

Meios de Comunicação e Legitimidade na ‘Guerra ao Terror’¹

Valter Fernandes da Cunha Filho

RESUMO

Este texto tem como objetivo a análise da relação entre mídias e guerra, em ambientes democráticos. O caso em tela será a 'guerra ao terror', promovida pelo presidente George W. Bush após os atentados do 11 de setembro de 2001. A preocupação que norteia a pesquisa é a forma como os condutores da guerra conseguiram ampla legitimidade da população para iniciar uma guerra de longa duração em vários teatros de operação. Defende-se que os jornalistas tiveram um papel de destaque na construção da legitimidade da ação bélica dos Estados Unidos e seus aliados. Este trabalho assume que os operadores da comunicação de massa conseguiram essa façanha porque foram competentes na composição de um quadro de referências simbólicas que recriou um ideal de comunidade. O discurso não só criou uma 'comunidade imaginada' como forjou um novo inimigo. Conclui-se que a participação da mídia de massa, selecionando e difundindo um repertório específico de signos, foi essencial para formar uma representação dos norte-americanos sobre si mesmos, e sobre seus inimigos, viabilizando, portanto, o apoio popular à 'guerra contra o terror'.

Palavras-Chave: Guerra contra o Terror, Discurso, Jornalismo, Terrorismo, Relações Internacionais

ABSTRACT

This text aims to analyze the relationship between media and war in democratic environments. The case in point is the 'war on terror', hosted by President George W. Bush after the attacks of September 11, 2001. The concern that guides the research is how drivers managed broad legitimacy of the war the population to start a long war in various theaters of operation. It is argued that journalists had a prominent role in building the legitimacy of military action from the United States and its allies. This paper assumes that operators of mass communication accomplished that feat because they were competent in composing a frame of symbolic references that recreated an ideal community. The speech not only created an 'imagined community' and forged a new enemy. We conclude that the participation of the mass media, selecting and disseminating a repertoire of specific signs, was essential to form a representation of Americans about themselves and about their enemies, enabling thus popular support for 'war on terror'.

Keywords: War on Terror, Discourse, Journalism, Terrorism, International Relations

¹ Agradeço à colega Andrea Carneiro Lobo pela leitura atenta e sugestões que ajudaram a qualificar esse texto. As deficiências e limitações são da responsabilidade do autor.

Introdução

Na manhã de 11 de setembro de 2001 terroristas muçulmanos sequestraram quatro aviões comerciais em território norte-americano, com um objetivo nefasto: arremessá-los contra edifícios-símbolos do poderio estadunidense. A operação “parecia cuidadosamente coordenada”, como afirmou o *The New York Times* na edição do dia seguinte (SCHMEMANN, 2001). As quatro aeronaves partiram da Costa Leste para Los Angeles, portanto, estavam com os tanques repletos de combustível. O primeiro avião sequestrado, um Boeing 767, era o Vôo 11 da American Airlines que partiu de Boston com destino a Los Angeles e chocou-se contra a torre norte do World Trade Center às 08h48. O segundo avião, um Boeing 767-300, chocou-se contra a torre sul às 09h03. Era o Vôo 175 da United Airlines, que também partira de Boston para Los Angeles. A terceira aeronave, o Vôo 77 da American Airlines, era um Boeing que partira do Aeroporto Internacional de Washington Dulles rumo a Los Angeles e se chocou contra o Pentágono às 09h40. Um quarto avião, que havia decolado de Newark com destino a São Francisco, o Vôo 93 da United Airlines, era um Boeing 757 que caiu na zona rural de Pittsburgh. Cogita-se que essa aeronave estava destinada a ser arremessada sobre a Casa Branca e que, ao saberem dos outros ataques, os passageiros entraram em confronto com os terroristas em pleno voo, ocasionando a queda do avião.

Como consequência desses atos, o então presidente George W. Bush declarou uma “Guerra ao Terror”. Essa consistia num conjunto de medidas estratégicas para combater o terrorismo, em especial a Al-Qaeda, organização liderada por Osama Bin Laden. Muitas dessas medidas têm sofrido forte oposição da comunidade internacional. Em outubro de 2001 os norte-americanos invadiram o Afeganistão, na Operação Liberdade Duradoura (*Operation Enduring Freedom*), sem a autorização da ONU. Em março de 2003, liderando uma coalizão multinacional, os Estados Unidos iniciaram a Operação Liberdade do Iraque (*Operation Iraqi Freedom*), alegando que o regime de Saddam Hussein detinha armas de destruição em massa e amparava membros da Al-Qaeda de Bin Laden. Após a invasão, constatou-se que não havia armas químicas, biológicas ou nucleares em território iraquiano, além de ser internacionalmente conhecida a rivalidade entre Bin Laden e Saddam, uma vez que o último não tolerava o radicalismo religioso do primeiro. Essas intervenções foram levadas a cabo orientadas por uma doutrina altamente discutível, para dizer o mínimo, arquitetada pelo *staff* militar e pelos ideólogos conservadores do presidente Bush. Refere-se à Doutrina da Guerra Preventiva que justificava o ataque a qualquer país pelo simples fato de ser percebido como ameaça. Por isso a reação capitaneada pelos estadunidenses suscita uma indagação inquietante: por que as sociedades ocidentais aceitaram tão passivamente a “Guerra contra o Terror”?

Este artigo pretende demonstrar, sem intencionar esgotar o tema, que a reação do Ocidente, encabeçada pelos Estados Unidos, não teria sido possível sem a participação dos meios de comunicação. Questiona-se ainda: De que forma o jornalismo participou da “Guerra ao Terror”? Como a informação foi produzida e transmitida? Como o combate ao terrorismo impactou sobre a atividade jornalística? Essas são algumas das questões que nortearão as linhas

que seguem. Portanto, o assunto que permeia esse artigo é a relação entre jornalismo e guerra. O texto está balizado por dois pressupostos complementares que ajudam a estruturá-lo.

O primeiro pressuposto é que as decisões dos governos no plano internacional não são tomadas somente por homens de Estado (ministros, diplomatas, presidentes ou primeiros-ministros), com base em um cálculo estratégico que confronta os interesses internos (sempre objetivos) e a realidade externa (também objetiva). Esse trabalho assume que a política externa de um país é fortemente influenciada pelas representações que constituem tanto o território, o povo e a nação, quanto o mundo exterior. O “interno” e o “externo” são constituídos por representações que, de quando em quando, resignificam um e outro. Essas representações orientam a política externa no mesmo tempo que reforçam os significados. Trata-se, por isso, de resgatar a dimensão discursiva das relações internacionais, uma vez que as ameaças, os perigos, a insegurança e os riscos percebidos por um país só adquirem a condição de “realidade objetiva” mediante um quadro interpretativo, do qual participam traços culturais e identidade (ANDERSON, 2008). Em seu estudo sobre o totalitarismo, por exemplo, Arendt (1989) já destacava o fato da política nazista não só construir um “inimigo objetivo” (os judeus) como orientar-se por esse produto (uma vez que a chamada “solução final para o problema judeu” justificou a criação de políticas armamentista, de segregação, de reforma legislativa, entre outras). Grande parte da eficiência do discurso antissemita foi creditada por Arendt aos meios de comunicação disponíveis na época, que garantiram o sucesso da propaganda nazista. Essa constatação reforça o pressuposto do qual parte o presente texto, a saber, que a “realidade objetiva” que orienta os formuladores de política externa é uma construção discursiva. E isso invoca outro pressuposto.

O segundo pressuposto é que as Ciências da Comunicação podem contribuir com um valioso aporte teórico-metodológico para a compreensão de diversos fenômenos das relações exteriores. O estudo das Relações Internacionais tem passado por significativas transformações, especialmente a partir dos anos 80 do século XX. Essas mudanças têm levado os pesquisadores a se aproximarem de campos do conhecimento que até então não lhes pareciam relevantes para o entendimento da política externa dos governos, ou mesmo para a compreensão dos conflitos internacionais. No contexto dessa transformação, um subcampo das Relações Internacionais, os estudos de Segurança Internacional, tem se dedicado a estabelecer um profícuo diálogo com os pesquisadores das Ciências da Comunicação. Tal aproximação se deu por entenderem que essas ciências podem oferecer ferramentas intelectuais úteis para a interpretação das decisões governamentais que afetam a segurança internacional e levam os países à paz ou à guerra (BUZAN & HANSEN, 2012; RAMINA & CUNHA FILHO, 2013). Nesse contexto de mudança, os pesquisadores do subcampo da Segurança Internacional têm deixado de considerar o Estado como único ator relevante - quando a questão é lidar com ameaças, perigos, inimigos e riscos internacionais - dando atenção a outros atores igualmente importantes para a construção da política externa. Nesse caso, empresas de alta tecnologia, o comércio de commodities, os meios de comunicação, as ONGs, entre outros, têm chamado a atenção dos estudiosos pela capacidade que possuem de influenciar o processo de construção da política externa.

Guerra, Legitimidade e Meios de Comunicação

Um dos traços distintivos dos Estados modernos é a necessidade de legitimidade popular. Tanto os monarcas absolutistas da Idade Moderna quanto os ditadores contemporâneos foram cientes de que dominar somente pelo medo e pelas armas era tão ineficiente quanto custoso. Por isso, mesmo os governos autoritários jamais dispensaram uma eficiente máquina de propaganda². O apoio da maioria é importante. Em regimes democráticos, nos quais as ações de governo devem refletir a vontade da maioria, ou seja, onde se está obrigado a observar o princípio da soberania popular, a busca por legitimidade popular (aceitação por parte da maioria, aprovação da população) é imperativo. Nesse sentido, os meios de comunicação têm desempenhado um papel fundamental na formação da opinião pública. Numa democracia é desejável que esses meios informem a população através de um debate público, em que vozes dissonantes opinem divergentemente sobre determinada questão. Tal debate informa o público e contribui para os cidadãos se posicionarem frente à questão em pauta. Dependendo do assunto público e de seu potencial de mobilização, o debate pode ser inviabilizado. Ocorre que certos temas podem arrastar a sociedade para um clamor emocional obscurantista, em lugar de conduzir a um debate racional e esclarecedor. Os atentados ocorridos no 11 de setembro de 2001 foi um caso típico de debate silenciado.

Nos dias seguintes aos atos terroristas as televisões norte-americanas interromperam suas programações cotidianas e promoveram uma espécie de espetacularização do drama. Com raras exceções, as redes de comunicação iniciaram a construção de um ambiente social beligerante. Tratava-se de preparar a sociedade para a guerra. Nas palavras de Kellner, “apesar de que numa democracia os meios deveriam promover o debate crítico dos temas urgentes para a nação, nesta crise do terrorismo os principais meios de comunicação estadunidenses, em particular a televisão, promoveram uma febre de guerra e uma solução militar para o problema do terrorismo mundial” (KELLNER, 2002: 10).

Mas o sucesso da construção midiática da guerra também se deveu aos intelectuais vinculados ao governo Bush, especialistas em segurança nacional que, segundo Kellner, “oscilavam entre a direita e a extrema direita” do espectro político (KELLNER, 2002: 10). Não representavam uma opinião independente, mas repetiam o discurso belicista do pentágono e da indústria de armamentos. Esses intelectuais foram os principais aliados dos ancoras das redes de comunicação na tarefa de “esclarecer” o público. No mesmo dia 11 de setembro, vários desses “consultores” foram entrevistados e começaram a descrever os atentados como um “ato de guerra”. Nos dias que seguiram, as redes de notícias como NBC, ABC, CNN e Fox News exibiam faixas informativas fixas na parte superior da tela com expressões do tipo: *U.S. Attack* (Ataque aos Estados Unidos) ou *America under Attack* (A América sob Ataque).

² Burke (1994), por exemplo, já demonstrou como Luís XIV se ocupou de mobilizar os recursos midiáticos de sua época para construir a imagem pública do rei e justificar a crescente aquisição de poder no seu reinado.

Outras faixas informativas foram colocadas na parte inferior da tela onde notícias se sucediam, em tempo real, atualizando o número de vítimas, os dados da destruição, os resultados das primeiras investigações, e etc (KELLNER, 2002). Destaca-se a preferência pelo uso da palavra “ataque” em vez de “atentado”. Esta escolha semântica não foi inocente, nem desinteressada. Não cabe aqui verificar os argumentos que desautorizariam o uso da palavra “ataque” (como um ato bélico) para os atentados, mas sublinhar que só o uso da palavra “ataque” teria a força elocucionária para justificar uma guerra.

Aos poucos, nas declarações dos consultores, os Estados Unidos foram passando de vítimas a agressores. Com o passar dos dias foi-se solidificando a resposta à primeira questão que inquietou os norte-americanos no 11 de setembro: o que aconteceu? Já havia se formado um consenso sobre a ideia de que o país fora vítima de um ataque. O que fazer? Qual é a resposta mais adequada? Eram as perguntas que seguiam. Em entrevista à televisão, o mentor da política externa de George W. Bush, Paul D. Wolfowitz, declarou que a retaliação dos Estados Unidos seria “constante, ampla e eficaz”, na qual empregaria “todos os seus recursos” e que não se trataria de capturar algumas pessoas, senão de “eliminar sistemas de apoio e acabar com os Estados que patrocina o terrorismo” (KELLNER, 2002: 13). A máquina de produção de legitimidade começou a trabalhar a todo vapor, após os atentados. Era preciso convencer as sociedades ocidentais, notadamente o público norte-americano, de que a melhor resposta era a guerra. Nos meses que se passaram, depois do 11 de Setembro, os meios de comunicação televisivos, radiofônicos e impressos, com poucas exceções, aderiram ao discurso belicista. Edward Said, um dos intelectuais críticos de origem árabe mais influentes da época, descreveu o clima formado pela mídia de massa naquele momento:

Todos os canais importantes empregam agora como “consultores” gerais aposentados, agentes da CIA, especialistas em terrorismo e conhecidos neoconservadores. Todos cospem um jargão complicado, desenhado para transmitir uma pitada de autoridade, mas na verdade tudo o que fazem é apoiar os Estados Unidos: do seu papel no âmbito da ONU às areias da Arábia. Somente um dos jornais importantes, de Baltimore, publicou algo sobre a espionagem, a escuta telefônica e a prática de interceptar mensagens que os Estados Unidos exercem sobre os seis países membros do Conselho de Segurança, cujo voto a favor ou contra a resolução de guerra ainda está no ar. Não se ouve nem se lê vozes antibélicas em nenhum meio importante nos Estados Unidos, não há árabes ou muçulmanos (todos foram condenados em massa para as fileiras de fanáticos e terroristas deste mundo); não há críticos de Israel nem no Public Broadcasting, nem no The New York Times, New Yorker, US News and World Report, CNN, entre outros. Quando estes meios mencionam, como pretexto para ir à guerra, que o Iraque tem ignorado 17 resoluções das Nações Unidas, não mencionam as 64 resoluções que Israel tem ignorado (com respaldo dos Estados Unidos). Tão pouco mencionam o sofrimento humano que o povo iraquiano suporta já faz 12 anos. Qualquer coisa que o espantoso Saddam Hussein tenha feito, Israel e Sharon o fizeram com respaldo estadunidense, e sem dúvida ninguém diz nada destes últimos enquanto fulminam o líder iraquiano. Isto faz com que as advertências de Bush e outros, exigindo o cumprimento das resoluções das Nações Unidas, sejam um escárnio total. (SAID, 2003)

O autor citado acima parece ter percebido o compromisso dos meios de comunicação com a fabricação da guerra. Essa parceria entre autoridades norte-americanas e empresas de comunicação teve sucesso porque conseguiram apresentar um quadro de referências

simbólicas em que identidade e política externa foram ressignificadas. O discurso militarista veiculado pelos meios de comunicação teve a competência de apresentar à sociedade uma nova representação de si, bem como dos Estados Unidos, no mundo. O discurso não é um mero reflexo do mundo real. Ao mudar a significação, o discurso midiático constrói a realidade, uma vez que altera a autopercepção, define novos papéis aos atores sociais, reconfigura as relações. Numa sociedade crivada por imigrantes de diversas partes do mundo e onde a falta de solidariedade e confiança mútua ameaçavam esgarçar o sentido de comunidade (PUTNAM, 2002), a ressignificação do corpo social forneceu aos Estados Unidos um novo potencial de agressão externa. Resende tem alertado, baseando-se em Lévi-Strauss, que a ressignificação da sociedade norte-americana, no pós-11 de setembro, teve tamanho poder mobilizador porque utilizou um “significante vazio”. Em suas palavras, “uma forma (significante) sem conteúdo determinado (significado)” (p. 39). Por isso ele pode albergar qualquer significado. Sua polissemia torna-o capaz de abrigar e harmonizar conteúdos que “fora” dele seriam contraditórios (RESENDE, 2011: 39).

Em sua pesquisa, Resende encontrou pelo menos cinco significantes vazios no discurso midiático: “América”, “nação”, “liberdade”, “povo” e “nós”. Entretanto, o presente texto assume que o significante de maior poder de redefinição identitária da sociedade norte-americana foi “nós”. Em primeiro lugar, porque tem a capacidade de representar um todo homogêneo e unido, ocultando as divergências e desníveis entre os grupos sociais, além de possuir valor positivo em oposição a “outros”. Em segundo lugar, porque ele contém o significante “nação”, que representa tudo que está fora das fronteiras e que, certamente, a ameaça. Ou seja, o que está dentro das fronteiras está contido em “nós”. Em terceiro lugar, porque também alberga o significante “liberdade”, pois “nós” vivemos na *land of the free* (terra dos livres), “nós” *live in liberty* (vivemos em liberdade), “nós” somos uma *free society* (sociedade livre). Expressões largamente utilizadas no discurso midiático pós-11 de setembro. Em quarto lugar, porque contém o significante “povo”, do qual retira a eficiência para organizar discursivamente grupos heterogêneos e de origens diversas (imigrantes) numa coletividade de “nós”, americanos. Finalmente, na condição de significante vazio, o pronome “nós” força o receptor a se posicionar frente ao emissor e à mensagem emitida. Seu poder também está nessa capacidade de vincular ouvinte→fala→falante. Como afirma a autora, “ao ser interpelado, o ouvinte se identifica – ou não – como pertencente ao mesmo grupo, tempo ou espaço do falante”. Por esse motivo se revelou um excelente artifício na construção da identidade norte-americana no pós-11 de setembro (RESENDE, 2011: 42).

A ressignificação da comunidade norte-americana realizada pelo discurso do grupo político neoconservador do presidente Bush, e veiculado pelos meios de comunicação, redefiniu as fronteiras imaginárias, instituiu os “aliados” e os “traidores”, fixou novos objetivos externos para o país e resgatou imagens específicas de um passado idealizado como referência para o futuro. A reinstalação discursiva da sociedade estadunidense fez reavivar o excepcionalismo que caracterizou as representações sociais dos primeiros colonos puritanos da América do Norte. De fato, as primeiras comunidades que se instalaram em solo norte-americano

se desenvolveram permeados de um sentimento de exclusividade espiritual que lhes conferia uma postura oscilante entre a arrogância e a humilhação. No entendimento daqueles protestantes, Deus os predestinara a ser Seu povo. Representavam a saída do Velho Mundo como um êxodo da Era Moderna. Chegados à Terra Prometida, passaram por toda a sorte de dificuldades (doenças, nativos ferozes, trabalho árduo, e etc.), mas encaram-nas como provações de Deus para qualificar o povo eleito à entrada no céu. Apesar de terem um sentido de missão, cuja fé atuava como um motor para a vida, os puritanos da Nova Inglaterra viviam cobertos de incertezas, consumidos pelo medo e encharcados de ansiedade. A causa dessas aflições era a percepção da decadência da sociedade, expectativa do fim já próximo e a certeza do juízo final. Portanto, ora se punham em lamentação por se acharem em um mundo de opressão e pecado, ora assumiam uma postura altiva por serem observadores dos evangelhos, zelosos da doutrina cristã e combatentes contra o pecado.³ Foi precisamente essa imagem do passado que o redesenho discursivo da sociedade norte-americana procurou resgatar.

O grupo neoconservador do qual o presidente George W. Bush fazia parte, conhecidos como “neocons”, foi o principal articulador desse discurso que reconfigurou a identidade norte-americana, construindo um “nós” de inspiração puritana e excepcionalista.⁴ Um “nós” que possui a responsabilidade de erradicar o mal (em oposição ao “bem” americano), o pecado (em oposição à “pureza” americana), a opressão (em oposição à “liberdade” americana), o fanatismo (oposição à “racionalidade” americana). Esse discurso jeremiada do “destino manifesto” (expressão fartamente utilizada pelos presidentes norte-americanos) dos Estados Unidos denota seu caráter exclusivista de “povo escolhido”. Foi dentro desse quadro simbólico religioso que o significante vazio “nós” teve sucesso ao construir uma nova “comunidade imaginada” na América do Norte, após os trágicos eventos do 11 de setembro. Ele estabeleceu, como foi dito anteriormente, novas fronteiras imaginárias entre os americanos e os não-americanos, entre o amigo e o inimigo, entre o aliado e o traidor, entre o bem e o mal. O maniqueísmo e o raciocínio binário foram características constantes tanto nos meios de comunicação ocidentais, em particular dos Estados Unidos, quanto nas falas das autoridades, nos meses posteriores aos atentados (SERRANO, 2008; GARCÍA GORDILLO, 2004).

Nesse contexto, adquirem sentido expressões usadas com frequência pelo presidente Bush, como “cruzada contra o mal”, “demônios”, “erradicar o mal do mundo”, entre outras. Em 20 de setembro, em discurso diante do Congresso, ocasião em que declarou guerra ao terror, Bush disse que nesta guerra se opunham liberdade e temor onde, de um lado, estavam aqueles que “estão dominando pelo medo” e pretendem “destruir nossa riqueza e liberdade” e, do

³ Na literatura norte-americana esse sistema de práticas e representações dos puritanos dos tempos da colonização é chamado de sermão (ou discurso) jeremiada. O nome advém da referência ao conjunto de textos bíblicos denominado Lamentações de Jeremias. Ao que parece é uma prática recorrente na cultura estadunidense. Decorre dela o sentido de missão com que os Estados Unidos encaram a tarefa de levar a democracia ao restante mundo. Nesse caso, qualquer guerra já estaria justificada. Para uma abordagem mais recente do discurso jeremiada na sociedade estadunidense, ver: Harrell Jr (2010).

⁴ Sobre o pensamento político neoconservador, ver: Teixeira (2010),

outro, aqueles que estão do lado da liberdade. E dessa representação surgia uma implicação muito real: cada líder mundial teria que tomar uma decisão, na percepção do presidente, “se está conosco ou contra nós” (KELLNER, 2002: 12). Note-se que, como constatado na citação de Said (2003), nenhum meio de comunicação relevante se ocupou da promoção de um debate racional que identificasse e esclarecesse a mudança que o discurso instituinte estava operando na identidade da “América”. Nenhum jornal ou programa de entrevista se prontificou a ouvir intelectuais críticos dispostos a mostrar que Osama Bin Laden havia sido aliado dos Estados Unidos na guerra que expulsou os soviéticos do Afeganistão. Ninguém se propôs a mostrar que o Iraque de Saddam Hussein tinha sido protegido dos norte-americanos na guerra Irã-Iraque.⁵ A instituição discursiva da realidade tem como efeito a redistribuição das peças no tabuleiro simbólico, redefinindo o “amigo” e o “inimigo”, o “aliado” e o “traidor”. Todavia, a reconfiguração das fronteiras que separam o “nós” dos “outros” e o “bom” do “mau” era puramente imaginária. Os “outros” e o “mau” poderiam estar dentro das fronteiras físicas do país.

Kellner (2002) destaca que os meios de comunicação não contratavam somente intelectuais, ex-militares e diplomatas de direita como consultores, pois também fizeram entrar nos estúdios de gravação um poderoso time de comentaristas “neocons” comprometidos com o reavivamento protestante norte-americano. Com esse grupo de comentaristas a nova identidade americana que se redefinia discursivamente pode identificar “inimigos” internos que, apesar de há muito estarem dentro das fronteiras físicas, somente após o 11 de setembro foram descobertos como “traidores” da pátria e corresponsáveis pelos atentados terroristas. Antes mesmo que a poeira decorrente da queda das torres gêmeas abaxasse, Jerry Falwell, um “neocon” jeremiada, sustentava em rede nacional que os “abortistas”, as “feministas”, os “homossexuais” e os integrantes da ACLU (American Civil Liberties Union) tinham responsabilidade sobre a tragédia. Na sua explicação enfatizou que

Se destruimos 40 milhões de bebês inocentes, fazemos com Deus se enfade. Realmente creio que os pagãos, os abortistas, as feministas, os homossexuais e lésbicas que estão procurando ativamente criar um estilo de vida alternativo, a ACLU, o grupo de Partidários do Estilo Norte-Americano – todos aqueles que têm tratado de secularizar os Estados Unidos – a todos eles aponto com o dedo em suas caras e lhes digo: vocês contribuíram para que isso acontecesse (Citado por KELLNER, 2002: 13).

Gary Aldrich, outro jeremiada “neocon”, dizia incansavelmente na televisão que a culpa pelos atentados recaía sobre aqueles que, dentro do país, viviam “num mundo que tinha ido além das regras normais da decência e da civilidade”. Por outro lado, a colunista de direita Ann Coulter declarou diversas vezes que imaginava os terroristas comemorando alegres o “ataque”

⁵ Kellner (2002) adverte que as análises mais racionais e menos unilaterais só podiam ser encontradas na internet (sites alternativos e jornais/revistas fora do *mainstream*). Por outro lado, em comparação com a televisão e os meios impressos, a *performance* das rádios foi mais “aterradora”. As transmissões radiofônicas “promoviam o ódio e a histeria, clamavam violência contra os árabes e os muçulmanos, e exigiam uma retaliação nuclear e uma guerra mundial” (p. 14).

aos Estados Unidos e que, por isso, “devíamos invadir seus países, matar seus líderes e convertê-los ao cristianismo” (KELLNER, 2002: 13). É perceptível que a fronteira imaginária construída pelo discurso não coincide com as fronteiras físicas. Se na fala de Ann Coulter o “inimigo” está além da linha fronteira, nas afirmações de Gary Aldrich ele está aquém dela. O excepcionalismo protestante norte-americano torna seus adeptos mais aptos a se vincularem aos israelenses (provavelmente em virtude daqueles buscarem o fundamento de suas crenças no cristianismo judeu e não no romano), do que, por vezes, aos norte-americanos abortistas. Essa autorrepresentação do protestantismo estadunidense como co-herdeiro da “nação eleita” israelita, mais do que o “lobby judaico”, explica muito da política externa norte-americana para o Oriente Médio.

Forjando o Herói, Marcando o Inimigo

A participação da grande mídia (televisiva, impressa e radiofônica) na construção do clima de guerra não se resumiu à transmissão unilateral do discurso oficial, emitido pelas autoridades governamentais, intelectuais de direita, e religiosos excepcionalistas. Para venderem com eficiência a história da “Guerra ao Terror”, os meios de comunicação tiveram que criar os ingredientes que fazem de toda a boa fábula um sucesso: precisaram fabricar o herói e o anti-herói. O primeiro, personificação do bem, guiaria o “povo” à segurança, à vitória sobre os inimigos e seus atos seriam sempre justificados, uma vez que era o portador da luz, da verdade e da razão. O segundo, encarnação do mal, se ocupava de “contaminar” o mundo com seu ódio, terror e violência.

Antes do 11 de setembro ninguém imaginava, dentro ou fora dos Estados Unidos, que o presidente Bush tivesse vocação para herói (salvo um ou outro grupo extremista de direita). O mais velho dos cinco filhos do ex-presidente dos Estados Unidos, George Herbert Bush, George Walker Bush estudou nas melhores universidades americanas (Harvard e Yale), mas era conhecido por sua indelicadeza e falta de interesse por temas políticos e sociais. Aos olhos da maioria de seus concidadãos, bem como dos líderes ocidentais, nada o credenciava a tornar-se herói nacional. Fez fortuna com petróleo no Texas, seu Estado, e foi proprietário de um time de basquete.

Contudo, em novembro de 1994 foi eleito governador do Texas e, surpreendentemente, foi reeleito com 60% dos votos. Não gozava de boa reputação na Europa, onde ficou conhecido como o “executor do Texas”, em virtude de sua inclemência com os pedidos dos condenados no corredor da morte. Nas eleições para presidente do país impressionou por sua capacidade de se comunicar com o eleitor de forma simples e bem humorada, em oposição ao democrata Albert Gore, sisudo e reservado. Depois das eleições mais disputadas da história estadunidense, de meses de recontagem de cédulas e de disputas nos tribunais, Bush assumiu o cargo de presidente dos Estados Unidos, em novembro de 2000. Nos primeiros meses de sua administração dedicou-se à política interna, cuja economia mostrava sinais de crise. No

plano externo optou por uma política de isolamento, com pouco esforço pra promover o diálogo entre as coreias do Norte e do Sul, conflitando com Rússia e China, acelerando a construção do Escudo Antimísseis, e negando-se ao cumprimento do Protocolo de Kyoto.

Então, veio o 11 de setembro de 2001. Seu discurso de 20 de setembro, frente ao Congresso, ocasião em que apresentou o plano de Guerra ao Terror, foi considerado efetivamente sua primeira fala como estadista (GARCÍA GORDILLO, 2004). Desde o início de seu governo, Bush havia se cercado de diversos ex-colaboradores do governo de seu pai e de intelectuais e ideólogos do grupo “Neocon”, que permaneceram obscurecidos até os atentados. Imediatamente após o dia 11 de setembro, esses assessores passaram a comparecer repetidas vezes nos meios de comunicação dando entrevistas, explicando a necessidade de uma nova postura dos Estados Unidos diante do mundo, e promovendo a imagem de bush como líder da nação.

Por outro lado, durante a década de 1980, nenhum observador cuidadoso seria capaz de considerar que Osama Bin Laden pudesse se converter futuramente no anti-herói mais perseguido pelos norte-americanos. Ele e seu exército (de cerca de 9.000 homens) foram os principais aliados dos Estados Unidos contra a ocupação soviética do Afeganistão, na década de 1980.. Além do treinamento, estima-se que a C.I.A. tenha distribuído cerca de 3 bilhões de dólares a Bin Laden e seus soldados durante os dez anos de guerra (1979-1989). No fim desse conflito Osama criou a Al-Qaeda (A Base), uma organização cuja finalidade era a luta contra os judeus e as forças de ocidentalização do Oriente. Desde então seus homens foram responsáveis por diversas ações terroristas em várias partes do planeta, inclusive um atentado com carro-bomba no subterrâneo do World Trade Center, em 1993.

Com bases operacionais em Gaza, Argélia, Cisjordânia, Iraque, Líbano, Paquistão, Indonésia, Filipinas, Chechênia e Kosovo, a Al-Qaeda passou a desafiar diretamente os Estados Unidos e seus aliados no Oriente Médio, como a Arábia Saudita. Usando toda a sua fortuna (algo em torno de 300 milhões de dólares) para financiar sua luta particular, Bin Laden havia entrado na lista dos 10 inimigos mais procurados pelo F.B.I. durante o governo Clinton, notadamente após o atentado ao destróier da Marinha norte-americana que matou 17 militares e deixou outros 39 feridos, em 2000. Na ocasião dos atentados do 11 de setembro, quando ainda não se sabia se se tratava de acidentes ou atentados, e enquanto o presidente do país voava atônito a bordo do Air Force One e o vice-presidente era conduzido para as montanhas rochosas, as redes de comunicação obtiveram total controle da informação pública, de modo que, sem que qualquer investigação fosse feita ou que algum grupo assumisse os atentados, os meios de comunicação de massa já mencionavam o nome de Osama Bin Laden como o “monstro” capaz de tamanha “barbárie” contra o mundo “civilizado” (KELLNER, 2002; GARCÍA GORDILLO, 2004). O anti-herói fora escolhido antes mesmo de qualquer certeza sobre os responsáveis pelo terror.

Nas semanas seguintes aos atentados, herói e anti-herói passaram figurar dentro do quadro discursivo veiculado pelas redes de comunicação de massa, que instituiu um novo arranjo da “comunidade imaginada”. O herói salvador e o anti-herói opressor passaram a ser

apresentados à sociedade internacional, e particularmente aos norte-americanos, como os dois polos opostos do discurso jeremiada.

Um dos recursos mais utilizados na construção da imagem pública do herói/anti-herói são as manchetes da imprensa escrita. Segundo García Gordillo (2004), as manchetes são eficientes para esse fim, pois além de atraírem o público leitor para o “espetáculo informativo”, na condição de mensagem linguística, elas manifestam grande poder elocucionário ao apresentarem uma imagem do mundo. Os títulos das notícias não são mensagens simples, pois carregam “leituras” do mundo, trazem embutidas interpretações da realidade. A importância das manchetes na construção da reputação do herói/anti-herói torna-se ainda maior se for considerado que uma parte não desprezível do público leitor se dá por informada apenas por sua leitura. É preciso destacar que os títulos de matérias jornalísticas são relevantes também do ponto de vista do redator. Um belo texto não tem força para se impor, senão pelo título atrativo. Por isso, a manchete no texto jornalístico precisa conter os elementos essenciais da notícia, de tal modo que, por sua rápida leitura se possa apreender a informação na sua estrutura primária e imediata. Dada a força elocucionária e a brevidade que lhe caracterizam, os títulos das notícias são mais afetados pela manipulação.

Em sua pesquisa no jornal espanhol *El País*, García Gordillo (2004) concluiu que o destaque dado aos nomes dos protagonistas em questão foi diferenciado. O nome de Osama Bin Laden apareceu sensivelmente mais do que o de George W. Bush. O primeiro teve 73 referências diretas e o segundo 53, num período de 12 de setembro a 08 de outubro de 2001. Todavia, se for considerado o número de manchetes em que os protagonistas figuraram como sujeitos de uma ação, será possível perceber uma mudança esclarecedora. Das 73 referências, em apenas 6 Bin Laden aparece como sujeito da ação. Inversamente, das 53 referências nominais à Bush, em 29 ele aparece como elemento ativo. É da natureza do herói ser agente. É da natureza do anti-herói ser paciente, especialmente frente ao herói. Por isso, o processo de construção da oração não é neutro ou desinteressado. Quando se pretende atenuar a responsabilidade do sujeito da ação, por exemplo, pode-se colocá-lo em posição marginal na oração (após o verbo), fazendo com que deixe de ser o centro da atenção, sem negar-lhe o *status* de sujeito. Portanto, “as escolhas feitas pelo jornalista na hora de construir uma oração não terminam com a decisão de adotar certos elementos como sujeito ou objeto, e, conseqüentemente, como figura ou como fundo. O tipo de predicador, quer dizer, de verbo, que se emprega para amarrar todas as funções nominais têm também efeitos muito acentuados sobre a força informativa do que se quer dizer” (GARCÍA GORDILLO, 2004: 51).

Em sua pesquisa, García Gordillo (2004) percebeu que às frases em que o presidente George W. Bush figurava como sujeito foram atribuídos verbos que indicavam capacidade de mando e poder de execução. A maior parte dessas palavras demonstrava o perfil de líder, indicavam alguém em quem se podia confiar, revelavam um governante com iniciativa própria e dotado de capacidade de ação, coragem, sem temor pelo inimigo. Diversamente, quando Osama Bin Laden aparecia como sujeito em manchetes ou títulos de reportagens, os verbos que o predicavam denotavam muito menos poder e capacidade de ação do que aqueles

atribuídos a Bush. Primeiro, porque, quando executada a ação, atingiriam menos pessoas ou apenas o próprio sujeito. Segundo, esses verbos indicavam certo estatismo e estabilidade na ação, por exemplo, “estar” em algum lugar, ou “exercer” um cargo. Terceiro, eram verbos que não demonstravam nenhum tipo de poder ou capacidade de exercê-lo. Em outras palavras, os verbos atribuídos a George W. Bush eram fortes, predicando-lhe capacidade de ação, poder e comando, enquanto para Osama Bin Laden eram reservados àqueles que denotam alguém pressionado, perseguido e com remota capacidade de ação.

ATRIBUIÇÃO DE VERBOS PREDICADORES AOS AGENTES	
George W. Bush	Osama Bin Laden
Apontar	Afirmar
Anunciar	Estar
Alertar	Invocar (a Deus)
Ordenar	Ocupar (um posto)
Querer	Despedir-se (da sua mãe)
Reativar	
Forçar	
Manter	
Negociar	
Levantar (sanções)	
Congelar (contas)	
Opor-se	
Reclamar	
Financiar	
Lançar (um ultimato)	
Advertir	

Tabela composta a partir de dados constantes em García Gordillo (2004).

Uma guerra não requer apenas a identificação do contrário, do anti-herói. Ela exige, para utilizar uma expressão militar, a “marcação” do alvo. Por se tratar de um fenômeno trágico, de uma situação-limite, os condutores da guerra precisam preparar o espírito dos cidadãos para as consequências do enfrentamento bélico: violência extrema, elevado número de mortes e dilaceração da forma humana. É preciso convencer a população de que o “mal” precisa ser enfrentado, de que o inimigo é ameaçador e sem limite moral. Plasmar a percepção com esse tipo de imagem pode tornar mais suportável os elevados números de baixas do exército nacional. O mesmo é válido para a obtenção do apoio social à matança infringida pelas forças armadas nacionais, aos militares e ao povo inimigo. Em todos esses casos, é necessário identificar o “nós” e os “outros”. A participação dos meios de comunicação na formação daquilo que Gamson & Modigliani (1989) chamaram de “pacotes interpretativos” (*interpretative packages*) foi essencial para a criação não só de uma identidade comum, mas também da definição do “outro”. Com esse conceito os autores se referem aos sistemas simbólicos que, para além de oferecer uma simples descrição do real, estruturam a experiência dos indivíduos no mundo. Como “pacotes”, os sistemas simbólicos e conceituais moldam as percepções e as experiências a partir de opções, por inclusão ou exclusão. Em outros termos, algumas imagens e conceitos são descartados (deixados fora do pacote) e outras são incluídas. Em tempos de guerra, portanto, dificilmente se poderá

esperar uma descrição objetiva da realidade. O conflito é construído a partir de escolhas conceituais que modulam discursivamente as percepções.

Na formação dos “pacotes interpretativos” o uso das metáforas é particularmente importante em virtude da carga semântica que possuem. A metáfora é um instrumento linguístico valioso para os meios de comunicação, uma vez que tem duas funções importantes: “marcam” o inimigo e apelam para a emoção. Na propaganda de guerra, os meios televisivos, radiofônicos e impressos abusam da linguagem metafórica com o objetivo de formar quadros interpretativos que tornem a realidade mais simples e clara, porém, menos objetiva. Em sua pesquisa, Steuter & Wills (2010) realizaram um levantamento de manchetes e títulos de matérias, notícias e editoriais de diversos jornais de circulação internacional. Seu trabalho mostra que a imprensa internacional, no esforço de formar uma imagem do inimigo que garantisse o apoio popular às investidas bélicas contra sociedades inteiras (com elevado custo de vidas), usou e abusou de metáforas que construíam uma percepção negativa e desumanizada do inimigo. A própria metáfora da “guerra ao terror” teve um propósito político, uma vez que, ao se tratar de um inimigo sem base territorial específica, poderia estar em qualquer lugar ou ser qualquer um. Com esse argumento os Estados Unidos e seus aliados poderiam lançar-se em uma guerra permanente contra quem quer que fosse⁶.

A metáfora da “guerra” é quase sempre seguida de outras figuras de linguagem, afinal, exige a definição do “inimigo”. O uso dessas ferramentas da linguagem pela mídia, por políticos, autoridades governamentais, militares, *think-tank* acadêmicos, líderes religiosos e colunistas, em resposta aos atentados terroristas, contribuíram para a construção discursiva de um mundo perigoso, caracterizado por divisões irreconciliáveis. Nesse sentido, pode-se compreender o que quis dizer o congressista republicano de New York, Peter King, referindo-se aos muçulmanos que viviam nos Estados Unidos, ao afirmar que eram “um inimigo entre nós”. Lawrence Eagleburger, ex-Secretário de Estado, logo após os atentados, disse à CNN que “há apenas uma maneira de começar a lidar com pessoas assim, isto é, você tem que matar alguns deles, mesmo que eles não estejam direta ou imediatamente envolvidos”. Nicolas Sarkozy, então Ministro do Interior da França e futuro Presidente do país, referiu-se publicamente aos imigrantes muçulmanos como “gangrena” e “escória”⁷ (STEUTER & WILLS, 2010: 154-155).

O estudo das manchetes de jornais mostra que os repórteres fizeram amplo uso do vocabulário simbólico, especialmente na veiculação das notícias impressas sobre a Guerra ao Terror. Era comum a aplicação de metáforas relacionadas a animais. Muitas reportagens sobre a

⁶ Citando Susan Sontag, os autores asseveram que a metáfora da guerra antiterror é um “sinal de que não é uma guerra, mas, sim, um mandato para a expansão do uso do poder americano” (STEUTER & WILLS, 2010: 154).

⁷ Daniel Pipes, professor visitante do *Hoover Institution of Stanford University* e ligado ao governo republicano, falou de uma “Síndrome da Jihad Súbita” nos seguintes termos: “indivíduos islâmicos podem parecer razoáveis e cumpridores da lei, mas eles são parte de um movimento totalitário, e como tal, todos devem ser considerados assassinos em potencial. É o que tenho chamado de Síndrome da Jihad Súbita, através do qual muçulmanos de aparência normal, de repente, tornam-se violentos. Ele tem uma consequência terrível, mas legítima, de lançar suspeitas sobre todos os muçulmanos” (PIPES, 2006).

guerra eram recheadas com verbos que denotavam caçadas de animais (STEUTER & WILLS, 2010: 156).

Como os Britânicos Sitiaram Basra, os Iraquianos fugiram atabalhoados (As British Close In on Basra, Iraqis Scurry Away) - *The Star-Ledger*, Newark, NJ, 27 March 2003.

Exausto Saddam é Capturado (com armadilha) (Exhausted Saddam Snared) - *China Daily*, Beijing, 15 December 2003.

Fanfarrão do Iraque está Ensacado (Iraq Braggart Bagged) - *Florida Times-Union*, Jacksonville, 18 December 2003.

EUA Utilizaram Base na Etiópia para Caçar Al Qaeda na África (U.S. Used Base in Ethiopia To Hunt Al Qaeda in Africa) - *The New York Times*, 23 February 2007.

EUA quer Preservar Direito de Caçar Combatentes Estrangeiros no Iraque como Parte de Acordo de Longo Prazo (US Wants to Preserve Right to Hunt Foreign Fighters in Iraq as Part of Long-Term Agreement) - *The Associated Press*, 1 February 2008.

‘Operação Ratoeira’ da Coalizão tem como Alvo a Al Qaeda no Iraque (Coalition’s ‘Operation Rat Trap’ Targets Al Qaeda in Iraq) - *States News Service*, Washington, DC, 4 May 2007.

Comumente, os esconderijos dos terroristas não eram descritos como acampamentos, *bunkers*, bases ou campos de treinamento, ou seja, como um conjunto de construções específicas (para uso militar) e próprias dos seres humanos. Os jornalistas tinham uma predileção pela descrição desses lugares como se fossem *habitat* de animais. Dessa forma, palavras como “ninho” e “toca” tornaram-se frequentes nas matérias jornalísticas (STEUTER & WILLS, 2010: 156-157).

Ninho do Terror é Atacado em Fallujah (Terror Nest in Fallujah Is Attacked) - *The Kansas City Star*, 23 June 2004.

Diário Afegão Solicita ao Mundo que Presidente Volte a objetivar o Ninho de Terroristas no Paquistão (Afghan Daily Asks World to Back President, Target ‘Terrorist Nests’ in Pakistan) - *BBC Monitoring South Asia – Political*, 22 June 2008.

Drenando os Pântanos do ‘Terrorismo Domésticos’ (Draining the Swamps of ‘Homegrown Terrorism’) - *Daily Nation*, Nairobi, Kenya, 15 September 2006.

Paquistaneses Desistem da Toca de Osama (Pakistanis Give Up on Lair of Osama) - *Weekend Australian*, Sydney, 9 September 2006.

A linguagem da caça não se limitava apenas aos jornais impressos. Ela era compartilhada entre escritores de diversos gêneros, telejornais, programas de entrevistas e rádios. Dada a padronização da linguagem e o tamanho do público atingido, as metáforas de animais formaram um quadro de imagem altamente restritivo, repetitivo e coerente. No entanto, o uso da metáfora do animal pode significar muita coisa. Há animais benignos, dóceis, amáveis e

carinhosos. Quando as autoridades e a mídia utilizavam metáforas de animais não eram esses que eles preferiam. O inimigo era caracterizado como animal de conotações negativas, como a “besta” ou o “monstro”. Tais palavras adquirem sentido se for destacado que animais ferozes até podem ser domesticados, mas o que distingue a “besta” ou o “monstro” é a sua ingovernabilidade, selvageria, e completa imprevisibilidade (STEUTER & WILLS, 2010: 157).

Besta Acorrentada – Algemado, Saddam é Arrastado ao Tribunal (Chained Beast – Shackled Saddam Dragged to Court) - *New York Post*, 3 July 2004

Morte da ‘Fera Selvagem’ Dadullah Atinge Campanha Talibã (Death of ‘Wild Beast’ Dadullah Hits Taliban Campaign) - *Deutsche Presse-Agentur*, Hamburg, 13 May 2007

Estes Animais Precisam Pagar pela Crueldade Doentia (These Beasts Must Pay for Sick Cruelty) - *Western Daily Press*, 17 November 2004

Guerra no Iraque: uma vitória fácil dos EUA na Localidade Central da Besta (War in Iraq: a U.S. Walkover in Beast's Heartland) - *Daily Post*, Liverpool, 15 April 2003

O Mundo Árabe Criou este Monstro Suicida (Arab World Created This Suicidal Monster) - *The Toronto Star*, 8 May 2005

Monstros na Porta Giratória (Revolving-Door Monsters) - *New York Times*, 11 October 2002

De Monstros e Muçulmanos (Of Monsters and Muslims) - *The Times*, London, 24 July 2004

Poupai-nos as Lágrimas dos Justos na Morte de Outro Monstro (Spare Us the Righteous Tears at the Death of Another Monster) - *Daily Telegraph*, London, 19 April 2004

De outra forma, os jornais utilizavam metáforas que denotavam malignidade associada à praga, doença ou contaminação. Em 08 de julho de 2005 o *New York Daily News* escreveu: “E assim os vermes têm atacado outra vez – como todos sabiam que certamente o fariam. Será que hoje ainda existe na terra algum lugar seguro desses animais que escorregam para fora de seus buracos assassinos para causar sua destruição?” Entre esses animais, o rato teve um lugar de destaque na representação do inimigo. Tradicionalmente, as sociedades o vêem como impuro, habitante dos subterrâneos, associado à sujeira. Porém, ao usarem a metáfora do roedor para identificarem os inimigos, os jornalistas, perigosamente e complementarmente, invocam a retórica do extermínio e erradicação como solução. Nesse caso, a guerra nunca poderá causar o genocídio, mas a higienização (STEUTER & WILLS, 2010: 158-159).

Tropas aprisionam 50 em Ataque Surpresa em Ninho de Ratos Afegão (Troops Grab 50 in Raid on Afghan Rats' Nest) - *New York Post*, 25 May 2002

Como Ratos em uma Armadilha: como os federais capturaram (com armadilha) os conspiradores do terror de Fort Dix (Rats in a Trap: How Feds Snared Fort Dix Terror Plotters) - *Daily News*, New York, 9 May 2007

O Buraco de Rato de Hussein (Hussein's Rat Hole) - *St. Petersburg Times*, Florida, 15 December 2003

Os Americanos Esvaziaram o Ninho de Ratos no Afeganistão (Americans Cleared Out Rats' Nest in Afghanistan) - *Irish News*, Belfast, 7 June 2005

Em vários momentos foram feitas associações usando o mamífero carnívoro conhecido como “doninha”. Por se tratar de um animal que não goza de boa reputação na cultura ocidental (sempre identificado com a traição, dissimulação e covardia), a “doninha” forneceu a metáfora perfeita para aqueles que queriam se referir aos Estados que não apoiaram a coalizão norte-americana na Guerra do Afeganistão e do Iraque, notadamente, Alemanha e França (STEUTER & WILLS, 2010: 159).

O Eixo das Doninhas: Alemanha e França Acovardam-se no Iraque (Axis of Weasel: Germany and France Wimp out on Iraq) - *New York Post*, 24 January 2003

É Tempo de Confronto na ONU, como Powell enfrenta as Euro-Doninhas (It's Showdown Time at the UN, as Powell Takes on the Euro-Weasels) - *New York Post*, 14 February 2003

Eixo das Doninhas não Deve Lucrar com a Reconstrução do Iraque (Axis of Weasels Must Not Profit from the Reconstruction of Iraq) - *Sunday Express*, London, 13 April 2003

Não eram raras as associações dos inimigos com animais peçonhentos e venenosos. Geralmente escondidos em buracos e lugares escuros, cobras e aranhas há muito simbolizam o mal entre as culturas, mormente as ocidentais. Para esses animais não existe correção: sua função na natureza é fazer o mal, causar prejuízo e dor. Por diversas vezes foram usados como metáfora para enquadrar o muçulmano como natural e eternamente perigoso (STEUTER & WILLS, 2010: 160).

A Víbora Aguarda (The Viper Awaits) - *Sunday Times*, London, 23 March 2003

A Serpente Deixa o Deserto (The Snake Leaves the Desert) - *Weekend Australian*, Sydney, 5 April 2003

Ex Poder Árabe é ‘Serpente Venenosa’ (Former Arab Power Is ‘Poisonous Snake’) - *Birmingham Post*, UK, 13 March 2003

Grã-Bretanha Mordida por uma Serpente: o País Falha em Reprimir Aqueles que Incitaram ao Ódio e ao Assassinato (Britain Bitten By a Snake: Country Failed to Crack Down on Those Who Incited Hatred and Murder) - *Calgary Sun*, 17 July 2005

O ‘Buraco de Aranha’ de Saddam Pode ser Destruído (Saddam's ‘Spider Hole’ Could Be Destroyed) - *The Independent*, London, 24 January 2004.

Em vários momentos o inimigo não tinha se quer o benefício de ser um mamífero ou um organismo visível. Nesse caso, sua representação, ganhava vida com associações feitas com micróbios, bactérias, vírus e câncer. Tal como esses vetores de morte, os inimigos se

impõem pelo número, pela quantidade, porque podem se espalhar rapidamente. À ameaça metastática só uma solução: a erradicação, o extermínio (STEUTER & WILLS, 2010: 162-163).

A Al Qaeda é Mutante como um Virus (Al Qaeda Mutating Like a Virus) - *Toronto Star*, 22 June 2003.

Como Células Cancerígenas, as Organizações Terroristas estão se Proliferando (Like Cancer Cells, Terrorist Organizations Are Proliferating) - *Sudbury Star*, Ontario, Canada, 12 May 2004.

O Vírus Terrorista não é um Assunto sem Importância. Nós Precisamos Conter sua Propagação (The Terrorist Virus Is No Lightweight Matter. We Must Contain Its Spread) - *The Times*, London, 11 November 2006.

Limpeza dos Males Estrangeiros ‘uma Coisa Boa’ (Cleansing of Foreign Evils a ‘Good Thing’) - *The Australian*, Sydney, 22 October 2002.

Kuwait Promete Exterminar Terroristas (Kuwait Vows to Exterminate Terrorists) - *United Press International*, Washington, DC, 20 January 2005.

Note-se que a forma de construção discursiva do “inimigo” se dá por metáforas que ajudam a população nacional na identificação de características negativas que justificariam eventuais atos que violassem os direitos humanos. Esta é a principal função da desumanização do “outro”: tornar aceitável sua submissão, no limite, seu extermínio.

Considerações Finais

Em meio à guerra fria surgiu uma corrente de estudos das Relações Internacionais que procurou se opor à conhecida escola de Estudos Estratégicos. Enquanto esta dava ênfase às questões militares como solução para o problema da segurança, aquela, chamada escola da Pesquisa da Paz, enfatizava outros fatores que podiam determinar a segurança entre os países: cultura, economia, relações sociais, educação, entre outros fatores. Foi então que os estudos do comportamento dos meios de comunicação em tempos de crise (guerras interestatais, guerras civis, distúrbios, etc) tornaram-se altamente relevantes.

Como se procurou demonstrar neste trabalho, a legitimidade é um fator central na concretização de um ato de guerra. Os países democráticos necessitam cumprir a “regra da maioria”, isto é, o que o governo fizer precisa refletir a vontade da maioria da população. Essa regra pode se cumprir de diversos modos. O mais comum tem sido o de convencer a maioria de que determinada ação do Estado é a única alternativa. Nesse caso, os meios de comunicação tornam-se aliados dos governos na busca pela formação da opinião pública.

Contudo, é em tal ponto que a informação se degenera em propaganda e a objetividade em panfletagem nacionalista. Essa é uma questão que a Pesquisa da Paz tem levantado: em momentos de crise os meios de comunicação de massa, no Ocidente (com poucas exceções), têm se mostrado incapazes de manterem a objetividade, de buscarem a imparcialidade

e promoverem um debate racional sobre o problema em tela. O apelo ao discurso nacionalista e a construção do “outro” desumanizado, tem se tornado, junto com as forças armadas, os aliados preferenciais dos governos na condução de uma guerra. O poder de influenciar, por imagens e discursos, tem sido largamente usado a fim de elevar os ânimos para o confronto bélico. Nesse caso, adquire vulto o fazer midiático e, em particular, as técnicas jornalísticas que propiciam a seleção do que é conveniente para o momento e o que deve ser dispensado. Essas escolhas fazem grande diferença.

Tudo isso tem levados os estudiosos vinculados à Pesquisa da Paz a fazerem um questionamento importante: se o jornalismo tem sido praticado para fazer a guerra, ele poderia ser exercido para promover a paz? A resposta percorre o mesmo caminho metodológico trilhado nesse trabalho. Se o jornalismo pode construir um consenso pela guerra, utilizando-se de escolhas semânticas e de figuras de linguagem pouco inocentes e menos desinteressadas, o mesmo pode ser feito para evitar a guerra e promover a paz. Mas não se trata de criar discursivamente outra realidade, só que agora mais “positiva”. A paz pode ser construída com objetividade e análise crítica, mas sem desumanizar o “outro”. É possível se destacar as diferenças culturais entre os povos (por exemplo, que em algumas regiões de cultura muçulmana as mulheres vivem em situação de inferioridade em relação ao homem), a diversidade cultural é inegável, sem, porém, torná-lo o “outro”. A diferença não pode ser transformada em “outricidade” (RESENDE, 2011). Somos todos humanos. Em certos aspectos da vida somos iguais. Existem pontos em que nos distanciamos, porém, há outros que nos aproximam. Provavelmente, o “outro” também gosta de futebol!

O que a Pesquisa da Paz tem denominado *peace journalism* consiste numa mudança de postura dos profissionais da notícia. No momento de fazer suas escolhas (imagéticas ou semânticas), o que deve orientá-lo é seu compromisso com a promoção do entendimento, com resolução pacífica dos conflitos e com a construção da paz. Se é verdade que o jornalismo influencia a cultura da sociedade, pela criação e recriação de representações e quadros simbólicos mediante os quais a realidade é interpretada, então também é verdade que ele pode contribuir para a promoção de uma cultura da paz.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Benedict. (2008). **Comunidades Imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras.
- ARENDRT, Hannah. (1989). **Origens do Totalitarismo**: antissemitismo, imperialismo, totalitarismo. São Paulo: Companhia das Letras.
- BURKE, Peter. (1994). **A Fabricação do Rei**: a construção da imagem pública de Luís XIV. São Paulo: Companhia das Letras.
- BUZAN, Barry; HANSEN, Lene. (2012). **A Evolução dos Estudos de Segurança Internacional**. São Paulo: Ed.Unesp.
- GAMSON, William A.; MODIGLIANI, Andre. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: a constructionist approach. **American Journal of Sociology**, v. 95, n. 01, jul., p. 01-37.
- GARCÍA GORDILLO, M^a del Mar. (2004). Mecanismos de Creación de Héroes y Anti-Héroes para la Opinión Pública Internacional en Períodos de Guerra. **Ámbitos**, n. 12, 1er y 2do semestres, p. 39-67. Disponível em: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1000745> . Último acesso: 08 de setembro de 2013.
- HARRELL JR., Willie J. (2010). “The Reality of American Life Has Strayed From Its Myths”: Barack Obama’s The Audacity of Hope and the Discourse of the American Reclamation Jeremiad. **Journal of Black Studies**, v. 41, n. 01, September.
- KELLNER, Douglas. (2002). El 11 de Septiembre, Medios de Comunicación y Fiebre de Guerra. **Signo y Pensamiento**, v. XXI, n. 40, p. 09-18. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86011283002> . Último acesso: 22 de agosto de 2013.
- PIPES, Daniel. (2006). Sudden Jihad Syndrome. **FomPageMagazine.com**, 14 March. Disponível em: <http://archive.frontpagemag.com/readArticle.aspx?ARTID=5225> . Última consulta: 14 de setembro de 2013.
- PUTNAM, Robert D. (2002). **Solo en la Bolera**: colapso y resurgimiento de la comunidad norteamericana. Barcelona: Nueva Galaxia Gutenberg / Círculo de Lectires.
- RAMINA, Larissa; CUNHA FILHO, Valter Fernandes da. (2013). **Segurança Internacional**: desenvolvimento teórico, desafios concretos e paradoxos. Curitiba: Juruá.
- RESENDE, Erica Simone A. (2011). As Condições de Possibilidade da Guerra ao Terror: americanidade e puritanismo nas práticas discursivas da política externa norte-americana no pós-onze de setembro. **Século XXI**, Porto Alegre, v. 02, n. 02, Jul-Dez. Disponível em:

<http://sumario-periodicos.espm.br/index.php/seculo21/article/view/1823> . Último Acesso: 01 de setembro de 2013.

SAID, Edward W. (2003). Quién está a Cargo?. **La Jornada Virtu@l**, México, 08 de marzo de 2003. Disponível em: <http://www.jornada.unam.mx/2003/03/08/032a1mun.php?origen=opinion.html> . Último acesso: 10 de setembro de 2013.

SCHMEMANN, Serge. (2001). U.S. Attacked: president vows to exact punishment for ‘evil’. **The New York Times**, New York, September 12. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2001/09/12/us/us-attacked-president-vows-to-exact-punishment-for-evil.html> . Último acesso: 13 de setembro de 2013.

SERRANO, Yeny. (2008). Les Médias de Masse au Service de la Communication de Guerre. **Suma Psicológica**, v. 15, n. 02, septiembre, p. 423-435. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S0121-43812008000200008&script=sci_arttext&tlng=fr . Último acesso: 28 de agosto de 2013.

STEUTER, Erin; WILLS, Deborah. (2010). ‘The Vermin Have Struck Again’: dehumanizing the enemy in post 9/11 media representations. **Media, War & Conflict**, v. 3, n. 2, p. 152-167.

TEIXEIRA, Carlos G. Poggio. (2010). **O Pensamento Neoconservador em Política externa nos Estados Unidos**. São Paulo: Editora UNESP / Programa Interinstitucional San Tiago Dantas.

Valter Fernandes da Cunha Filho. Doutor, Mestre e Graduado em História pela UFPR. Professor de História e Teoria Política das Faculdades Integradas do Brasil (UniBrasil). Membro da Associação Brasileira de Estudos de Defesa (ABED). Pesquisador do grupo e pesquisas Plataforma de Análises Acadêmicas e Técnicas de Relações Internacionais da América do Sul (PATRIAS/UniBrasil). E-mail: fernandescunha@uol.com.br