

# GUERRA COLOCA EM XEQUE HEGEMONIA DAS MÍDIAS DOS EUA

**Rosinei A. Naves**

Professora de Jornalismo da Universidade Anhembi Morumbi e mestre pela USP.

## RESUMO

A guerra contra o Iraque demonstrou que os Estados Unidos (EUA) continuam hegemônicos e poderosos no campo militar. Em 21 dias de guerra, o Iraque foi arrasado pelo arsenal bélico anglo-americano e o povo iraquiano massacrado. Esse poderio parece, no entanto, ter sido abalado no que diz respeito à mídia e a opinião pública mundial.

Por trás desse estremecimento está a pluralidade de fontes que transmitiu a guerra. A entrada em cena das tevês árabes, da RPT portuguesa e de outros meios provocou essa mudança. O poder de comunicação que legitimou o discurso do governo Bush perante um importante setor da população dos EUA ao mesmo tempo desconstruiu essa percepção no imaginário público mundial. Os EUA e Inglaterra aparentemente venceram a guerra no campo militar. Porém, no *front* da opinião pública parece que perderam a batalha por corações e mentes.

**Palavras-chave:** comunicação ideológica, jornalismo de guerra.

## ABSTRACT

The war against Iraq showed that the USA keeps hegemonic and powerful influences in the military field. In 21 days of war, Iraq was destroyed by the Anglo-American Belic weapons and the Iraq people were massacred. This power seems, however, to have been shaken concerning the media and the world public opinion.

Behind this shaking is the plurality of sources that transmitted the war. The entrance of the Arabian TVs, of Portuguese RPT and others provoked this change. The power of communication that legitimated the speech of Bush's government in front of an important sector of the population from the USA at the same time deconstructed this perception in the world public imaginary. The USA and England apparently won the war in the military field. However, in the field of the public opinion it seems that they lost the battle of hearts and minds.

**Keywords:** ideologic communication, war journalism.

Este artigo visa a analisar parte do fenômeno que permeou a postura da mídia e da imprensa mundial frente à guerra do Iraque neste terceiro milênio, com destaque ao enfoque jornalístico dos Estados Unidos. Para tanto recorreremos à pesquisa exploratória utilizando a análise documental, principalmente artigos do jornal *Folha de S. Paulo*<sup>1</sup> (publicações de 20 de março a 10 de abril de 2003).

A guerra contra o Iraque demonstrou que os Estados Unidos (EUA) continuam sendo hegemônicos e poderosos no campo militar. Em 21 dias de guerra, o Iraque foi arrasado pelo arsenal bélico anglo-americano. Esse poderio, no entanto, parece ter sido abalado no que diz respeito à mídia e a opinião pública mundial.

Com a experiência da Guerra do Golfo, em 1991, a primeira transmitida ao vivo pela televisão, o governo dos EUA levou ao extremo a idéia de que a informação pode cumprir um papel tão decisivo quanto suas estratégias militares. Nesse sentido, a operação contra o Iraque foi também cuidadosamente planejada no campo da comunicação, ou seja, na forma e no conteúdo de veicular as informações oriundas do confronto.

Em entrevista ao jornal *Folha de S. de Paulo* (FSP), de 27.03.03, o escritor e jornalista Phillip Knightley relatava que o conflito com o Iraque trouxe dois elementos novos: a cobertura das televisões árabes e a criação da PSYOPS, Operações Psicológicas, organização na qual o Pentágono uniu as áreas de comunicação com o objetivo de usar a informação como arma para interferir e destruir a moral do inimigo. Knightley cita a frase de um oficial da PSYOPS para explicar o

comportamento dos militares em relação à mídia: “realizaremos operações para enganar. Essa é a guerra de informações mais intensa que você pode imaginar, e vamos mentir”.

Por meio da PSYOPS, os EUA se valeram de recursos metalinguísticos para sujeitar a cognição do público a um processo ininterrupto de estereotipação, a ponto de considerarmos real e natural todo um universo de referentes e realidades fabricadas (Blikstein, 1990, p. 82).

Para tanto, o Pentágono não mediu esforços. Batizou a estratégia para a mídia como “na cama com as tropas”. Como em outras guerras, os jornalistas acompanharam os destacamentos militares. A mídia foi incorporada à estrutura das Forças Armadas. De uniformes e subordinados à hierarquia militar, os repórteres engajados às tropas na frente de batalha divulgavam somente as imagens e informações selecionadas pelos articuladores da guerra. A diferença dessa vez estava nos recursos tecnológicos que possibilitaram transmitir a guerra em tempo real, diretamente do *front*, com total controle das informações fornecidas pelo comando militar dos EUA.

Simultaneamente à simbiose entre mídia e governo na frente de batalha, os veículos de comunicação dos EUA também assumiram, em diferentes graus, a defesa de que a guerra era justa e patriótica. A Fox News, do megamagnata Rupert Murdoch, a CNN, a ABC, a NBC e os jornais impressos passaram a ser porta-vozes diretos das ações do governo Bush.

Na Fox News, por exemplo, o slogan de abertura dos programas foi “Give war a chance”, uma referência irônica à música de John Lennon que dizia exata-

mente o contrário, “Give peace a chance”. Tudo foi preparado como um espetáculo. Câmeras foram instaladas em toda a capital do Iraque, para mostrar ao mundo aquilo que os “senhores da guerra” decidissem.

O *Washington Post*, o *The Wall Street Journal* (WSJ), o *USA Today* e outros veículos fizeram editoriais favoráveis à ação militar contra o Iraque. O WSJ chegou a comentar que o apoio majoritário da população à guerra era um “show extraordinário de democracia”. Esqueceram, no entanto, de dizer que esse show fora diretamente produzido pela mídia ao dar apoio incondicional à guerra.

As notícias plantadas pelo Pentágono foram amplamente divulgadas como verdadeiras, sem restrições ou mediações. Já no início dos bombardeios, os aliados (EUA e Inglaterra) veicularam que Saddam Hussein havia morrido. Quando o ditador apareceu na TV estatal iraquiana, os aliados questionaram se era ele ou um sócia.

Em entrevista para o jornal FSP, de 05.04, o diretor do Centro Annenberg de Políticas Públicas da Universidade da Pensilvânia, Paul Waldman, disse que a cobertura dada à guerra pela mídia dos EUA dificultava a conscientização da população do país a respeito do custo humano e das conseqüências da ação militar. Em seus estudos, o lingüista Noam Chomsky (1971, p. 63) já alertava para essa realidade: “Os homens falam como lhes sugere a vida, a práxis... a linguagem se forja na práxis social humana... a linguagem foi socialmente modelada a partir de uma determinada práxis social”.

Na coluna de Nelson de Sá, FSP de 01.04, o articulista abordou as meias-verdades ou coisas piores veiculadas pela Fox News,

<sup>1</sup> O jornal *Folha de S. Paulo* é um jornal diário, editado na cidade de São Paulo pela empresa Folha da Manhã.

que passaram a ser apelidadas de “foxificação”. Ele cita como exemplo o episódio no qual soldados americanos atiraram e mataram sete mulheres e crianças num carro próximo à Bagdá. A notícia dada pela Fox, referente ao episódio, dizia que “os soldados aliados haviam cortado ao meio uma divisão iraquiana”.

Para o jornalista inglês Robert Fisk, do *The Independent*, as frases e termos do jargão militar que foram incorporadas pelas mídias dos EUA e parte da inglesa tiveram o objetivo de construir uma imagem positiva das ações dos aliados nas mentes e corações daqueles que acompanharam o conflito. Termos como “assegurada”, para dar noção de capturada; ou “bolsões de resistência”, que suavizavam a sangrenta batalha com os soldados iraquianos e ainda a palavra “coalização”, que dava noção da unidade de vários países. Nenhuma coalizão aconteceu, segundo o jornalista. Para ele, a Inglaterra limitou-se a subordinar-se aos interesses do “Império”.

Outro destaque deve ser feito aos termos sádicos escolhidos pelos militares dos EUA para batizar a operação contra o Iraque: “choque e pavor”. O Pentágono inspirou-se no slogan da revista nazista “Signal” para intitular o conflito. Que mentes são essas que se gabam por provocar “choque e pavor”? Simultaneamente, tentavam vender ao mundo a idéia de que estavam preocupadas com a tirania de Saddam

Nas tevês estadunidenses, a guerra virou um “reality show”. Evitavam-se imagens de crianças mortas ou feridas, de soldados aliados mortos, enfim, os jornalistas procuraram ressaltar apenas os feitos dos soldados. Depois de mais de uma década da Guerra do Golfo (1991), o governo dos EUA insistia em propagandar o mesmo discurs-

so: de que a guerra seria cirúrgica, com armas de precisão que só atingiriam alvos militares. Não contavam, no entanto, que a mesma tecnologia que mostrou a ação ao vivo no *front* também garantiu acesso a muitas outras fontes de informação.

Começava aí uma guerra paralela. As tevês dos EUA, em especial a CNN, que praticamente transmitiu sozinha a guerra em 1991, já não teriam exclusividade sobre as imagens e informações do confronto, portanto, sobre os corações e mentes do público pelo mundo.

A perda de controle sobre o que deveria ou não ser divulgado começou a ser demonstrado já no início do conflito. As câmeras de televisão flagraram o presidente dos EUA, George W. Bush, momentos antes de seu discurso para anunciar o início dos ataques contra o Iraque, dando risadas, penteando o cabelo e fazendo exercícios vocais. A cena foi narrada com perplexidade pelo repórter Carlos Fino, da televisão portuguesa, RPT. Fino dizia-se incrédulo diante do que seus olhos presenciavam.

Apesar de todos os esforços do governo dos EUA em mostrar uma guerra limpa, sem sangue e justa, o que o mundo viu, no entanto, por meio de outras redes, foram explosões de gigantes cogumelos vermelhos em várias áreas civis, dilacerando crianças e mulheres. Os erros da aliança anglo-americana, que provocaram a morte de dezenas de seus próprios soldados e o assassinato deliberado de jornalistas, dessa vez foram mostrados ao público de todo o mundo, desmistificando de vez a imagem que os EUA pretendiam produzir da guerra.

Os EUA invadiram o Iraque com o argumento de que o governo do país teria armas químicas. A guerra acabou e até agora nada foi encontrado. O mundo só

pôde saber de todas as mentiras de Bush e Blair porque foi rompido o monopólio praticado pelos canais de comunicação daquele país. Esse rompimento se deu com a entrada em cena de veículos de comunicação dos países árabes, como a Al Jazeera, que ironicamente não tem a tradição da imprensa da terra do Tio Sam.

A cobertura dada pela mídia dos EUA foi, portanto, um dos principais elementos na construção de uma opinião pública “favorável” à guerra naquele país. Uma pesquisa encomendada pelo *The Washington Post* e pela rede de TV ABC, revelada no início de abril, mostrava que 91% dos americanos achavam que a guerra ia bem e 73% apoiavam o ataque contra o Iraque.

Essa legitimidade que o governo dos EUA obteve na opinião pública é entendida por Muniz Sodré como “uma forte operação ideológica, que trabalha discursivamente para diminuir o relativismo das significações a ela correspondentes e reforçar o seu sentido universalista” (Sodré, 1997, p. 117).

“Quando um grupo hegemônico obtém da sociedade a aceitação de uma ideologia, está obtendo aval semântico para uma pletora de pontos de vista, visões de mundo, articulações de senso comum e representações sociais guiados por um sentido determinado. O sentido implica um caminho simbólico, uma direção cultural, que se pretende comum a todos, universal, verdadeira. Própria do mecanismo ideológico é a troca da parte pelo todo, isto é, da parcialidade do sentido (já que é apenas a unidade consensual de um grupo específico) por totalidade ou universalidade ilusória.” (Sodré, 1997, p. 117)

Dialeticamente, o conflito no Golfo Pérsico revelou outros referentes que passaram a colaborar com a construção da opinião pública. As grandes manifestações em todo mundo, que repudiaram a ação dos EUA no Iraque, expressaram um dos elementos que compõem essa nova configuração. Manifestações estas que foram propositalmente omitidas da mídia daquele país. As imagens dos protestos em São Francisco, Nova York, Chicago e em outras regiões quase não foram divulgadas pela mídia local.

### AL JAZEERA E OUTRAS TEVÊS MOSTRARAM O LADO DA GUERRA OMITIDO NOS EUA

Desde 11 de setembro, a rede de televisão do Qatar, Al Jazeera, vem trilhando um caminho diferente daquele percorrido pelos meios de comunicação ocidental. Acostumados a se pautar por sete a oito veículos – CNN, Fox News, *Wall Street Journal*, *New York Times*, *The Economist*, *Times*, *Washington Post*, *Financial Times* –, que dão o tom dos editoriais dos noticiários no mundo ocidental, o público dessa vez pôde acompanhar outras versões sobre o que de fato ocorreu no Iraque.

Essas informações foram transmitidas pela Al Jazeera e tevês como Al Arabiya e Abu Dhabi (ADTV), que registravam o outro lado da guerra. Outros meios também conseguiram produzir excelentes reportagens, como as feitas por Carlos Fino, da TV estatal portuguesa, RPT, por Robert Fisk, do jornal *The Independent*, da Inglaterra, e por Sérgio Dávila e Juca Varella, da FSP. Por meio desses veículos, esquemas foram desafiados e referentes foram negados na percepção da opinião pública mundial.

Foi a televisão estatal portuguesa, RTP, que, inclusive, deu a notícia do início dos bombardei-

os, antes mesmo das poderosas tevês dos EUA. O repórter português Carlos Fino encontrava-se na varanda do Hotel Palestine, no centro da capital iraquiana, transmitindo por videofone – um aparelho leve, que permite a transmissão ao vivo, conectando a câmera a um satélite – quando captou as primeiras imagens das explosões. A CNN só daria a notícia três minutos depois. No Brasil, a televisão Cultura acabou também dando o furo. A Cultura mantém parceria com a RPT e só transmitiu imagens da guerra da emissora portuguesa uma vez que, por problemas econômicos, não conseguiu comprar direitos de transmissão de outras redes.

Não foram poucas as vezes que as televisões árabes desmentiram as versões anglo-americanas do que acontecia no *front*. A Al Jazeera, por exemplo, colocou no ar o horror e o pavor da guerra. O horror das imagens de crianças dilaceradas e o pavor no rosto dos soldados estadunidenses presos pelo exército iraquiano.

A tevê árabe transmitiu uma fita com 36 horas de gravação na cidade de Basra. As imagens revelavam como a batalha na cidade fora dolorosa e devastadora. O repórter da TV, Mohamed al-Abdullah, apareceu nas gravações entrevistando famílias em meio ao bombardeio sobre a região. Ironicamente, os árabes trataram as informações sobre a guerra do jeito que os estadunidenses em tempos recentes se vangloriavam de fazer, ou seja, garantiram mais liberdade de expressão às partes envolvidas no conflito.

A cobertura feita pelas tevês do Oriente Médio incomodou tanto os “Senhores da Guerra” que os repórteres da Al Jazeera perderam as credenciais para trabalhar na Bolsa de Valores de Nova York. Durante a guerra, o sítio em inglês da emissora che-

gou a ser invadido por hackers, que disponibilizaram mensagens a favor do conflito.

### EUA DISPARARAM MÍSSEIS CONTRA MÍDIAS QUE NÃO CONTROLAVAM

A reação à cobertura das tevês árabes por parte dos EUA não se limitou apenas a críticas contundentes. As respostas foram dadas em várias frentes. Publicamente, Bush e seu secretário de Defesa, Donald Rumsfeld, fizeram críticas e insultos ao comportamento dos veículos de comunicação e aos repórteres que buscaram praticar um jornalismo fora de suas asas. Para Bush, a imprensa teve um “modo estúpido” de fazer perguntas. Já para Rumsfeld, somente os veículos aliados do governo cumpriram um papel correto ao “permitir que o povo americano pudesse absorver e discernir o que de fato aconteceu”.

Mas a ação mais violenta contra a imprensa foi o bombardeio ao escritório da Al Jazeera, em Bagdá, e ao Hotel Palestine, onde trabalhavam os correspondentes internacionais. O ataque resultou no assassinato de três jornalistas. Depois do episódio, os militares dos EUA tentaram dizer que havia um franco atirador no hotel. Foi o próprio repórter do *The Independent*, Robert Fisk, que, indignado, escreveu para o mundo saber que ele era testemunha de que não existia nenhum franco atirador no hotel Palestine. (*Transcrevemos ao final deste artigo o texto parcial de Nelson de Sá sobre o assassinato dos jornalistas*).

Durante a guerra do Afeganistão, em 2001, a Al Jazeera exibiu vídeos de Osama bin Laden e mostrou o lado da guerra omitido pela mídia dos EUA. Por isso, seu escritório em Cabul foi bombardeado. Dessa vez, não foi diferente. Além do escritório de Bagdá, o de Basra também foi

alvo de ataque pesado por parte dos anglo-americanos. Isso depois de a emissora ter informado ao Pentágono sua localização no Iraque.

Os bombardeios, que resultaram na morte dos jornalistas, demonstraram o comportamento imperial do governo dos EUA. Se não podem controlar, eles eliminarão qualquer oponente. As ações contra a liberdade de imprensa, infelizmente, não pararam por aí.

Os militares dos EUA agrediram e detiveram dois jornalistas da RPT e outros dois israelenses. Os correspondentes foram obrigados a deitar no chão, sob a mira de armas, para serem revistados. O Pentágono justificou o episódio culpando os repórteres por comportamento "unilateral". Os jornalistas foram libertados após um pedido de desculpa dos militares.

A demissão do veterano jornalista de guerra Peter Arnett foi outro ataque disparado contra a liberdade de imprensa pelo governo dos EUA e pelos donos dos veículos de imprensa. Arnett, que cobriu a Guerra do Golfo em 1991, dessa vez sentiu na pele o que é pensar uma vírgula diferente dos interesses dos "falcões americanos".

Para tentar controlar e disseminar suas ideologias no Golfo Pérsico, Bush e seus aliados estão também investindo milhões de dólares na abertura de um canal de televisão pró-EUA, na região. A rádio Sawa, uma emissora com grande audiência e programação ocidental, deverá agora ter um braço televisivo. Bush pediu mais de US\$ 30 milhões ao Congresso para viabilizar a abertura do canal.

### **INTERESSES ECONÔMICOS NORTEIAM COBERTURA FEITA PELA MÍDIA DOS EUA**

As mídias dos EUA, como as do Brasil, vivem atualmente um cenário bastante sombrio. Há um

forte endividamento, resultado de investimentos fracassados no período da "bolha tecnológica", entre outros motivos.

A posição dessas mídias em relação ao conflito no Golfo Pérsico era, portanto, estrategicamente decisiva para buscarem saídas para as crises que passam. As tevês NBC e MSNBC, que pertencem à General Electric (GE), por exemplo, tinham todo interesse em que o conflito acontecesse. A GE é fabricante de motores para aviões de guerra, entre outros produtos. O conflito certamente fomentou sua produção.

A Fox News, do australiano naturalizado americano Rupert Murdoch, que fez a cobertura da guerra mais pró-EUA, tinha interesses econômicos envolvidos. Murdoch declarou em entrevistas que apoiava os EUA porque o preço do petróleo iria cair com a derrota do Iraque. Ele também é árduo opositor do euro, a moeda que alguns países do Oriente Médio vêm adotando na comercialização do petróleo, o que contraria os interesses dos EUA.

A tevê de Murdoch foi a campeã em audiência durante o conflito. O magnata, que é dono de um império com mais 175 jornais espalhados pelo mundo, foi, portanto, o vencedor da guerra na mídia dos EUA. Esta vitória fez com que partisse para ofensiva. No dia em que a estátua de Saddam Hussein era derrubada em Bagdá, Murdoch acertou a compra da DirecTV, principal operadora de canais pagos via satélite dos EUA. Com a aquisição, Murdoch assumiu também as duas principais empresas do setor no Brasil, a Sky e a Directv, que juntas detêm 95% do mercado de tevês a cabo no País.

A CNN sempre demonstrou postura pró-Israel em sua programação. Saddam Hussein, portanto, era um inimigo natural em sua política editorial.

Preocupados em aumentar as cifras de seus lucros, os donos desses meios de comunicação enterraram de vez as já poucas regras de imparcialidade dos manuais de telejornalismo. Ao longo do conflito no Iraque, bombardearam os telespectadores com vários exemplos de desinformação, confundindo-se com a própria lógica da campanha militar.

A cobertura do conflito teve, portanto, a conivência e disposição dos donos dos veículos que exaltaram a "justeza do ataque" e como os "EUA estão do lado das forças do bem". A autocensura, praticada pelos donos dos meios de comunicação, dessa vez foi potencializada com a intervenção do Estado, que determinava o que deveria ou não ser divulgado.

Nesse sentido, o jornalismo estadunidense foi um dos grandes derrotados dessa guerra. Submeteu-se aos interesses econômicos de seus donos, aos do Estado, curvou-se e permitiu que os militares decidissem o que deveria ser veiculado.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Dizem que a verdade é a primeira vítima das guerras. Essa máxima vale para a postura que assumiu a mídia dos EUA, principalmente as redes de televisão, que atuaram como braço de apoio às políticas dos governos Bush e Blair.

Porém, diferentemente do que alguns possam avaliar, os 21 dias de conflitos no Iraque trouxeram novos elementos para configuração do meio jornalístico. Pela primeira vez, múltiplas fontes veicularam notícias diretamente do *front*. Essa diversidade causou muita confusão, mas também deu mais opções ao público.

Não foram poucas as pessoas que externaram não estar entendendo nada sobre a guerra. Essa



realidade em parte pode ser explicada pelo fato de que os veículos árabes trabalharam com enfoque diferente dos ocidentais, mas também pela dificuldade do público ocidental em discernir e formar sua própria opinião – uma vez que está acostumado a receber informações controladas por poucos veículos. Na Guerra do Golfo, em 1991, não houve confusão porque somente a CNN monopolizou a transmissão das informações vindas da frente de batalha.

Esse parece ter sido o primeiro momento na história de uma guerra em que existiu uma pluralidade de fontes de informações. Contraditoriamente e diferentemente de outras ocasiões, dessa vez houve mais democracia na forma de veicular as informações. Tudo isso gerou confusão porque as pessoas estão acostumadas ao único, a uma versão dos fatos. É nesse “conflito dialético com a práxis que a linguagem criativa vai desmontando os corredores isotópicos e os estereótipos, denunciando assim a fabricação da realidade. Aí ela pode tornar-se uma práxis libertadora” (Blikstein, 1990, p. 86).

Desde o surgimento dos meios de comunicação massivos, talvez tenha sido o primeiro momento em que aconteceu uma ruptura na padronização da opinião pública. Apesar da ironia, isso foi possível porque, em certa medida, os árabes conseguiram impor um padrão de cobertura jornalística mais independente, defendido em outros tempos, apesar das conhecidas limitações, pela própria imprensa dos EUA. Estes últimos se gabavam de ter provocado o caso Watergate.

Nesse novo cenário, vale ressaltar que nunca se soube de tantos detalhes de uma guerra

como a do Iraque. Dificilmente fica-se sabendo de tudo. Mas é possível que tenha sido a guerra na qual mais conseguimos obter informações pela mídia. Isso só se explica por haver mais democracia e quebra de monopólio do padrão de controle das mídias dos EUA, pelo menos no *front* jornalístico.

Os avanços tecnológicos no setor também colaboraram para a ampliação do espaço democrático. A diversidade de imagens e a pluralidade nas informações, mesmo com viés de interesses de ambos os lados, trouxeram o novo: a possibilidade de acesso a algo não mais único e monolítico. Esse novo fez aumentar a rachadura na política hegemônica das mídias dos EUA.

As fissuras no monopólio dos meios de comunicação pelo mundo na verdade já vinham desde os ataques de 11 de setembro. O conflito no Iraque aprofundou essas brechas. Simultaneamente a essa dinâmica, a idéia de jornalismo com liberdade de expressão parece ter sido enterrada nos EUA a partir da queda das torres gêmeas e da conseqüente onda de nacionalismo que tomou conta do país. Em outras partes do mundo, entretanto, a liberdade de imprensa aparentemente parece emergir.

Se os atentados de 11 de setembro colocaram parte importante da opinião pública mundial ao lado dos EUA, a ação deles contra o Iraque acabou com essa simpatia. Em parte tal mudança deu-se porque o mundo pode ver que, como escreveu Clóvis Rossi para a FSP, em 23.03, “o ataque norte-americano ao Iraque permitiu, talvez pela primeira vez na história, que se comprovasse, ao vivo em cores, no mundo todo, como um presidente norte-ame-

ricano mente descarada mente”. Esse olhar parece também ter sido provocado pela quebra do monopólio nos meios de comunicação.

Apesar dessas brechas, alguns estudiosos de comunicação defendem que a informação deixou de ser um instrumento de libertação com o conflito no Iraque. Os elementos da realidade, contraditoriamente, apontam para o caminho oposto. Apoiados pelos avanços tecnológicos, mais veículos, como os árabes, entraram em cena para mostrar os acontecimentos não mais somente como queriam os detentores do monopólio das comunicações. Essa diversidade de fontes em ação durante a guerra demonstra ser um importante elemento para avançar na democratização dos meios de comunicação de massa.

O poder de comunicação que legitimou o discurso do governo Bush perante um importante setor da população daquele país ao mesmo tempo ajudou a desconstruir essa percepção no imaginário público mundial. O que se pode concluir é que uma sociedade baseada na informação em tempo real também resiste àquelas que querem controlá-la.

Os EUA e a Inglaterra venceram a guerra no campo militar. Porém, no *front* da opinião pública, dessa vez, parecem ter perdido a batalha por corações e mentes. Para Gramsci (1999, p. 34): “A supremacia de um grupo social se manifesta de duas formas, como ‘dominação’ e como ‘direção intelectual e moral’”. Neste campo, os EUA, pelo menos até aqui, começaram a perder a guerra depois de 11 de Setembro. O conflito no Golfo Pérsico só acelerou a perda da hegemonia no campo midiático.

**NO AR**

**Latitude 33,19, longitude 44,24**

**Nelson de Sá,**

**Editor do caderno *Ilustrada***

**Jornal *Folha de S. Paulo* (9.4.2003)**

*Demorou, algumas chances foram desperdiçadas, mas as forças americanas conseguiram ir além do feito de Cabul, no ano passado. Na guerra do Afeganistão, o correspondente da AL Jazeera escapou por minutos de morrer num bombardeio.*

*Ontem, um correspondente no Iraque não escapou. Do site da Al Jazeera, que voltou ao ar temporariamente:*

*- Ele estava no teto se aprontando para a transmissão ao vivo quando o prédio foi atingido por mísseis. O câmara desceu sangrando, mas Tariq Ayoub não apareceu.*

*Era um dos jornalistas da emissora em Bagdá, um jordaniano nascido na Palestina. O bombardeio continuou longamente e só depois o corpo foi resgatado, por repórteres da Al Jazeera e da Abu Dhabi, outro canal árabe. Do site:*

*- Logo depois, os aviões americanos retornaram para atacar o prédio da Abu Dhabi, que fica perto dali.*

*Um dos outros correspondentes da Al Jazeera em Bagdá desabafou:*

***Eu não vou ser objetivo sobre isso... Nós fomos escolhidos como alvo porque os americanos não querem que o mundo veja os crimes que eles estão cometendo. (grifo da autora)***

*Por segurança, para evitar um ataque, a localização do escritório da Al Jazeera havia sido enviada por carta em fevereiro a Victoria Clarke, porta-voz do Pentágono. Era latitude 33,19, longitude 44,24.*

*Reação de Clarke, ontem em entrevista coletiva:*

*Zona de guerra é um lugar perigoso. Nós avisamos às organizações de mídia. Vocês não deveriam estar lá.*

[...]

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, P. **Afinidades seletivas**. São Paulo: Boitempo, 2002.

BAGDIKIAN, B. H. **O monopólio da mídia**. São Paulo: Scritta, 1993.

BLIKSTEIN, I. **Kaspar Hauser ou a fabricação da realidade**. São Paulo: Cultrix, 1990.

CHOMSKY, N. A linguagem e a mente. In: **Novas perspectivas em Linguística**. Petrópolis: Vozes, 1971.

\_\_\_\_\_. **11 de setembro**. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere** (vol. I). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

MORAES, D. (org) **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

SODRÉ, M. **O discurso da neobarbárie** – Globalização, Mídia e Cultura Contemporânea. Rio de Janeiro: Letra Livre, 1997.

## Núcleo de Recursos Humanos



Com o trabalho sério e reconhecido, o Núcleo de Recursos Humanos do IMES busca a integração entre o conhecimento teórico e a prática no campo da Administração de Recursos Humanos.

### Entre os serviços oferecidos, destacam-se:

- Realização de pesquisas em Recursos Humanos (cargos, salários, benefícios, acordos/convenções coletivas, remuneração variável, indicadores da performance de área e clima organizacional);
- Encontros de reciclagem para profissionais da área de RH;
- Publicação do boletim Notícias de Recursos Humanos, que traz uma sinopse da imprensa paulista com informações sobre RH;
- Desenvolvimento de projetos personalizados para empresas (consultoria, auditoria, e treinamento);
- Publicação de artigos que abordam o comportamento do mercado de trabalho e suas tendências.

Informações e consultas podem ser feitas na Av. Goiás, 3.400, em São Caetano do Sul, pelo telefone (011) 4239-3201, ou pelo e-mail: nucleorh@imes.edu.br