.

Os projetos de mídia surgiram com o objetivo de promover estruturas de mídia adequadas, tais como nova televisão e redes de rádio e novas frequências e licenças que transformou as antigas emissoras étnicas em um Sistema Público de Radiodifusão. No Kosovo, os meios de comunicação em geral responderam ao conflito da mesma forma, seguindo a iniciativa da comunidade internacional para a criação de uma rede nacional

de televisão e sistema de rádio, além de uma estrita regulamentação da transmissão de ódio (Shinar e Brati, 2010). Estes exemplos podem levar rumo a outras iniciativas.

Por fim, a nona dirige-se à produção e disseminação de formatos e conteúdos adequados do pós-guerra. Exemplos incluem o conflito entre Israel e Palestina operado conjuntamente “All for Peace Radio” (a tradução em português seria algo similar a “Tudo por



Em sociedades democráticas, os controles da mídia são mais difíceis de entender, o que torna ainda mais importante identificá-los

uma Rádio da Paz”), que tem sido sucesso de produção e transmissão de notícias e programas em árabe e hebraico. Na ex-Iugoslávia e em outros lugares, o Serviço de Notícias “Common Ground” tem vindo a fornecer informações produzidas por especialistas locais e internacionais, e em partes em conflito, como artigos de Sindicatos, análises e artigos de opinião.

A fim de combater a organização dos meios de comunicação ao longo de linhas étnicas, “Common Ground” iniciou equipes de relatórios conjuntos e assegurou que cada artigo escrito em conjunto seria publicado de forma idêntica nestes diferentes papéis. A organização iniciou a produção e difusão de programas de rádio e televisão destinados a um consenso sobre questões controversas, tais como a série de televisão a olhar para a vida e as preocupações das pessoas comuns, com particular atenção para os esforços bem sucedidos para reconstruir a economia do pós-guerra e a própria sociedade (Melone et alli. 2002).

(artigo recebido set.2013/ aprovado out.2013)

Referências

- ANDERSEN, R. **A Century of Media, a Century of War**. New York: Peter Lang, 2006.
- BAKER, R. Demoning the Enemy: Preparing Americans and the World for an All Out Attack against Iran. **Global Research**, Disponível em: <http://www.globalresearch.ca>. Acesso em 27/12/2012.
- BARSTOW, D. & STEIN, R. Under Bush, a New Age of Prepackaged TV News. **New York Times**, Nova York, p. 8-15, 13 de mar, 2005.
- BAUDRILLARD, J. The Gulf War Did Not Take Place. In: Poster, M. (Ed.), **Jean Baudrillard: Selected Writings**, Palo Alto: Stanford University Press, 2001.
- BEEDE, B. R. **The War of 1898 and the U.S. interventions, 1898-1934**: an encyclopedia. New York: Garland, 1994.
- BILLIG, M. **Banal Nationalism**. London: Sage, 1995.
- BLÄSI, B. Peace Journalism and the News Production Process. **Conflict & communication**, v.3, n. 1 e 2, 2004. Disponível em: <http://www.cco.regener-online.de>. Acesso em 27/10/2013.
- BLÄSI, B. Implementing Peace Journalism: The role of conflict stages. **Conflict & communication**, v. 8, n. 2, 2009. Disponível em: <http://www.cco.regener-online.de> Acesso em 27/10/2013.
- BUNTING, M. Reasons for Being Cheerless. **The Guardian**. Disponível em: <http://www.theguardian.com/society/2004/mar/01/britishidentityandsociety.comment>. Acesso em: 28/10/2013
- CARRUTHERS S. **The Media at War**: Communication and Conflict in the XX Century, London: Basingstoke, 2000.
- CARPENTIER, N.; TERZIS, G. **Media representations of war and conflict**: Workshop organized by the KUB-Center Communication for Social Change, Communications Department of the Vesalius College (VUB) and the Pascal Decroos Fund for Investigative Journalism, Universidade Católica de Bruxelas: Bruxelas, 2005.. Disponível em: <http://www.warandmedia.org/documents/war&media.finalreport.pdf>. Acesso em 18/03/2013.
- CORBETT, J. **Media Manipulation and the Drums of War**: How Media is used to Whip the Nation into Wartime Frenzy, Disponível em: <http://www.globalresearch.ca>. Acesso em 03/01/2013.
- CORBETT, J. You tube video Faking It: How the Media Manipulates the World Into War. **Global Research TV**. Disponível em: <http://www.globalresearch.ca>. Acesso em 08/10/2013.
- DAYAN, D. & KATZ, E. **Media Events**: The Live Broadcasting of History. Cambridge MA: Harvard University Press, 1994.
- DELWICHE, A. **Propaganda**. Disponível em: <http://www.propagandacritic.com/>. Acesso em 17/10/2013.
- ENO, B. Lessons of How to Lie about Iraq. **The Observer/Guardian**, Disponível em: <http://www.theguardian.com/politics/2003/aug/17/media.davidkelly>. Acesso em 17/08/2013.
- ERJAVIK, K.; VOLCIC, Z. Recontextualizing Traumatic Pasts: Croatian Justification of War Crimes in Bosnia-Herzegovina. **Global Media Journal Mediterranean Edition** v.2, n. 1, 2007.
- EVANS, H. Reporting in the Time of Conflict. **Newseum War Stories**, Washington D.C.: Newseum, s.d.
- FEDERMAN, R. **Remembering the Best Television Show of 1991**. Letter to a Friend, 1997.
- GEERTZ, C. **The Interpretation of Cultures**. New York: Basic Books, 1973.
- GOODMAN, H. & CUMMINGS, J. Military-Media Relations: Embedding as a Case Study. In: Feldman, **After the War in Iraq**: Defining the New Strategic Balance. Brighton UK: Sussex Academic Press, 2003, p. 84-96.
- GUTIERREZ, M. The 'Prop-Agenda' at War. **Inter Press Service**. Disponível em: <http://www.ipsnews.net/2004/06/special-report-the-prop-agenda-at-war/>. Acesso em 27/06/2013.
- HALLIN, D. C. **The Uncensored War**: The Media and Vietnam. New York: Oxford University Press, 1986.
- HALLIN, D. C. The Media, the War in Vietnam, and Political Support: A Critique of the Thesis of an Oppositional Media. **The Journal of Politics**, 1984, p. 46, 1-24.
- HAMMOCK, R. Content that works: Contextual content, in context, **Wednesday**. Disponível em: <http://www.rexblog.com/2010/03/24/20644>. Acesso em 04/03/2013.
- HANITZSCH, T. Journalists as peacekeeping force?: Peace journalism and mass communication theory. **Journalism Studies**, v.5, n. 4, 2004a, p. 483-495.
- HANITZSCH, T. The peace journalism problem: Failure of news people - or failure on analysis. In: Hanitzsch, T., Löffelholz, M. & Mustamu, R. **Agents of peace**: Public communication and conflict resolution in an Asian setting. Jakarta: Friedrich-Ebert- Stiftung, 2004b, p. 185-206.
- HARRIS, S. Lessons from Corporate Media's Role in Promoting U.S. War: Nest Target: Iran. **Between the Lines Radio News Magazine**. Disponível em: <http://btlonline.org>. Acesso em 30/10/2013.
- HERMAN, E. S. & Chomsky, N. **Manufacturing Consent**: The Political Economy of the Mass Media. New York: Pantheon, 1988.
- INFOREFUGE. How the U.S. Media Promotes War as Entertainment. Disponível em: <http://www.inforefuge.com/media-promotes-war-as-entertainment>. Acesso em 25/10/2013
- IGNATIUS, D. The dangers of embedded journalism, in war and politics. **The Washington Post**. Disponível em: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/04/30/AR2010043001100.html>. Acesso em 12/10/2013.
- KNIGHTLEY, P. **The First Casualty**. London: Prion Books, 2000b.
- KULL, S., RAMSAY, C. & LEWIS, E. Misperceptions, the Media, and the Iraq War. **Political Science Quarterly**, n. 118 v.4, 2003, p. 569-598.
- KURSPAHCIC, K. **Balkan Media in War and Peace**. Washington DC: USIP Press, 2003.
- LANCASTER, K. News Media Coverage of the Iraq War in Basra: A Case Study in "Spinning" News for the State. **International Journal of Communication**. Disponível em: <http://ijoc.org>. Acesso em 15/09/2013.
- LEE, S. T. & MASLOG, C. C. War or Peace Journalism in Asian newspapers? **Journal of Communication** v. 55, n. 2, 2005, p. 311-329.

- LYNCH J. Peace Journalism. In: Allan, **Companion to News and Journalism**. London: Routledge, 2010, p. 542-554.
- MC CHESNEY, R. Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times. New York: The New Press, 2000.
- MCLAUGHLIN, E. Television Coverage of the Vietnam War and the Vietnam Veteran. Disponível em: <http://www.warbirdforum.com/media.htm>. Acesso em 12/10/2013.
- MELONE, S., TERZIS, G., & BELELI, O. Using the media for conflict transformation: The Common Ground experience. In: Fischer, M., Giesmann, H. J. & Schmelzle, B. (Orgs.). **Berghof handbook for conflict transformation**. Berlin: Berghof Research Center for Constructive Conflict Management. Disponível em: <http://www.berghof-handbook.net>. Acesso em 15/10/2013.
- MILLER, L. & RAMPTON, S. The Pentagon's Information Warrior: Rendon to the Rescue. **PRWatch**, v. 8, n. 4, 2001.
- MARTHOZ, J. P. Untitled statement. In: CARPENTIER, N. & TERZIS, G. (Orgs.). Media representations of war and conflict. **Communication for Social Change, Communications Department of the Vesalius College (VUB) and the Pascal DeCroos Fund for Investigative Journalism**. Disponível em: http://homepages.vub.ac.be/~ncarpent/war&media_finalreport.pdf. Acesso em 07/10/2013.
- NOHRSTEDT, S. A. New War Journalism: Trends and Challenges. **Nordicom Review** v. 30, n. 1, p. 95-112, 2009.
- OTTOSEN, R. Untitled statement. In: CARPENTIER, N. & TERZIS, G. (Eds.), Media representations of war and conflict. **Communication for Social Change, Communications Department of the Vesalius College (VUB) and the Pascal DeCroos Fund for Investigative Journalism**. Disponível em: http://homepages.vub.ac.be/~ncarpent/war&media_finalreport.pdf. Acesso em 14/10/2013.
- PARENTI, M. Monopoly Media Manipulation. Disponível em: <http://www.michaelparenti.org/>. Acesso em 14/10/2013.
- PEKUSIC, B. Media war crimes under investigation in Serbia. **Southeast European Times**. Disponível em: <http://www.SETimes.com>. Acesso em 12/10/2013.
- PILGER, J. Why are wars not being reported honestly? **The Guardian**. Disponível em: <http://www.guardian.co.uk/media/2010/dec/10/war-media-propaganda-iraq-lies>. Acesso em 13/10/2013.
- RAIMONDO, J. Payola Pundits for War? Disponível em: www.antiwar.com Acesso em 10/10/2013.
- RAMPTON, S. & Stauber, J. How to Sell a War. **These Times**. Disponível em: <http://www.inthesetimes.com>. Acesso em 10/10/2013.
- RICCHIARDI, S. Whatever Happened to Iraq? How the media lost interest in a long-running war with no end in sight. **American Journalism Review**, ed. jun/jul, 2008.
- ROSEN, J. **News Without the Narrative Needed to Make Sense of the News**: What I Will Say at South by Southwest. Disponível em: <http://pressthink.org>. Acesso em: 15/10/2013
- SCHECHTER, D. **When News Lies**: Media Complicity and The Iraq War. New York: Select Books, 2006.
- SHAH, A. Media Manipulation. **Global Issues**. Disponível em: <http://www.globalissues.org/article/532/media-manipulation>. Acesso em 11/10/2013.
- SHAH, A. War, Propaganda and the Media. **Global Issues**. Disponível em: <http://www.globalissues.org/article/157/war-propaganda-and-the-media>. Acesso em 23/10/2013.
- SHINAR, D. The Myth of the Mighty Media: Alternate and Parallel Communication Networks in Processes of Social Change. In: Graff, R. D. (Org.). **Communications for National Development: Lessons from Experience**. Cambridge, Mass.: Oelgeschlager, Gunn and Hain, 1983.
- SHINAR, D. Palestinian Voices: Communication and Nation-Building in the West Bank. Boulder, CO: Lynne Rienner, 1987.
- SHINAR, D. Peace Process in Cultural Conflict: The Role of the Media. **Conflict & communication**, v. 2, n. 1, 2003. Disponível em: <http://www.cco.regener-online.de>. Acesso em 24/10/2013.
- SHINAR, D. Ecologia e Mídia em Situações de Guerra e Paz. (Ecology and Media in Situations of War and Peace). In: Marques de Melo, J., **Mídia, Ecologia e Sociedade** (Media, Ecology and Society). São Paulo: Intercom, 2008, p. 17-34.
- SHINAR, D. How Can Peace Journalism Make Progress? The Coverage of the 2006 Lebanon War in Canadian and Israeli Media. **International Communication Gazette**, v. 71, n. 6, 2009, p. 451-471.
- SHINAR, D. On media, war and peace: An agenda for thought, reflection, and action. **SGI Quarterly Magazine**, n. 64, 2011.
- SHINAR, D. & BRATIC, V. Asymmetric war and asymmetric peace: Real realities and media realities in the Middle East and the Western Balkans. **Dynamics of Asymmetric Conflict**, v. 3, n. 2, 2010, p. 125-142. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/017467586.2010.531034>. Acesso em 28/10/2013.
- SHINAR, D. & STOICIU, G. Media Representations of Socio-Political Conflict: The Romanian Revolution and the Gulf War. **Gazette**, n. 50, 1992, p. 243-257.
- SCHUDSON, M. What's unusual about covering politics as usual? In: Zelizer, B. & Allan, S. (Orgs.). **Journalism after September 11**. New York: Routledge, 2002, p. 44-54.
- SIMON, B. **Forty Days**. New York: Putnam, 1992.
- TAYEYBWA, W. (Re)framing Mass Media Values: The Prospects and Challenges of Peace Media in Uganda. Unpublished PhD. Dissertation: Montreal: Concordia University, 2012.
- TEHRANIAN, M. Peace Journalism: Negotiating Global Media Ethics. Harvard **International Journal of Press/Politics** n.7, 2002, p.58-83. Disponível em: <http://hij.sagepub.com/cgi/content/abstract/7/2/58>. Acesso em: 27/10/2013.
- VOLCIC, Z. Blaming the Media: Serbian Narratives of National(ist) Identity. **Continuum: Journal of Media & Cultural Studies**, v.20, n.3, 2006, p. 313-330.
- WOLFSFELD, G. **Media and the Path to Peace**. Cambridge: University Press, 2004.
- YANAGIZAWA-DROTT, D. Propaganda and Conflict: Evidence from the Rwandan Genocide. Cambridge: Harvard University Kennedy Center, 2012.
- THOMPSON, A. **The Media and the Rwanda Genocide**. Londres: Pluto, 2007.
- ZANDBERG, E. & NEIGER, M. Between the nation and the profession: journalists as members of contradicting communities. **Media, Culture & Society** v. 27, n.1, 2005, p. 131-141.

