

ESCOLA DE GUERRA NAVAL

CC PEDRO HUGO TEIXEIRA DE OLIVEIRA JÚNIOR

A MÍDIA INSERIDA:

oportunidades e ameaças à luz dos ensinamentos da Guerra do Iraque.

Rio de Janeiro

2009

CC PEDRO HUGO TEIXEIRA DE OLIVEIRA JÚNIOR

A MÍDIA INSERIDA:

oportunidades e ameaças à luz dos ensinamentos da Guerra do Iraque.

Monografia apresentada à Escola de Guerra Naval, como requisito parcial para a conclusão do Curso de Estado-Maior para Oficiais Superiores.

Orientador: Prof. Albertino

Rio de Janeiro  
Escola de Guerra Naval  
2009

## RESUMO

Em fevereiro de 2002, o Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América adotou, como estratégia de relacionamento com a mídia para a Guerra do Iraque, o Programa de “Embedded Media”, o qual o autor traduz como Programa de “Mídia Inserida”. A concepção do referido programa pautou-se na participação maciça de jornalistas inseridos junto às unidades terrestres, navais e aéreas, os quais gozaram de amplo acesso às tropas e de elevada liberdade para transmitirem “ao vivo” informações do Teatro de Operações. Os resultados obtidos pelo programa foram extremamente positivos para os militares norte-americanos no que tange ao desenvolvimento de boas relações junto à mídia, à melhora da imagem das forças armadas junto à população, à obtenção de apoio da opinião pública e à condução de operações psicológicas e de contrapropaganda. O principal aspecto negativo esteve associado à divulgação, mesmo que em número reduzido, de informações sigilosas por parte de jornalistas inseridos. Diante de sua ousadia e dos resultados obtidos a partir de sua implementação, o estudo do Programa de Mídia Inserida passa a ser de considerável relevância para as Forças Armadas. Não obstante os resultados positivos obtidos na Guerra do Iraque, alguns fatores de risco podem vir a comprometer futuras tentativas de implementação de programas similares e, portanto, devem ser previamente analisados. Dentre estes fatores destacam-se, o risco de disseminação de informações sensíveis e a capacidade e meios do inimigo para utilizar tais informações em proveito próprio; o impacto que um elevado número de baixas ou que relatos de falhas humanas e materiais podem ter no apoio da população; o aumento da pressão sobre os elementos envolvidos no processo decisório, diante da velocidade das informações; e a possibilidade de perda de credibilidade por parte das fontes oficiais de informação. Em tempo de paz, a estratégia de “mídia inserida” pode ser explorada ou empregada em determinadas ocasiões, no entanto, a maior contribuição de sua implementação está associada à preparação das Forças Armadas, visando futuros conflitos armados em que tal estratégia de relacionamento com a mídia possa vir a ser imposta com o intuito de atender objetivos de alto nível.

**Palavras-chave:** mídia, “mídia inserida”, “embedded media”, “jornalistas inseridos”, “Guerra do Iraque” e “Comunicação Social”.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>A MÍDIA INSERIDA NA GUERRA DO IRAQUE</b> .....	<b>7</b>
2.1	A decisão de implementar o Programa de Mídia Inserida.....	7
2.2	A implementação do Programa de Mídia Inserida.....	9
2.3	A mídia inserida e sua atuação na Guerra do Iraque.....	11
<b>3</b>	<b>A AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS À LUZ DOS INTERESSES MILITARES</b> .	<b>13</b>
3.1	Sigilo das Operações.....	13
3.2	Relacionamento com a mídia.....	14
3.3	Imagem das instituições militares.....	15
3.4	Apoio da opinião pública.....	16
3.5	Operações psicológicas e de contrapropaganda.....	17
<b>4</b>	<b>FATORES DE RISCO DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA INSERIDA</b> .....	<b>19</b>
4.1	O binômio “sigilo das operações x qualidade do inimigo”.....	19
4.2	Efeitos negativos sobre a opinião pública.....	20
4.3	Efeitos no processo decisório.....	21
4.4	Redução do grau de credibilidade das informações.....	22
<b>5</b>	<b>O EMPREGO DA MÍDIA INSERIDA EM TEMPOS DE PAZ</b> .....	<b>23</b>
<b>6</b>	<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>25</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Na atualidade, a partir do fenômeno da comunicação de massa, a mídia passou a ser a maior responsável pela formação da opinião pública, sendo, portanto, necessário que as instituições desenvolvam habilidades para relacionar-se com a mídia e, desta forma, garantir que mensagens de seu interesse cheguem ao público (BRASIL, 2006).

Para os militares, a segurança das operações é mais importante do que a necessidade de dar acesso à mídia. Por outro lado, a mídia interpreta a postura dos militares de negar o acesso às informações como uma barreira ao cumprimento de sua missão básica, qual seja, manter a sociedade informada (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

Na atual “era da informação”, a incapacidade dos militares de estabelecerem uma estratégia adequada de relacionamento com a mídia passa a ser considerada um risco, pois a cobertura jornalística desfavorável de um conflito tende a afetar, negativamente, a vontade e o apoio da população em relação ao esforço de guerra (STARNES<sup>1</sup>, 2004).

Assim, no contexto de um conflito armado, a estratégia de relacionamento com a mídia passa a ser tratada como um aspecto crítico e de relevante importância, passando a ser examinado e preparado desde a fase de planejamento da campanha militar (MARYE<sup>2</sup>, 2004). O resultado desta conscientização da importância da mídia reflete-se no emprego de recursos de comunicação social cada vez mais sofisticados por parte dos governos e das instituições militares (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

Poucos meses antes da Guerra do Iraque (2003), o Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América (EUA) divulgou as suas Diretrizes de Relações Públicas para Futuras Operações, estabelecendo o Programa de “Embedded Media” como a estratégia a ser empregada pelas Forças Armadas dos EUA no que tange ao relacionamento com a mídia (STARNES, 2004).

O Exército dos EUA define “embed” como:

O ato de introduzir um repórter como membro de uma unidade. O repórter dorme, alimenta-se e desloca-se com a unidade, possuindo livre acesso a todos os seus membros sem ser acompanhado por pessoal de relações públicas [...] (Army Field Manual 46-1 apud DOOLEY, 2008, p. 7, tradução nossa).

A palavra inglesa “embedded” não possui tradução definida para a língua portuguesa, recebendo vários significados, tais como: embutida, encaixada, integrada, incorporada, etc. Diante da inexistência de uma tradução exata, o autor optou por utilizar a

---

<sup>1</sup> Glenn T. Starnes, em julho de 2004, era Coronel do *United States Marine Corps* (Corpo de Fuzileiros Navais dos EUA). Atuou como Comandante de Batalhão na Guerra do Iraque.

<sup>2</sup> James M. Marye, em julho de 2004, era Tenente-Coronel do *United States Army* (Exército dos EUA).

expressão “mídia inserida” para referir-se à “embedded media”.

O uso deste tipo de estratégia de relacionamento, no entanto, não foi uma novidade. Como exemplo, por ocasião da 2ª Guerra Mundial, jornalistas foram inseridos junto às tropas aliadas ou, até mesmo faziam parte delas. Por ocasião do Dia “D”<sup>3</sup>, havia 557 jornalistas inseridos com as tropas (NETO, 2008).

O Programa de “Mídia Inserida” foi desenvolvido por Victoria Clarke, Assistente de Relações Públicas do Departamento de Defesa dos EUA, e por Bryan Whitman, seu secretário e ex-oficial do Exército dos EUA. O grande diferencial do programa, era a sua concepção baseada na participação maciça de jornalistas inseridos junto às tropas, gozando de elevada liberdade para a transmissão “ao vivo” de informações a respeito das ações em curso no Teatro de Operações (RODRIGUEZ, 2004).

Foi uma decisão arriscada, uma vez que poderia comprometer o sigilo das operações e a segurança das tropas, além de expor as Forças Armadas norte-americanas ao “escrutínio implacável” dos jornalistas. No entanto, aliado às inovações tecnológicas empregadas pela mídia na transmissão de imagens e relatos diretamente do Teatro de Operações iraquiano, o programa acabou por mostrar-se revolucionário (SANTOS, 2008).

Considerando-se o caráter inovador do Programa de Mídia Inserida e os resultados obtidos na Guerra do Iraque, o estudo do tema passa a ser de considerável relevância para as Forças Armadas.

Assim, esta monografia tem o propósito de analisar os resultados da estratégia de “mídia inserida”, bem como, seus eventuais fatores de risco, à luz dos interesses militares; e identificar oportunidades para o seu emprego em tempo de paz.

Para o desenvolvimento deste trabalho, serão descritas as principais etapas do Programa de Mídia Inserida, desde a decisão pela sua implementação até o seu efetivo emprego na Guerra do Iraque; em seguida, os resultados obtidos pelo Programa de Mídia Inserida serão analisados à luz dos interesses militares; posteriormente, serão elencados eventuais fatores de risco que venham ser capazes de comprometer os resultados em futuros conflitos armados; em última análise, serão identificadas as possibilidades de emprego da “mídia inserida” em tempo de paz; e finalmente, será feita uma conclusão que apontará as principais ameaças e oportunidades para as Forças Armadas, a partir do emprego da estratégia de “mídia inserida”, em situações de conflito armado e em tempo de paz.

---

<sup>3</sup> Dia 6 de junho de 1944, data da invasão aliada no norte da França por ocasião da 2ª Guerra Mundial.

## 2 A MÍDIA INSERIDA NA GUERRA DO IRAQUE

### 2.1 A decisão de implementar o Programa de Mídia Inserida

Ainda durante a fase de planejamento da Guerra do Iraque (2003), o Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América (EUA) deparou-se com uma importante decisão que se referia à forma de relacionamento com a mídia a ser adotada durante o conflito (STARNES, 2004).

Um dos aspectos considerados era a crescente pressão da mídia quanto ao acesso às fontes de informação, fruto do descontentamento provocado pelo tratamento que a mesma havia recebido do Governo dos EUA durante os conflitos no Kosovo (1999) e no Afeganistão (2001) (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

Outro fator dizia respeito à oposição da maioria dos estados-membros da Organização das Nações Unidas e da opinião pública mundial quanto à invasão do Iraque por parte de uma força de coalizão liderada pelos EUA (RODRIGUEZ, 2004).

Em fevereiro de 2003, o Secretário de Defesa dos EUA disseminou as Diretrizes de Relações Públicas para Futuros Conflitos<sup>4</sup>, assinalando que a mesma baseava-se na idéia de divulgar a realidade dos fatos, independente da conotação que os mesmos teriam na opinião pública. O mais importante seria combater as desinformações e distorções que poderiam vir a ser exploradas pelo governo iraquiano. (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

Assim, o Departamento de Defesa dos EUA, ao invés de adotar uma estratégia para tentar excluir a mídia do Teatro de Operações (TO), desenvolveu o Programa de “Mídia Inserida”, o qual baseava-se na inserção dos jornalistas junto às tropas norte-americanas que estariam combatendo no Iraque (DOOLEY<sup>5</sup>, 2008).

O conceito e emprego da mídia inserida não foi uma novidade, mas o plano do Departamento de Defesa dos EUA caracterizou-se por ser extremamente audacioso quando comparado a exemplos anteriores, como os modelos adotados na Segunda Guerra Mundial (1939-1945) e na Guerra do Vietnã (1964-1975), sobretudo quanto ao escopo e ao número de jornalistas envolvidos (RODRIGUEZ, 2004).

A Assistente de Relações Públicas do Departamento de Defesa dos EUA, Victoria Clarke, mentora do Programa da “Mídia Inserida” para a Guerra do Iraque, declarou que a estratégia do programa baseava-se no envolvimento de elevado número de “jornalistas

---

<sup>4</sup> Disponível em: <[www.defenselink.mil/news/feb2003/d20030228pag.pdf](http://www.defenselink.mil/news/feb2003/d20030228pag.pdf)>.

<sup>5</sup> James B. Dooley, em maio de 2008, era Major da *United States Air Force* (Força Aérea dos EUA).

inseridos” e na exposição das diversas nuances do conflito à opinião pública, com ênfase nos seguintes aspectos: divulgar as operações de combate e humanitárias da coalizão; demonstrar a preocupação em evitar baixas civis; expor as tentativas de desenvolvimento de armas de destruição em massa e os crimes contra a população iraquiana por parte do Governo de Saddam Hussein; e realçar o profissionalismo das tropas dos EUA (RODRIGUEZ, 2004).

O aspecto mais relevante das Diretrizes do Departamento de Defesa, no que concerne ao campo militar, foi o fato de os comandantes de unidades não poderiam confiscar, censurar ou impedir a transmissão de material produzido pela mídia. No que diz respeito à mídia inserida, a autoridade dos comandantes limitava-se à possibilidade de restringir transmissões, antes ou durante o andamento das operações, caso as mesmas representassem risco à segurança do pessoal ou das ações. (CHRISTOPHER e KIM, 2004, grifo nosso).

A partir da adoção do Programa de “Mídia Inserida” na Guerra do Iraque, o Departamento de Defesa dos EUA “finalmente deu à mídia o que ela solicitava, um programa de inserção de jornalistas com pleno acesso às tropas norte-americanas envolvidas em combates nos cenários terrestre e naval” (BURMEISTER<sup>6</sup>, 2008, p. 21, tradução nossa).

Analisando-se o processo de adoção do Programa de “Mídia Inserida” pelo, observa-se que a estratégia de relacionamento com a mídia foi definida pelo Departamento de Defesa dos EUA ainda na fase de planejamento da operação no Iraque e a decisão de inserir maciçamente os jornalistas junto às tropas e proporcionar-lhes elevado nível de acesso às informações foi tomada para obter alguns efeitos desejados por parte do governo e dos militares norte-americanos. O primeiro efeito desejado era o desenvolvimento de boas relações entre o governo, os militares e a mídia, o que seria obtido a partir do elevado nível de acesso proporcionado aos jornalistas durante o conflito, em atendimento a antigos pleitos da mídia. O segundo efeito desejado fundamentava-se na redução do espaço na mídia, sobretudo norte-americana, para veiculação de notícias contrárias à intervenção no Iraque, o qual seria satisfeito por meio de uma maciça cobertura da guerra, “saturando” os meios de comunicação com imagens e relatos ao vivo do Teatro de Operações e, naturalmente, despertando o interesse da população norte-americana para o conflito.

No entanto, para o atingimento destes efeitos desejados, considerando-se a magnitude e ousadia com que o Programa de “Mídia Inserida” havia sido concebido, era necessário que os níveis operacional e tático tivessem capacidade de se adaptar às diversas alterações e aos riscos impostos pelo referido programa.

---

<sup>6</sup> David A. Burmeister, em abril de 2008, era Capitão-de-Corveta da *United States Navy* (Marinha dos EUA). Durante a Guerra do Iraque (2003), conviveu com “jornalistas inseridos” a bordo do *USS “Abraham Lincoln”*.



## 2.2 A implementação do Programa de “Mídia Inserida”

Com o intuito de estabelecer as normas que balizariam a forma como a mídia atuaria no TO e permitir que os militares se preparassem para as alterações que o Programa de “Mídia Inserida” produziria nos níveis operacional e tático, o Departamento de Defesa dos EUA elaborou “Regras de Campo”<sup>7</sup>, as quais foram definidas após encontros com representantes das principais agências de notícias norte-americanas (CHRISTOPHER e KIM, 2004). As referidas regras consistiam em um documento detalhado, contendo os diversos procedimentos permitidos e proibidos, à mídia e aos militares, durante a cobertura da Guerra do Iraque (RODRIGUEZ, 2004).

Para que um jornalista fosse incluído no programa, era necessário que o mesmo declarasse compreender e aceitar as “Regras de Campo”, as quais estabeleciam diversos direitos e deveres de ambas as partes, dentre os quais cabe ressaltar: o jornalista inserido teria acesso ao pessoal militar de qualquer nível; poderia veicular informações gerais acerca do poderio militar das tropas, da situação de feridos e de forças inimigas capturadas; disseminar a localização de alvos e objetivos militares previamente atacados; e divulgar nomes e cidades de origem dos militares dos EUA, caso estes consentissem. Estaria, no entanto, proibido de carregar armas; utilizar veículos particulares; fotografar ou filmar instalações de defesa da coalizão; disseminar informações sobre os feridos antes que seus familiares fossem oficialmente informados; fotografar ou filmar prisioneiros de guerra sem permissão; e divulgar detalhes acerca de operações futuras (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

A fim de permitir a familiarização dos jornalistas com os procedimentos militares e as condições a serem enfrentadas no TO, o Departamento de Defesa dos EUA ofereceu estágios de treinamento aos jornalistas, os quais eram conduzidos em organizações militares denominadas “Embed Boot Camps”. O treinamento, conduzido por militares, tinha duração de uma semana e incluía desde noções de primeiros-socorros até técnicas de proteção contra ataques nucleares, biológicos e químicos. Apesar de estimulador, o treinamento não se caracterizava como etapa obrigatória para que um jornalista fosse selecionado pelo Programa de “Mídia Inserida”. O principal aspecto positivo desta iniciativa foi permitir aos jornalistas e aos militares conviverem e compartilharem seus procedimentos e terminologias, além de possibilitar, à mídia, a verificação e teste de seus equipamentos sob condições próximas às que seriam observadas no TO (RODRIGUEZ, 2004).

---

<sup>7</sup> Disponível em: <[www.defenselink.mil/news/feb2003/d20030228pag.pdf](http://www.defenselink.mil/news/feb2003/d20030228pag.pdf)>.

Quanto aos impactos do programa no âmbito militar, era preciso que os comandantes de unidades estivessem aptos a compreender todas as facetas das relações com a mídia e aceitar que, nem sempre, as reportagens a respeito do desempenho de suas unidades teriam conotações positivas. Um outro aspecto crítico a ser considerado era o fato de que a liberdade atribuída à mídia pelo Programa de Mídia Inserida, transformava qualquer soldado em um elemento estratégico, pois seus atos, uma vez registrados e veiculados por jornalistas inseridos, poderiam, imediatamente, afetar a imagem das tropas da coalizão junto à opinião pública norte-americana e mundial (MARYE, 2004).

Além disso, a cobertura da mídia representava riscos não só para as operações, mas também para a reputação e para a carreira dos militares que estariam a ela expostos, caso as notícias veiculadas tivessem conotação negativa em relação aos seus desempenhos ou aos procedimentos que os mesmos viessem a adotar em combate (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

Os militares norte-americanos cientes de que seria impossível implementar qualquer tipo de censura às transmissões dos jornalistas inseridos, adotaram a política de “sigilo na fonte”, a qual pregava que oficiais e praças norte-americanos deveriam ser cautelosos no trato com a mídia: somente dar declarações acerca de assuntos de que tivessem pleno conhecimento ou a respeito de atividades das quais tivessem participado; e não fazer comentários ou especulações a respeito de medidas adotadas por superiores. Cabe ressaltar, no entanto, que houve grande preocupação em deixar claro aos militares que tais orientações, em nenhuma hipótese, deveriam ser interpretadas como “não fale com os jornalistas” (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

No que tange à implementação do Programa de Mídia Inserida, pode-se concluir que três aspectos foram relevantes quanto à preparação para a sua efetiva execução durante a Guerra do Iraque: o estabelecimento das “Regras de Campo”, fixando os parâmetros em que se dariam as relações entre as tropas e os jornalistas inseridos; os “Boot Camps”, como forma de familiarizar os jornalistas com a rotina e os procedimentos da tropa; e a política de “sigilo na fonte” adotada pelos militares com o intuito de salvaguardar informações sensíveis a respeito das operações militares, mas, ao mesmo tempo, incentivando o contato entre a tropa e os jornalistas inseridos.

Estas medidas preparatórias são entendidas como formas que o Departamento de Defesa dos EUA encontrou para aumentar o grau de previsibilidade com que se dariam as relações entre os militares e os jornalistas inseridos e, desta forma, fazer com que a execução do Programa de Mídia Inserida ocorresse dentro de um ambiente o mais controlado possível.

### 2.3 A mídia inserida e sua atuação na Guerra do Iraque

Na noite de 21 de março de 2003, as tropas da coalizão liderada pelos EUA iniciaram os ataques contra o território iraquiano. Os meios de comunicação foram, em poucos minutos, inundados por imagens, sons e relatos, produzidos pelos jornalistas inseridos e transmitidos, ao vivo, do TO (FERRELL, 2004).

O resultado foi espantoso [...] as televisões mostraram em directo (sic) o acontecimento. [...] na manhã de 22 de março, o repórter Walter Rogers mostrou, em directo na CNN, as imagens dos blindados do 7º de Cavalaria literalmente a cavalgar pelo deserto iraquiano a enorme velocidade [...]. A transmissão durou mais de uma hora e deixou os telespectadores agarrados aos ecrãs. [...]. Dias depois, a CNN mostrava, também em directo, o 7º de Cavalaria a ser atacado por francoatiradores (sic), o som das rajadas a reverberar pelo videofone como teclas de máquinas de escrever. Nunca se tinha visto nada assim em televisão (SANTOS, 2008).

Quanto ao número de jornalistas que aderiram ao programa do Departamento de Defesa dos EUA, cerca de quatrocentos foram inseridos junto ao Exército dos EUA, dezoito na Força Aérea, 150 no Corpo de Fuzileiros Navais e 141 na Marinha, totalizando mais de setecentos jornalistas contemplados pelo Programa de Mídia Inserida. Cabe ressaltar que destes, aproximadamente cem jornalistas não eram norte-americanos, incluindo repórteres da rede árabe Al Jazeera<sup>8</sup> (CHRISTOPHER e KIM, 2004). Das vagas destinadas a jornalistas inseridos norte-americanos, o Departamento de Defesa dos EUA reservou 10% para que fossem distribuídas aos órgãos de mídia sediados em regiões dos EUA de onde provinham as tropas norte-americanas (RODRIGUEZ, 2004). Tais dados a respeito do Programa de Mídia Inserida demonstram a sua magnitude e a facilidade de acesso proporcionada, em larga escala, à mídia durante o conflito (BURMEISTER, 2008).

Segundo Starnes (2004, p. 5, tradução nossa), “no auge do conflito, a mídia inserida foi responsável pela produção de mais de seis mil reportagens por semana. Como comandante de batalhão no conflito, testemunhei [...] o impacto destas reportagens”.

Graças aos avanços observados no âmbito da tecnologia das comunicações, as informações da mídia inserida alimentaram continuamente e, em tempo real, as agências de notícias. Diversos canais de televisão via cabo e por satélite passaram a veicular, ininterruptamente, notícias a respeito da guerra, criando o fenômeno que recebeu o nome de “Ciclo de notícias 24 horas”<sup>9</sup> (CHRISTOPHER e KIM, 2004). Este ciclo de notícias permitiu

<sup>8</sup> Segundo Rayes (2003), a Al Jazeera, canal de televisão catariiano, é o campeão de audiência no mundo árabe, com cerca de quarenta milhões de telespectadores. Os repórteres da rede Al Jazeera foram inseridos em unidades posicionadas na retaguarda, mais precisamente no território do Kuwait, onde permaneceram durante todo o período do conflito (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

<sup>9</sup> Termo traduzido do inglês “24-hours News Cycle”.

ao público acompanhar, durante todo o tempo e ao vivo, o avanço das tropas dos EUA até Bagdá (FERRELL, 2004).

No entanto, em primeiro de maio de 2003, menos de dois meses após o início dos combates, o Presidente dos EUA declarou encerrada a principal fase da Guerra do Iraque. A mídia considerou, então, que não havia mais atrativos para permanecer no TO e os próprios contingentes de relações públicas militares no Iraque foram consideravelmente reduzidos (BURMEISTER, 2008). Como consequência, as principais redes de notícias retornaram às suas programações normais e os canais de televisão a cabo e por satélite interromperam seus “Ciclos de notícias 24 horas” (RODRIGUEZ, 2004).

Em abril de 2003, havia menos de quarenta jornalistas inseridos junto às tropas dos EUA no Iraque. Assim, durante a “Fase de Estabilização” da operação militar no Iraque, a mídia, preocupada em manter os níveis de audiência por parte do público, passou a concentrar-se na veiculação de informações e matérias sobre emboscadas, tumultos, saques e sabotagens (STARNESE, 2004). A partir de então, as vantagens do emprego da mídia inserida, observadas durante a “Fase de Combates”, haviam sido perdidas (RODRIGUEZ, 2004).

É possível, portanto, observar que a fase de execução do Programa de Mídia Inserida atendeu ao propósito, estabelecido na fase de planejamento, de despertar o interesse da população norte-americana para o conflito. Este interesse foi fruto da elevada quantidade de jornalistas inseridos e do volume de reportagens transmitidas, “ao vivo”, do TO. A reserva de vagas para jornalistas norte-americanos baseados nas regiões de origem das tropas norte-americanas foi uma forma de potencializar a empatia entre as tropas, a mídia e a população daquelas regiões e, conseqüentemente, o interesse daquele público pelas notícias.

A preocupação quanto à inclusão de jornalistas estrangeiros, inclusive da rede Al Jazeera, foi uma forma de dar maior credibilidade ao programa no que tange à não diferenciação, pelo menos em tese, entre a mídia internacional e a norte-americana.

No entanto, a declaração do Presidente dos EUA, encerrando a Fase de Combates, representou o final das atividades que a mídia considerava serem capazes de manter a audiência do público. Conseqüentemente, houve uma considerável redução de jornalistas inseridos junto à tropa e o foco da mídia passou a ser a divulgação de informações que, apesar de negativas para os interesses dos militares, seriam capazes de despertar o interesse do público. Em suma, a mídia, não obstante seu papel de prover informações à sociedade, é também um ramo de negócios e, portanto, tende a concentrar-se na veiculação de informações que lhe permitam maiores audiências e, conseqüentemente, maior retorno financeiro.

### **3 A AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS À LUZ DOS INTERESSES MILITARES**

A fim de permitir a mensuração dos resultados obtidos pelo Programa de Mídia Inserida na Guerra do Iraque, o mesmo será avaliado à luz dos interesses militares em suas relações com a mídia. Christopher e Kim (2004) destacam os seguintes interesses militares, em suas relações com a mídia, durante os conflitos armados:

- a) Não permitir que a cobertura da mídia comprometa o sigilo das operações;
- b) Desenvolver boas relações junto à mídia;
- c) Manter ou melhorar a imagem das instituições militares;
- d) Obter apoio da opinião pública; e
- e) Conduzir operações psicológicas e de contrapropaganda.

O atendimento destes interesses militares, a partir do emprego do Programa de Mídia Inserida adotado pelos EUA no Iraque, será analisado nos subitens a seguir.

#### **3.1 Sigilo das Operações**

Para os militares, a manutenção do sigilo acerca de informações sensíveis é de suma importância para o sucesso das operações. Já para a mídia, é extremamente relevante a obtenção e divulgação de informações “em primeira mão” acerca dos acontecimentos. Tal situação representa, portanto, um potencial risco para os militares, caso detalhes a respeito de futuras operações venham a ser divulgados antecipadamente e possam ser utilizados pelo inimigo (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

Quanto à mídia inserida na Guerra do Iraque, há informações de que, em pelo menos três oportunidades, jornalistas inseridos tenham sido excluídos do programa por violarem as “Regras de Campo”. O primeiro, inserido junto à Força Aérea dos EUA, por produzir imagens em área não permitida, a qual continha dados de identificação e nomes de pilotos; o segundo, inserido junto ao Exército dos EUA, por desobedecer ordens quanto à proibição de uso de determinado tipo de comunicação via satélite; e o terceiro, inserido junto ao Corpo de Fuzileiros Navais dos EUA, por divulgar informações a respeito de futuros deslocamentos da tropa no terreno (DOOLEY, 2008).

Segundo Christopher e Kim (2004, p. 78, tradução nossa), durante a “Fase de Combates”, houve “menos de meia dúzia exclusões por violações do sigilo das operações [...] o sigilo das operações foi, de forma geral, mais protegido do que violado [...] e não há evidências de que forças iraquianas tenham obtido vantagens em alguma destas ocasiões”.

Dois aspectos contribuíram para o pequeno número de violações das “Regras de Campo” e para o reduzido comprometimento de informações sensíveis: a empatia criada entre o jornalista e a tropa, devido ao convívio e ao compartilhamento diário de emoções e dificuldades; e o interesse dos jornalistas inseridos em salvaguardarem sua própria integridade física, uma vez que a sua proteção dependia da segurança das tropas em que estavam inseridos (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

Durante a Guerra do Iraque, houve uma reduzida incidência de divulgação de informações sensíveis por parte da mídia inserida e, segundo relatos, não há registros de que as tropas iraquianas tenham feito uso destes dados. O número reduzido de violações das “Regras de Campo” pode ser entendido como efeito do bom relacionamento estabelecido entre a tropa e os jornalistas inseridos, bem como, do interesse destes em manterem sua própria segurança.

### **3.2 Relacionamento com a mídia**

Analisando as relações entre a mídia e os militares, pode-se afirmar que, enquanto os jornalistas buscam obter e disseminar as informações, os militares buscam controlar o fluxo destas informações. Este choque de interesses, associado às latentes diferenças culturais entre as duas profissões, acaba por, frequentemente, produzir relações pautadas na discórdia e na desconfiança entre as partes (RODRIGUEZ, 2004).

Christopher e Kim (2004) extrapolam o resultado da relação entre os militares e a mídia, afirmando que o tipo de relações que os militares conseguem construir com a mídia depende do nível de acesso que é oferecido aos jornalistas.

Neste aspecto, o Programa de Mídia Inserida garantiu, à mídia, um nível de acesso e liberdade sem precedentes na história, ao possibilitar o contato direto dos jornalistas com as tropas que se encontravam no TO e, sobretudo, ao permitir a livre veiculação das informações “ao vivo” e sem quaisquer tipos de censura prévia (RODRIGUEZ, 2004).

O Programa de Mídia Inserida permitiu, ainda, a atenuação de diversos focos de tensão entre os militares e a mídia. Isto somente foi possível através de um processo de aprendizagem vivenciado pelos militares e pela mídia a respeito do trabalho e das responsabilidades de cada parte. As experiências compartilhadas pelos militares e jornalistas inseridos resultaram em um senso comum de que as relações entre as partes podem, não só ser necessárias, mas, principalmente, benéficas para ambos os lados (OEHL, 2004).

Na prática, os jornalistas inseridos e a tropa, pelo fato de estarem convivendo

diuturnamente, acabaram por desenvolver certo sentimento de camaradagem (CVIIC, 2003). Tal situação foi responsável pela tendência, por parte dos jornalistas inseridos, de adotarem uma postura favorável às tropas norte-americanas, o que acabou por gerar situações em que os jornalistas inseridos referiam-se aos iraquianos como “inimigos” (SANTOS, 2008). Outro argumento para explicar esta tendência é o fato de que “é difícil pedir a um jornalista norte-americano [...] cobrir com objetividade e imparcialidade uma guerra pela qual se sente vingado” (GOYZUETA, 2003, p. 2).

Tal situação produziu, de maneira geral, efeitos favoráveis aos militares, no entanto foi alvo de duras críticas por parte da grande maioria da mídia norte-americana e mundial, as quais acusaram os “jornalistas inseridos” de terem perdido a imparcialidade e a credibilidade na cobertura do conflito (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

No que diz respeito às relações entre os militares e a mídia, podemos concluir que o Programa de Mídia Inserida foi benéfico para ambas as partes, pois garantiu aos jornalistas gozarem de amplo acesso a informações “em primeira mão”, as quais puderam ser veiculadas sem estarem submetidas a qualquer tipo de censura, e permitiu aos militares, por meio do estreito e constante relacionamento entre os jornalistas inseridos e as tropas, desenvolverem boas relações com a mídia, o que culminou com uma tendência positiva das reportagens com relação às ações dos militares norte-americanos no Iraque.

### **3.3 Imagem das instituições militares**

A imagem que as instituições militares possuem junto ao governo e a sociedade é extremamente dependente do profissionalismo e do desempenho demonstrados no cumprimento de suas obrigações. No que tange à imagem junto à sociedade, o relacionamento com a mídia tem um importante papel. O excessivo sigilo das informações ou o impedimento de acesso aos fatos acabam, normalmente, por induzir uma postura de desconfiança por parte da mídia, a qual passa a julgar que as informações oficialmente disponibilizadas estão incorretas ou omitem a verdadeira realidade dos fatos. Tal comportamento da mídia, naturalmente, acaba por influenciar a opinião pública e, conseqüentemente, comprometer a imagem dos militares junto à sociedade (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

No contexto da Guerra do Iraque (2003), a mídia inserida foi responsável por imagens e notícias nas quais os militares norte-americanos foram retratados como uma tropa extremamente capacitada profissionalmente e de excelente desempenho, além de relatos que enalteciam a elevada habilidade da tropa para improvisar e adaptar-se em combate quando da

ocorrência de situações não previstas no planejamento das missões, do qual os jornalistas recebiam informações antes do início das operações (STARNES, 2004).

Como resultado, nas pesquisas de opinião pública realizadas durante o conflito, a maioria dos norte-americanos entrevistados, independente de apoiar ou não os aspectos políticos da guerra, declarou ter desenvolvido ou aumentado um sentimento de orgulho e admiração para com os militares que estavam combatendo no Iraque (STARNES, 2004).

A mídia inserida permitiu a produção de reportagens que, a partir da observação das tropas em situações de combate por parte dos jornalistas inseridos, retrataram as Forças Armadas dos EUA como instituições baseadas em um alto grau de profissionalismo e de elevado desempenho. Tal fato foi extremamente benéfico aos militares norte-americanos, sobretudo no que tange aos impactos positivos na imagem das Forças Armadas dos EUA junto à população daquele país.

### **3.4 Apoio da opinião pública**

A partir do estabelecimento do Programa de Mídia Inserida, os planejadores militares passaram a considerar que o envolvimento maciço da mídia na cobertura da Guerra do Iraque poderia vir a constituir uma importante ferramenta para a garantia do apoio da população norte-americana (STARNES, 2004).

Após o início do conflito, a grande quantidade de informações produzidas pelos jornalistas inseridos, resultando no “Ciclo de Notícias 24 horas”, em conjunto com os “briefings” conduzidos por oficiais do alto-escalão do Pentágono, foram suficientes para cativar a atenção do povo norte-americano a respeito do conflito (DOOLEY, 2008).

Através de relatos e imagens produzidos pelos jornalistas inseridos, o público tomou conhecimento de diversos detalhes do cotidiano das tropas norte-americanas, passando a admirar os sacrifícios a que os militares estavam submetendo-se para o cumprimento de suas missões. O nível de detalhamento com que a vida militar foi exposta à sociedade norte-americana alcançou patamares sem precedentes. (FERRELL, 2004).

Adicionalmente, verificou-se uma sensível redução da influência dos movimentos anti-guerra sobre a opinião pública norte-americana, uma vez que os relatos da mídia inserida, transmitidos 24 horas por dia, concentraram a audiência no dia-a-dia dos militares, não havendo disponibilidade das redes de comunicação dos EUA para a veiculação de matérias e cobertura de eventos conduzidos por grupos pacifistas (STARNES, 2004).

O apoio da população dos EUA à atuação das tropas norte-americanas manteve-se



elevado durante toda a Fase de Combates, mesmo nas ocasiões em que reportagens negativas e dúvidas quanto aos reais interesses do governo dos EUA no Iraque passaram a ser veiculadas (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

Portanto, o envolvimento maciço dos canais de mídia dos EUA na cobertura da Guerra do Iraque, conforme previsto na fase de planejamento do Programa de Mídia Inserida, foi fundamental para a captação do interesse da população norte-americana, além de reduzir a influência e o espaço destinado à cobertura de eventos com conotação contrária à participação dos EUA no conflito.

Cabe ressaltar que o apoio popular tem íntima relação com os dois aspectos anteriormente abordados: o relacionamento com a mídia e a imagem das instituições militares. Obviamente, as boas relações estabelecidas pelos militares norte-americanos junto aos jornalistas inseridos levaram à produção de reportagens que relatavam o desempenho das tropas de forma positiva e estas foram importantes para a melhora da imagem das instituições militares junto à população, a qual é fortemente influenciada pela mídia. O resultado deste desencadeamento acabou por ser o elevado apoio da população dos EUA aos militares norte-americanos mesmo em situações em que a credibilidade do governo passou a ser questionada.

### **3.5 Operações psicológicas e de contrapropaganda**

A estratégia de relacionamento com a mídia adotada pela OTAN durante os conflitos no Kosovo (1999), trouxe ensinamentos importantes aos militares norte-americanos. Na ocasião, o limitado acesso destinado à mídia acabou por incentivar os jornalistas a buscarem fontes alternativas de informações. Neste contexto, o governo iugoslavo demonstrou habilidade em ocultar as “áreas limpeza étnica”<sup>10</sup> e assegurar o acesso dos jornalistas locais onde os bombardeios aéreos da OTAN causaram danos a civis. A veiculação de imagens e notícias, em abril de 1999, a respeito do bombardeio, por engano, de um comboio de refugiados próximo à Djakovica teve, na ocasião, resultados desastrosos para a imagem das tropas da OTAN (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

No contexto da “guerra de informações”, a Guerra do Iraque foi a primeira a contar com a disseminação, em caráter mundial, de imagens produzidas por redes de televisão árabes (GOYZUETA, 2003). A rede de televisão Al Jazeera foi o canal árabe de maior projeção no cenário internacional durante o conflito, sendo que grande parte de suas

---

<sup>10</sup> Regiões em que o Governo da Iugoslávia realizou ataques contra a minoria da população de origem albanesa.

reportagens teve como foco as vítimas civis dos ataques das tropas da coalizão e a crítica à promessa dos EUA de uma guerra “limpa e rápida” (RAYES, 2003).

A Al Jazeera não hesitou em mostrar o vídeo de soldados norte-americanos sob interrogatório das forças iraquianas que os haviam capturado [...]. A credibilidade da Al Jazeera saiu arranhada dessa guerra, ainda que o canal pareça ter corrigido um pouco sua linha editorial após o fim das hostilidades. [...] no escritório da Al Jazeera em Bagdá, admite-se sem problemas que “a emissora apoiava Saddam durante a guerra” (RAYES, 2003, p. 7).

Pelo lado da coalizão liderada pelos EUA, a Guerra do Iraque contém, pelo menos, dois exemplos claros do emprego da mídia inserida como suporte a operações psicológicas e de contrapropaganda. O primeiro refere-se à “Campanha de Choque e Pavor”<sup>11</sup> empreendida pelas tropas da coalizão liderada pelos EUA no início da guerra, cujas ações foram transmitidas, ao vivo para o Iraque, como “cortesia” da rede ABC, com a clara intenção de intimidar as forças inimigas e desencorajar eventuais resistências por parte da população iraquiana (CHRISTOPHER e KIM, 2004). O segundo refere-se às declarações do Ministro das Informações do Iraque à rede britânica BBC, nas quais o mesmo garantia a inexistência de tropas da coalizão no Aeroporto de Bagdá, enquanto imagens, ao vivo, produzidas por jornalistas inseridos mostravam tropas e tanques norte-americanos no interior do referido aeroporto (DOOLEY, 2008).

No que tange à “guerra de informações” no conflito, a presença da rede árabe Al Jazeera foi uma inovação, porém seu ostensivo apoio ao governo iraquiano acabou por afetar sua credibilidade perante a opinião pública mundial. O Programa de Mídia Inserida, por sua vez, revelou-se, devido à veiculação de informações “ao vivo”, um importante instrumento do Departamento de Defesa dos EUA para a condução de operações psicológicas e de contrapropaganda.

---

<sup>11</sup> Traduzido do termo, em inglês, “Shock and Awe Campaign”. Doutrina aplicada pela coalizão liderada pelos EUA na Guerra do Iraque, a qual “consistia em, aproveitando a grande disparidade de forças, demonstrá-la desde o início bombardeando as cidades iraquianas, de modo a fazer com que a população sofresse com o conflito, a fim de reduzir seu moral.” (BRASIL, 2006b, cap. 5, p. 33).

## 4 FATORES DE RISCO DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA INSERIDA

Conforme observado, o Programa de Mídia Inserida produziu resultados extremamente satisfatórios para os militares norte-americanos, estando o principal aspecto negativo relacionado à divulgação, mesmo que em número reduzido, de informações sigilosas por parte de jornalistas inseridos. Não obstante este saldo positivo, é importante considerarmos que alguns aspectos poderiam ter alterado estes resultados e, portanto, devem vir a ser considerados em empregos futuros deste modelo de relacionamento com a mídia. Os próprios militares norte-americanos manifestaram esta preocupação, dentre eles o Comandante Geral da 1ª Divisão de Fuzileiros Navais dos EUA na Guerra do Iraque:

Nós [referindo-se aos militares norte-americanos] precisamos fazer uma pausa e nos lembrarmos que fomos, ao mesmo tempo, bons e afortunados. Obtivemos uma vitória rápida e conseguimos manter níveis reduzidos de baixas [...]. O que estaria nas manchetes se a Coalizão perdesse um batalhão de infantaria em um ataque químico? Se houvesse maior resistência da população iraquiana e a sua maioria nos enfrentasse quarteirão por quarteirão? (MATTIS apud CHRISTOPHER e KIM, 2004, p. 106, tradução nossa).

### 4.1 O binômio “sigilo das operações x qualidade do inimigo”

A divulgação de informações sensíveis representa um potencial risco para os militares, caso detalhes a respeito de futuras operações venham a ser divulgados antecipadamente e possam ser utilizados pelo inimigo (CHRISTOPHER e KIM, 2004). Dois exemplos clássicos, a respeito do assunto, referem-se à Guerra das Malvinas (1982):

A rádio e TV estatal britânica BBC divulgou que os britânicos iriam atacar o vilarejo de Goose Green antes da operação. A informação surgiu de um "vazamento" em Londres, não dos correspondentes nas ilhas. O governo britânico também informou que as bombas argentinas nem sempre explodiam ao atingir os navios da força-tarefa, pois eram lançadas de altitudes muito baixas, que não ofereciam tempo suficiente para que os artefatos se armassem (NETO, 2008, p.2).

A estratégia de mídia inserida é uma das mais vulneráveis no que tange ao risco de comprometimento de informações sigilosas. O inimigo pode vir a afetar seriamente o sucesso das operações e a segurança das tropas, caso tenha capacidade para interpretar ou explorar eventuais violações das regras por parte dos jornalistas. Este risco pode ser aumentado caso o inimigo disponha de meios para identificar o local de onde estiverem sendo feitas as transmissões por parte dos jornalistas inseridos (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

De maneira geral, depreende-se que o risco somente pode ser reduzido a partir do cumprimento das “Regras de Campo” e pela própria preocupação dos jornalistas inseridos em

manterem sua integridade, uma vez que qualquer vazamento de informação que coloque em risco a segurança das tropas estará, também, afetando sua própria segurança (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

Portanto, é possível verificar que, no caso da estratégia de mídia inserida, a manutenção do sigilo das operações depende, em grande parte, da capacidade e da vontade dos jornalistas inseridos de entenderem e cumprirem as “Regras de Campo”. A vulnerabilidade passa a ser crítica na medida em que se enfrenta um inimigo com maior capacidade para explorar eventuais vazamentos de informações sensíveis. Assim, em um futuro conflito, as possibilidades do inimigo, quanto à sua capacidade de explorar a divulgação de informações e localizar as transmissões da “mídia inserida”, deverão ser profundamente analisadas na fase de planejamento da estratégia de relacionamento com a mídia a ser adotada.

## **4.2 Efeitos negativos sobre a opinião pública**

Na Guerra do Vietnã (1964-1975) o livre acesso proporcionado aos jornalistas, associado à baixa credibilidade dos governantes e líderes militares dos EUA junto à mídia, acabou por levar à produção indiscriminada de imagens do campo de batalha que impressionaram a opinião pública e provocaram a perda do apoio da população à condução das ações no Vietnã e, em última instância, decretaram o fim do conflito (DOOLEY, 2008).

Um futuro conflito poderá ser marcado por um elevado número de baixas e a mídia inserida, caso esteja presente, realizará o registro e a divulgação das mesmas. Tais relatos e imagens, assim como foram no Vietnã para EUA, poderão vir a ser devastadores para o moral e o apoio da população (RODRIGUEZ, 2004).

Outro aspecto a ser considerado é a veiculação de reportagens de jornalistas inseridos, contendo eventuais denúncias de falhas materiais e de pessoal, violações dos direitos humanos, mortes de civis ou crimes de guerra, as quais tenderão a afetar negativamente a opinião pública (RODRIGUEZ, 2004).

Nestes casos, a idéia preponderante é a de que a mídia está apenas cumprindo suas funções perante a sociedade. No entanto, a divulgação de tais informações, na maioria das situações, acaba por impactar negativamente o apoio da opinião pública aos militares. O resultado é o estremecimento das relações entre a mídia e os militares, o que, normalmente, traduz-se no aumento das restrições de acesso aos jornalistas por parte dos militares e na maior concentração da mídia em divulgar informações acerca de aspectos negativos da

atuação dos militares (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

Portanto, a adoção da estratégia de mídia inserida pressupõe que seja necessário um profundo estudo acerca dos possíveis cenários vislumbrados para o conflito, sobretudo no que tange ao número de baixas e o impacto que estas produzirão na opinião pública nacional. Na mesma proporção, a fim de reduzir falhas e comportamentos inadequados, é necessário que, antes da adoção da estratégia de mídia inserida, os militares sejam devidamente instruídos a respeito de normas do Direito Internacional e regras de comportamento e, sobretudo, seja possível avaliar o nível de adestramento das tropas e as condições materiais das unidades militares, os quais devem ser considerados, no mínimo, como satisfatórios.

### **4.3 Efeitos no processo decisório**

Na Guerra do Iraque, em algumas situações, os níveis político e estratégico tomaram conhecimento de informações a respeito das ações conduzidas no TO por meio de reportagens ao vivo dos jornalistas inseridos. Este aspecto, apesar de, em determinadas ocasiões, ter sido considerado de extrema valia para o controle da operação planejada, acabou por aumentar, consideravelmente, a pressão psicológica sobre os responsáveis pela tomada de decisões, sobretudo, quando dilemas ou situações adversas eram reportados pela mídia. Para reduzir os efeitos destas pressões, o processo decisório, desde a obtenção da informação até a execução das ações no TO teve que ser acelerado de uma forma nunca registrada anteriormente (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

O fator tempo é uma variável crítica para a análise de dilemas ou situações adversas. No entanto, Marye (2004) nos coloca que, no caso de informações obtidas por meio de reportagens “ao vivo”, este efeito não será sentido apenas pelo contendor que estiver adotando uma estratégia de mídia inserida, mas, também, por seu inimigo, o qual acabará por sofrer as mesmas pressões para interpretar as informações da mídia, tomar decisões e fazer com que suas ordens sejam cumpridas no menor tempo possível. Ou seja, ambos os lados teriam seus processos decisórios afetados na mesma proporção.

Desta forma, a elevada velocidade das informações, imposta pela mídia inserida, é responsável pelo aumento da pressão psicológica sobre os responsáveis pela condução dos processos decisórios, podendo vir a afetar o seu desempenho, devido à redução do tempo disponível para análise da situação e avaliação das possíveis soluções e suas consequências. Neste caso, a estrutura de Comando e Controle deverá ser dotada de requisitos de rapidez e flexibilidade capazes de proporcionarem um fluxo de mensagens adequado através dos canais

destinados à comunicação e ao acompanhamento das ações.

Outro efeito digno de menção foi o aumento da preocupação, por parte dos comandantes no nível tático, com relação às consequências de suas ordens e como estas seriam interpretadas e divulgadas pelos jornalistas inseridos (STARNES, 2004).

A pressão psicológica sobre os comandantes no nível tático é um fator que pode vir a afetar a capacidade de decisão dos mesmos e, conseqüentemente, comprometer o desenvolvimento das ações e o controle da operação planejada. Para que tal pressão seja atenuada, os oficiais que se encontram aptos para exercerem o controle de unidades militares deverão, ainda em tempo de paz, ser preparados psicologicamente e submetidos a treinamentos em que sejam simuladas situações passíveis de serem vivenciadas a partir da presença de jornalistas inseridos.

#### **4.4 Redução do grau de credibilidade das informações**

Na Guerra do Iraque, em algumas oportunidades, as autoridades dos níveis político e estratégico dos EUA acabaram por ser surpreendidas com informações veiculadas pela mídia inserida. Como exemplo, pode-se citar o fato de que, durante um programa de entrevistas da rede de televisão norte-americana CBS, o Secretário de Defesa dos EUA foi surpreendido com a veiculação de uma reportagem da rede Al Jazeera, contendo imagens de prisioneiros norte-americanos (CHRISTOPHER e KIM, 2004).

Outro aspecto verificado e relatado pela mídia foi a ocorrência, em algumas ocasiões, de informações conflitantes entre o que era veiculado por jornalistas inseridos e o que era exposto por porta-vozes norte-americanos no Centro de Comunicação Social do TO iraquiano ou no Pentágono. Estas situações eram mais frequentes por ocasião da veiculação de reportagens que envolviam incidentes com conotação negativa à imagem dos militares norte-americanos, como por exemplo, fratricídios e danos colaterais envolvendo a população iraquiana (RODRIGUEZ, 2004).

Tais situações podem comprometer a credibilidade das fontes oficiais de informação junto à opinião pública. É, portanto, de suma importância que se mantenha constante acompanhamento das notícias veiculadas pela mídia e, sobretudo, pelos jornalistas inseridos, a fim de que as autoridades e porta-vozes sejam adequadamente assessorados e preparados para confirmar ou desmentir tais informações por ocasião de entrevistas e pronunciamentos oficiais.

## 5 O EMPREGO DA MÍDIA INSERIDA EM TEMPO DE PAZ

Conforme verificado, o principal aspecto negativo da estratégia de mídia inserida, no que se refere aos interesses militares e aos fatores de risco, reside na possibilidade de informações sigilosas que possam vir a ser exploradas pelo inimigo. Os demais fatores de risco podem ser considerados como passíveis de serem amplamente atenuados a partir do adequado planejamento das operações e de um grau satisfatório de aprestamento das forças.

Por outro lado, a estratégia de mídia inserida tem possibilidade de produzir resultados extremamente satisfatórios no que tange ao estabelecimento de boas relações com a mídia, manutenção ou melhora da imagem das instituições militares e obtenção de apoio por parte da opinião pública. Desta forma, em tempo de paz, é possível considerar que a estratégia de “mídia inserida” representa uma excelente oportunidade a ser considerada pelas Forças Armadas, uma vez que os aspectos especificamente relacionados ao combate com uma força inimiga podem vir a ser desconsiderados.

A primeira oportunidade vislumbrada refere-se à possibilidade de oferecer aos jornalistas cursos ou estágios que venham a prepará-los para atuar em Teatros de Operações de futuros conflitos armados, a exemplo do treinamento oferecido pelos militares dos EUA nos “Embed Boot Camps”. Neste contexto, Goyzueta (2003, p. 12) alerta que, com relação à mídia brasileira, “não é visível ainda uma ação das empresas de comunicação para tratar os seus jornalistas [...] como correspondentes de guerra, e dar-lhes o treinamento e a proteção necessários”.

No caso da mídia brasileira, algumas iniciativas, durante conflitos armados recentes, indicam certo grau de interesse na cobertura de conflitos armados. Durante a Guerra do Iraque, o jornal Folha de São Paulo deu grande destaque ao fato de ser o único veículo de comunicação brasileiro a ter um jornalista em Bagdá durante parte do conflito (OGIER, 2003). Da mesma forma, a rede de televisão Record exibiu, recentemente, uma série de reportagens<sup>12</sup> produzidas pelo jornalista Roberto Cabrini no Afeganistão, onde o mesmo permaneceu inserido junto à tropas norte-americanas por cerca de trinta dias.

A outra oportunidade identificada refere-se à participação de jornalistas inseridos em operações de treinamento ou que venham a despertar a atenção da mídia. No entanto, a mídia tende a considerar que, em alguns casos, o simples treinamento das forças armadas não é capaz de despertar o interesse do público e, portanto, produzir a audiência desejada. As

---

<sup>12</sup> Reportagens veiculadas no telejornal noturno “Jornal da Record”, no período de 3 a 7 de agosto de 2009. Cópias das reportagens disponíveis em: <[www.youtube.com.br](http://www.youtube.com.br)>. Acesso em: 8 ago. 2009.

forças armadas devem, então, buscar alternativas para despertar o interesse da mídia em participar neste tipo de operação, dentre estas alternativas deve-se considerar a possibilidade de permitir o amplo acesso, por parte dos jornalistas inseridos, aos dados de planejamento da operação (BURMEISTER, 2008). A participação da mídia inserida em operações de treinamento das Forças Armadas dos EUA, conduzidas antes da Guerra do Iraque, da mesma forma que os “Boot Camps”, produziu efeitos bastante favoráveis aos militares norte-americanos a partir da familiarização entre as tropas e os jornalistas (RODRIGUEZ, 2004).

No caso das Forças Armadas do Brasil, conforme descrito no EMA-860, Manual de Comunicação Social da Marinha, é preciso atentar que “ainda existe uma rejeição difusa contra o estamento militar, resultante de um processo, consciente ou não, de reação a períodos anteriores de nossa história” (BRASIL, 2006a, p. vi).

Um fato relevante, no que diz respeito à Marinha do Brasil (MB), ocorreu em 1997, quando foi autorizado o embarque de um jornalista da Rede Globo a bordo de um dos navios que participava de uma operação de treinamento conjunto com a OTAN. O resultado, no entanto, ao invés de ter sido a divulgação de informações a respeito da participação da MB na operação, restringiu-se, praticamente, a denúncias, feitas pelo referido jornalista, a respeito de compra ilegal de material no exterior (Revista “ISTO É”<sup>13</sup>). Tal ocorrência acabou por produzir impactos negativos à imagem da instituição. Assim, é de suma importância que sejam considerados os mais diversos aspectos que poderão vir a produzir efeitos negativos a partir da adoção de determinada estratégia de relacionamento com a mídia.

Cabe ressaltar, no entanto, que os militares devem estar conscientes de que a estratégia de relacionamento com a mídia pode ser imposta pelos níveis político ou estratégico a fim de que determinados objetivos de alto nível venham a ser atingidos, conforme verificado no caso da Guerra do Iraque. O EMA-860 corrobora esta afirmação ao estabelecer que “qualquer crise será sempre conduzida no mais alto nível de decisão política do país, o mesmo acontecendo com o processo de formação da opinião pública” (BRASIL, 2006a, p. 36).

Desta forma, é necessário que os militares estejam preparados para adequar-se às diversas formas de relacionamento com a mídia. Neste contexto, o emprego da “mídia inserida”, ainda em tempo de paz, representa um importante auxílio para o desenvolvimento da capacidade de reação e adaptação das Forças Armadas e, sobretudo, como forma de preparação para futuras situações de conflito armado.

---

<sup>13</sup> O artigo eletrônico, datado de 25 de junho 1997, não apresenta a identificação do autor. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoe/semana/144730c.htm>>. Acesso em: 11 abr. 2009.



## 6 CONCLUSÃO

O Programa de Mídia Inserida foi definido, ainda na fase de planejamento da Guerra do Iraque (2003), visando desenvolver boas relações entre o governo, os militares e a mídia e despertar o interesse da população norte-americana para o conflito. Na fase preparação, três aspectos foram relevantes: o estabelecimento das “Regras de Campo”, a fim de normatizar as relações entre as tropas e os jornalistas inseridos; os “Boot Camps”, como forma de familiarizar jornalistas e militares; e a estratégia de “sigilo na fonte” adotada pelos militares para salvaguardar informações sensíveis. A fase de execução do Programa de Mídia Inserida, por meio da veiculação de reportagens “ao vivo” produzidas por elevada quantidade de jornalistas inseridos, conseguiu despertar o interesse da população norte-americana para o conflito. No entanto, com o fim da Fase de Combates, a mídia passou a concentrar-se em reportagens de cunho negativo para os militares, mas que eram capazes de despertar o interesse do público, o que pode ser explicado pela necessidade da mídia de disseminar informações que se traduzam em maiores audiências e maior retorno financeiro.

A estratégia de “mídia inserida” produziu resultados extremamente satisfatórios para os militares norte-americanos no que tange ao desenvolvimento de boas relações junto à mídia, à melhora da imagem das forças armadas junto à população dos EUA, à obtenção de apoio da opinião pública e à condução de operações psicológicas e de contrapropaganda. O principal aspecto negativo referiu-se à divulgação, mesmo que em número reduzido, de informações sigilosas por parte de jornalistas inseridos.

Não obstante os resultados positivos obtidos pelos militares norte-americanos, a partir do Programa de Mídia Inserida na Guerra do Iraque, alguns fatores de risco foram identificados e podem vir a comprometer futuras tentativas de implementação de estratégias similares de relacionamento com a mídia em situações de conflitos armados.

O sigilo das operações passa a depender, em grande parte, da capacidade e da vontade dos jornalistas inseridos de entenderem e cumprirem as “Regras de Campo”. Um inimigo com capacidade para explorar eventuais vazamentos de informações sensíveis representará um elevado risco para o sucesso das operações e a segurança das tropas. Desta forma, esta possibilidade do inimigo deverá ser criteriosamente analisada na fase de planejamento da estratégia de relacionamento com a mídia a ser adotada.

Reportagens de jornalistas inseridos que relatem elevado número de baixas, falhas ou comportamentos inadequados por parte da tropa podem impactar negativamente a opinião pública. Assim, é necessário que os possíveis cenários vislumbrados para o conflito sejam

amplamente estudados. Adicionalmente, os militares devem estar instruídos acerca de normas do Direito Internacional e regras de comportamento, bem como, o nível de adestramento das tropas e as condições materiais das unidades devem ser, no mínimo, satisfatórios.

A elevada velocidade das informações, imposta pela mídia inserida, tende a provocar um aumento da pressão psicológica sobre os envolvidos nos processos decisórios, podendo vir a afetar o desempenho dos mesmos. Assim, a estrutura de Comando e Controle deverá ser dotada de requisitos de rapidez e flexibilidade capazes de proporcionar um fluxo de mensagens adequado e no menor tempo possível. Quanto ao nível tático, é importante que os comandantes de unidades recebam preparação psicológica e sejam submetidos a treinamentos onde sejam reproduzidas as pressões causadas pela presença de jornalistas inseridos.

A credibilidade das fontes oficiais poderá ser afetada pela disseminação de informações que estejam em conflito com aquelas divulgadas pela mídia inserida. Portanto, é necessário que haja o constante acompanhamento das notícias veiculadas pela mídia e, sobretudo, pelos jornalistas inseridos, a fim de que as autoridades e porta-vozes sejam adequadamente assessorados e preparados para confirmar ou desmentir tais informações por ocasião de entrevistas e pronunciamentos oficiais.

Em tempo de paz, a estratégia de “mídia inserida” representa uma excelente oportunidade para as Forças Armadas, uma vez que os aspectos especificamente relacionados ao combate com uma força inimiga poderiam vir a ser desconsiderados. Tal oportunidade pode ser explorada por meio do oferecimento de cursos e estágios a jornalistas, visando à preparação destes para atuar em Teatros de Operações de conflitos armados e por meio da participação de jornalistas inseridos em operações de treinamento ou que venham a despertar a atenção da mídia. No entanto, tais iniciativas devem ser precedidas da análise dos mais diversos aspectos que podem vir a interferir nos efeitos desejados. Adicionalmente, o emprego da “mídia inserida”, ainda em tempo de paz, representa um importante auxílio para o desenvolvimento da capacidade de reação e adaptação das Forças Armadas e, sobretudo, como forma de preparação para futuros conflitos armados em que esta estratégia de relacionamento com a mídia venha a ser imposta para atender objetivos de alto nível.

A partir da presente análise, pode-se afirmar que a “mídia inserida” representa uma estratégia de grande valia para o atendimento dos interesses militares em caso de conflitos armados, podendo ser considerada como uma oportunidade para o atendimento destes interesses em tempo de paz. No entanto, para o seu emprego futuro, os eventuais fatores de risco, capazes de comprometer os efeitos desejados, devem ser, ainda na fase de planejamento das operações, amplamente examinados e suas consequências avaliadas.

## REFERÊNCIAS

- BRASIL. Estado-Maior da Armada. *EMA-860: Manual de Comunicação Social da Marinha*. Brasília, 2006a.
- \_\_\_\_\_. Escola de Guerra Naval. *EGN 304B: Guia de Estudos de Estratégia*. Rio de Janeiro: 2006b.
- BURMEISTER, David A. *How the military-media relationship affects news coverage and public opinion*. AIR COMMAND AND STAFF COLLEGE - AIR UNIVERSITY, 2008. Disponível em: <[www.afreserch.org](http://www.afreserch.org)> Acesso em: 02 abr. 2009.
- CHRISTOPHER, Paul; KIM, James. *Reporters on the Battlefield: The Embedded Press System in Historical Context*. Santa Monica, EUA: RAND Corporation, 2004.
- CVIIC, Stephen. *Objetividade e reportagem de guerra*. In: Goyzueta, Verônica; Ogier, Thierry (org). *Guerra e Imprensa: um olhar crítico da cobertura da guerra do Iraque*. São Paulo: Summus, 2003.
- DOOLEY, James B. *The use of embedded media during wartime: influencer of public opinion*. AIR COMMAND AND STAFF COLLEGE - AIR UNIVERSITY, 2008. Disponível em: <[www.afreserch.org](http://www.afreserch.org)> Acesso em: 03 abr. 2009.
- FERRELL, Terry R. *Information operations and the new threat*. In: Pasquarett, Michael (Ed.). *Perspectives on Embedded Media*. U.S. Army War College, 2004. Disponível em: <<http://www.carlisle.army.mil/usacsl/IPapers.asp>> Acesso em: 20 maio 2009.
- FRANÇA, Júnia Lessa; VASCONCELLOS, Ana Cristina de. *Manual para Normalização de Publicações Técnico-Científicas*. 7. ed. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.
- GOYZUETA, Verónica. *Jornalismo na guerra: nossas falhas em evidência*. In: Goyzueta, Verônica; Ogier, Thierry (org). *Guerra e Imprensa: um olhar crítico da cobertura da guerra do Iraque*. São Paulo: Summus, 2003.
- HOUAISS, Antônio. *Kougan Larousse: Pequeno Dicionário Enciclopédico*. Rio de Janeiro: Larousse do Brasil, 1978.
- MCLEOD, W. T. (ed.). *Collins Gem Dictionary: English>Portuguese, Portuguese>English*. São Paulo: Disal, 1982.
- MARYE, James M. *The media and the national security decision making*. In: Pasquarett, Michael (Ed.). *Perspectives on Embedded Media*. U.S. Army War College, 2004. Disponível em: <<http://www.carlisle.army.mil/usacsl/IPapers.asp>> Acesso em: 20 maio 2009.
- NETO, Ricardo Bonalume. Na linha de Fogo. *Revista Galileu*, Ed. 208, 2008. Disponível em <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDR84831-7943,00.html>> Acesso em: 16 maio 2009.
- OEHL, Michael J. *Embedded media: failed test or the future of military-media relations?*. In: Pasquarett, Michael (Ed.). *Perspectives on Embedded Media*. U.S. Army War College, 2004. Disponível em: <<http://www.carlisle.army.mil/usacsl/IPapers.asp>> Acesso em: 20 maio 2009.

OGIER, Thierry. *O choque, o espanto e o escriba dos tempos modernos*. In: Goyzueta, Verônica; \_\_\_\_\_ (org). *Guerra e Imprensa: um olhar crítico da cobertura da guerra do Iraque*. São Paulo: Summus, 2003.

RAYES, Chantal. *A outra face da guerra*. In: Goyzueta, Verônica; Ogier, Thierry (org). *Guerra e Imprensa: um olhar crítico da cobertura da guerra do Iraque*. São Paulo: Summus, 2003.

RODRIGUEZ, Jose L. *Embedding success into the military-media relations*. In: Pasquarett, Michael (Ed.). *Perspectives on Embedded Media*. U.S. Army War College, 2004. Disponível em: <<http://www.carlisle.army.mil/usacsl/IPapers.asp>> Acesso em: 20 maio 2009.

SANTOS, José Rodrigues dos. Em *Directo da Guerra: o impacto da Guerra do Golfo no discurso jornalístico*. In: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. *Apostila de Jornalismo Internacional*. 2008.2. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008. p. 80-83.

STARNES, Glenn T. *Leveraging the media: the embedded media program in operation Iraqi freedom*. Disponível em < <http://www.carlisle.army.mil/usacsl/index.asp>>. Acesso em: 20 maio 2009.