

O Brasil e os brasileiros diante das situações de crise e conflito
em países estrangeiros¹

Roberta Brandalise²

Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

Resumo: Estudamos como as situações de crise e conflito em países estrangeiros impacta os brasileiros que vivem no exterior, por meio de entrevista, considerando a mediação da cobertura midiática sobre estes acontecimentos. Analisando os eventos consumidos, experimentados e apontados pela amostra como relevantes, suas apropriações e usos do enquadramento e da abordagem da mídia brasileira e estrangeira. Entrevistamos 18 brasileiros, com idade entre 19 e 53 anos, 10 homens e 8 mulheres, residentes em 9 países diferentes. Identificamos que a cobertura jornalística brasileira, se destaca de outras, na atualidade, pela adoção de elementos da cultura da paz em sua codificação, entretanto, ainda depende bastante do trabalho de agências e poderia aprofundar e ampliar a agenda de discussão sobre questões de crise e conflito internacionais, enquadrando e abordando como fica o Brasil e os brasileiros nos contextos investigados.

Palavras-chave: Brasil, jornalismo internacional, cobertura midiática, conflito no exterior, crise em países estrangeiros.

Estudamos como as situações de crise e conflito em países estrangeiros impacta os brasileiros que vivem no exterior, por meio de entrevista, considerando a mediação da cobertura midiática sobre estes acontecimentos. Analisando os eventos consumidos, experimentados e apontados pela amostra como relevantes, suas apropriações e usos do enquadramento e da abordagem da mídia brasileira e estrangeira. Entrevistamos 18 brasileiros, com idade entre 19 e 53 anos, 10 homens e 8 mulheres, residentes em 9 países diferentes.

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora e mestre em Ciências da Comunicação, pela USP. Jornalista, pela UFSM. Professora dos cursos de graduação e pós-graduação, e, coordenadora de ensino de Cultura Geral, da Faculdade Cásper Líbero. Email: robertabrandaliserb@gmail.com

Comunicação e Cultura da Paz

Ao refletir sobre a cobertura de guerras pela mídia, Shinar (2013) identifica que a cobertura de conflitos revela uma preferência de longa data pela guerra na imprensa escrita, rádio e televisão (Shinar, 2003; Wolfsfeld, 2004). As imagens da mídia transformaram a guerra em entretenimento, e, a partir disso, entendemos que é preciso desenvolvermos esforços para visibilizar, também, um discurso de mídia ancorado na cultura da paz, tal como proposto pela ...

O papel da comunicação em situação de conflito

Genocídio em Ruanda (04-07, 1994), a Radio Télévision Libre des Mille Collines (RTLM), operada pelas agências governamentais de maioria étnica hutu, clamava pelo extermínio dos tutsis.(Yanagizawa-Drott, 2012).

Iugoslávia (década de 1990). De acordo com o relatório Pekusic para o Belgrade Southeast European Times (SETimes, 10/jan/2012), “Crimes de guerra da mídia sob investigação na Sérvia: a procuradoria geral de Belgrado diz que haverá julgamento para os jornalistas responsáveis por incitar crimes de guerra na antiga Iugoslávia na década de 1990”. Propaganda nacionalista divulgada pelos principais canais de mídia, patrocinados pelo regime de Slobodan Milosevic, da Sérvia, incitou atitudes e comportamentos violentos de civis contra minorias rivais. (Shinar e Bratic, 2010; Volcic, 2006).

Jornalistas croatas usaram discursos globais de violência para justificar e legitimar os crimes de guerra na cobertura de conflitos na Sérvia, Croácia e Bósnia (Erjavic e Volcic, 2007; Kurspahic, 2003).

Publicitários, Jornalistas, Radialistas e Relações Públicas

O Pentágono e os Ministérios da Defesa têm manuais, atualizados após cada guerra, para orientar a forma de manejar a mídia. Esses textos seguem princípios básicos: parecem

abertos, transparentes e desejosos de ajudar, sem buscar repressão ou controle direto, preferindo invalidar a esconder notícias indesejáveis, controlando as ênfases em vez dos fatos, equilibram más e boas notícias, e só mentem de forma direta quando seguros de que a mentira não vai ser descoberta durante o curso da guerra

Empresas são contratadas para “vender uma guerra, e para maximizar a cobertura da mídia sobre questões específicas através do uso cuidadoso de técnicas de gerenciamento de mídia, tais como “condução da agenda”. Um exemplo é a The Rendon Group (TRG), de Washington, empresa de relações públicas e propaganda que, como descreve em seus sites (<http://www.ren-don.com>) “por quase três décadas tem fornecido soluções globais estratégicas comunicacionais, auxiliando a liderança de organizações comerciais, governamentais e militares ativos em 78 países”.

Dados que chamam a atenção para estabelecermos a crítica da própria prática

Em 2003, 48% das pessoas acreditavam erroneamente em indícios de que ligações entre o Iraque e a Al Qaeda foram encontrados, 22% que armas de destruição em massa foram encontradas no Iraque, e 25% que a opinião pública mundial favoreceu os EUA a ir para a guerra com o Iraque. Em geral, 60% dos entrevistados cometiam pelo menos um destes três equívocos, e sua fonte de informação era a Fox, a CBS e a ABC.

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

Em regimes totalitários e nas democracias...

Em 2005, a Casa Branca admitiu ter produzido vídeos projetados para parecerem notícias de jornalistas independentes, e em seguida os enviou para veículos jornalísticos a tempo de entrarem no ar em noticiários noturnos.

Em 2008, o New York Times revelou um programa secreto do Departamento de Defesa dos Estados Unidos lançado em 2002, que usou policiais militares aposentados para implantar discussões sobre o Pentágono na mídia. Apresentados como “analistas independentes”, o fato que eles haviam sido previamente preparados pelo Pentágono foi escondido.

Além disso, foi revelado no início de 2012 que o governo dos Estados Unidos tinha contratado uma empresa privada para desenvolver softwares que criavam contas falsas em redes sociais para influenciar a opinião pública e promover propaganda política em sites populares (Corbett, 2012a, b).

O que fazer? Não apagar as marcas discursivas do conflito, nem as da paz...

Humanizar as narrativas, fazer jornalismo contextual, para tanto, há a exigência de uma “cobertura espessa”, que o antropólogo Clifford Geertz chamava de “descrição densa”.

Usar mais tempo de reflexão, apesar da urgência demandada pela tecnologia e economia da informação contemporânea.

Priorizar os valores da Profissão em relação aos valores vinculados a outras identificações, tais como as étnicas, nacionalistas, de grupo socioeconômico, de gênero, de geração, de região, etc. (Existe uma legislação na Turquia dizendo que se, como jornalista, você falar contra o ‘interesse nacional’, pode ser preso. Na Grécia, você será demitido e não vai ser capaz de encontrar um emprego depois. Os sindicatos de jornalistas não estão lá.)

Expor o conflito e as cooperações, as perdas e as oportunidades, a estagnação e o progresso gradativo.

Não super-simplificar a realidade representando-a apenas em polaridades definidas.

Não melodramatizar as representações representando a realidade a partir da noção simplista de “heróis e vilões”.

Não dramatizar a representação da realidade com as simples noções de “vitória” ou “derrota” .

Identificar os mecanismos de controle da mídia e os desafios em relação ao acesso, segurança, dependência de fontes oficiais, incompletude, imprecisão...

Realizar coberturas graduais e cumulativas, em lugar de instantâneas e explosivas, enfatizando: relatórios de previsão e interpretação baseados conhecimentos técnicos imparciais, e acolher uma ampla gama de avaliações oficiais e críticas.

Legitimação e cooperação com o jornalismo “outcast” (jornalismo “banido” e independente), como representados por Michael Moore , Danny Schechter , Julian Assange , John Pilger e outros.

Gênero

Joan Scott (1995), em *Gênero: uma Categoria Útil de Análise Histórica*, explica que "gênero é um elemento constitutivo das relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos (...) o Gênero é uma forma primária de significar as relações de poder" (SCOTT, 1995, p.88).

"...não é a sexualidade que assombra a sociedade, mas antes a sociedade que assombra a sexualidade do corpo. As diferenças entre os corpos, relacionadas ao sexo, são constantemente solicitadas a testemunhar as relações sociais e as realidades que não têm nada a ver com a sexualidade. Não somente testemunhar, mas testemunhar para, ou seja, legitimar" (GODELIER *apud* SCOTT, 1995, p.89).

Dicionário Houaiss da língua portuguesa - FEMINISMO: teoria que sustenta a igualdade política, social e econômica de ambos os sexos.

Dicionário Jurídico da Professora Maria Helena Diniz - FEMINISMO: movimento que busca equiparar a mulher ao homem no que atina aos direitos, emancipando-a jurídica, econômica e sexualmente.

Geração

Com relação à posição geracional no meio social, Mannheim (1928), em *O problema das Gerações*, destaca que ela tem a ver com "participar dos mesmos acontecimentos, dos mesmos conteúdos de vida etc., e, sobretudo, de fazê-lo a partir do mesmo padrão de estratificação de consciência" (p. 536). Em outras palavras, a posição geracional pode ser definida como uma espécie de "força social".

A juventude orientada pela mesma problemática histórico-atual vive em uma "conexão geracional"; aqueles grupos que dentro dessa mesma conexão geracional processam essas experiências de forma distinta constituem distintas "unidades geracionais" no âmbito da mesma conexão geracional (MANNHEIN, 1964, p. 544).

Geração é o lugar em que dois tempos diferentes, o do curso da vida e o da experiência histórica, são sincronizados. O tempo biográfico e o tempo histórico fundem-se e transformam-se criando, desse modo, uma geração social.

Etnia, Nação

Pergunta-se Eric Hobsbawm (1984), em *A Invenção das Tradições*, por que haver duas palavras?

Nacionalismo é um programa político e etnicidade, seja ela o que for, não é por sua vez um conceito político e não tem conteúdo programático.

A etnia pode ser utilizada politicamente, mas não tem ligação necessária com o nacionalismo e pode ser completamente indiferente aos objetivos dos programas nacionalistas.

O nacionalismo, para realizar o seu programa, procura identificar-se com a etnicidade, já que ela lhe permite que funde a nação em uma continuidade histórica e lhe forneça um sentido de "nós". (Poutignat e Streiff-Fenart, 1998, p. 54).

Com base em entrevistas com jornalistas alemães que cobriram os conflitos da Guerra do Golfo, dos Balcãs, Chechênia, Ruanda, Libéria, Indonésia, Israel/Palestina, Afeganistão e Iraque, Bläsi argumenta que é possível melhorar a qualidade da cobertura da fase violenta através do investimento em esforços para reportagem mais precisa da "fase pré-violência". Por último, a pesquisa atual mostra diversos tipos e graus de envolvimento da

mídia no conflito: 1. Participação proativa, como de Hearst e da Radio Mille Collines; 2. “Complacência” com as autoridades governamentais como, por exemplo, o massacre de My Lai em 1968, reportado do Vietnã pelo jornalista freelance Seymour Hersh, mas não pelos principais meios de comunicação, embora alguns jornalistas e executivos da mídia soubessem desta e de atrocidades semelhantes (Corbett, 2012a, 2012b; Pilger, 2010). 3. Cooperação com órgãos do governo, como nas correlações encontradas por Kull e colaboradores (2003-2004) entre falsas ideias sobre a guerra no Iraque, apoio à guerra e a principal fonte de notícias dos indivíduos. Os telespectadores da Fox News, que apoiam o governo norte-americano, por exemplo, apresentavam mais falsas ideias e maior apoio à guerra. 4. Relações contratuais de jornalistas e meios de comunicação com governos e agências das forças armadas, que fornecem aos repórteres acesso e relativa proteção pessoal em guerras em troca de uma cobertura definida vagamente como “justa” (Ignatius, 2010; Goodman e Cummings, 2003).

Considerações Finais

Identificamos que a cobertura jornalística brasileira, se destaca de outras, na atualidade, pela adoção de elementos da cultura da paz em sua codificação, entretanto, ainda depende bastante do trabalho de agências e poderia aprofundar e ampliar a agenda de discussão sobre questões de crise e conflito internacionais, enquadrando e abordando como fica o Brasil e os brasileiros nos contextos investigados.

Referências Bibliográficas

SHINAR, Dov. Reflexões sobre cobertura de guerras pela mídia: dissonâncias, dilemas e a necessidade de melhorar. In: *Líbero – São Paulo* – v. 16, n. 32, p. 9-28, jul./dez. de 2013.

BRANDALISE, Roberta. Brasileiros no exterior identificam produtos midiáticos que impactam a representação do país e do povo no imaginário estrangeiro. In: COSTA, Edwaldo (ORG.). *Torre de Babel: créditos e poderes da comunicação*. Ponta Grossa: Editora Atena, 2021.