



O Novo Desafio da Mídia para as Forças Armadas da Alemanha

Thomas Rid

AS FORÇAS ARMADAS de todo o mundo estão lutando para conter o novo e agressivo posicionamento da mídia. Na primeira Guerra do Iraque, liderada pelos EUA em 1991, muitos jornalistas ainda usavam máquinas de escrever e somente as maiores redes de comunicação e televisão podiam custear os inconvenientes telefones por satélite; hoje, pequenos telefones celulares são instrumentos de trabalho de jornalistas, soldados e mesmos civis na maior parte das áreas de combate. Cerca de 2,8 bilhões de telefones com câmeras embutidas com capacidade de gravação e transmissão de mensagens em texto estão em uso e mais 1,6 milhão é registrado a cada dia.¹ Nos anos 90, os repórteres tinham quase um monopólio na cobertura da guerra; hoje, nas áreas de combate, somente os soldados publicam 1.700 *blogs* na internet e civis também publicam um moderado número de diários on-line.² Durante a guerra sob o comando do General Schwartzkopf, a *CNN* e a *BBC* eram as únicas emissoras provedoras de imagens animadas; hoje, sites permitem usuários de uma rede ostentar e repassar filmagens realizadas por tropas dos EUA ou por insurgentes e militantes islamistas. As filmagens incluem gravações de execuções, ataques com explosivos improvisados e tiros de emboscada. Este material está disponível a qualquer usuário de um computador em qualquer lugar do mundo. Este ambiente indica uma verdadeira revolução nos assuntos da mídia. No entanto, quais serão as conseqüências dessas mudanças?

Para se ter uma noção geral do desenvolvimento deste trabalho, que a primeira vista parece perturbador e perigoso, este artigo examinará alguns dos desafios mais recentes que o exército alemão teve com a mídia; discutirá diversas tendências de maior importância para aqueles que fazem política, guerra e notícias; e colocará os efeitos da nova mídia no seu próprio contexto. Também examinará os aspectos positivos dessa nova tecnologia e sugerirá como proceder com estas novas realidades.

A Má Imprensa

Em 25 de outubro de 2006, o *Bild*, periódico mais popular da Alemanha, publicou cinco fotos que scandalizaram a República Federal.³ As fotos retratavam soldados alemães no Afeganistão posando com caveiras esbranquiçadas, exibindo-as como lembranças e adornos de capô de carros. Numa das fotos mais chocantes, um soldado segura um crânio enquanto faz gestos sexuais explícitos. Estas fotos atingiram o ambiente político

Thomas Reid é analista de Política de Segurança no Instituto de Relações Internacionais em Paris. Ele anteriormente trabalhou na maior comissão de peritos de política exterior da Alemanha, o Stiftung Wissenschaft und Politik em Berlim. Seus artigos foram publicados no Policy Review, Merkur, Die Zeit, Neue Zürcher Zeitung, e outros. Seu livro, War and Media Operations foi publicado por Routledge em abril de 2007.

Um alemão lê o jornal Bild em Bremen, Alemanha, 25 de outubro de 2006. O Bild mostra fotos de soldados alemães posando com uma caveira e fazendo gestos obscenos no Afeganistão. O título é: "Bundeswehr - Escândalo no Afeganistão — Fotos chocantes de soldados alemães."

(AP Foto / Joel Sarbach)

de Berlim como uma explosão. A Chanceler Angela Merkel disse que o comportamento desses soldados “não pode ser justificado”; o Secretário Geral da OTAN Jaap de Hoop Schefer mostrou sua preocupação; o Procurador Geral dos EUA Alberto Gonzáles, que estava viajando a Berlim, exigiu esclarecimentos; e as autoridades puseram em questão a credibilidade do exército alemão.⁴ O exército e o Procurador Geral da Alemanha abriram uma investigação dos 23 suspeitos, tendo sido 6 soldados excluídos do serviço ativo. O “assunto da caveira” se transformou num dos mais embaraçosos escândalos que a Força Federal de Defesa (a *Bundeswehr*) já teve que enfrentar.

Ainda mais estava por vir. Em 13 de abril de 2007, o *Der Stern*, um dos maiores periódicos no país, divulgou outra história.⁵ Em julho de 2006, um vídeo de 90 segundos lançado no *MyVideo*, o site mais popular para compartilhamento de vídeo (*video sharing*), mostrava um instrutor alemão usando uniforme camuflado numa floresta em *Schleswig-Holstein*. A cena gravou um instrutor dizendo para um soldado imaginar negros delinquentes do Bronx, na cidade de Nova York, enquanto disparava a sua metralhadora. O soldado então disparava e gritava diversas palavras obscenas em inglês entre os disparos. O site muito popular da *Der Stern*, *stern.de*, publicou um artigo de um oficial ativista que culpava o comportamento das tropas da *Bundeswehr* pelo “culto do guerreiro” e pelo aumento de sua participação em “operações internacionais”. O artigo veio com a aplicação do *MyVideo* impecavelmente anexada, pronta para uso com um simples clique do mouse.⁶ Transmitida em rede de televisão nacional alemã em 15 de abril de 2007, num sábado, o vídeo produziu mais de 600 relatórios da imprensa somente no idioma inglês. O Ministro da Defesa da Alemanha descreveu o vídeo como “completamente inaceitável.”⁷ O Ministro do Exterior da Alemanha Frank-Walter Steinmeier o condenou durante uma missão em Nova York, onde o Reverendo Al Sharpton exigiu que o Presidente Bush interviesse no assunto, mas infelizmente o tiroteio no *Virginia Polytechnic Institute* ofuscou a história.⁸

Não muito depois deste incidente, em 10 de março de 2007, outro vídeo apareceu na internet. Neste vídeo, um insurgente iraquiano de um grupo até então desconhecido, o “Flechas da Justiça”,

exibiu dois reféns diante de uma câmera e ameaçou matá-los caso todas as tropas alemãs não se retirassem do Afeganistão em 10 dias.⁹ Em 6 de fevereiro de 2007, este mesmo grupo seqüestrou Hannelore Krause, 61 anos, uma cidadã alemã e seu filho, 20 anos, de sua residência em Bagdá. Depois de ouvir as exigências do vídeo, o governo alemão disse que não se sujeitaria a extorsão e em 17 de março o presidente da Alemanha tomou uma rara medida de enviar aos seqüestradores uma mensagem em um vídeo pessoal.¹⁰ Em resposta, o “Flechas da Justiça” exibiu um vídeo no *Al-Hesbah*, estendendo o ultimato para retirada das tropas em 10 dias.¹¹ No vídeo, chorando e implorando ao chanceler por ajuda, Krause leu o seguinte: “A Alemanha era segura antes de se aliar com a América em sua aliança diabólica contra o que eles chamam de terrorismo.” Enquanto este vídeo estava indo para edição, a “equipe de crise” do Gabinete do Interior ainda trabalhava no caso.

Estabelecendo Tendências

Os incidentes relatados acima descrevem situações anormais que não são de forma alguma indicativas dos altos padrões profissionais da *Bundeswehr*. Apesar disso, os três incidentes são altamente instrutivos. Esses episódios trazem a luz cinco assuntos que podem ter um grande impacto no futuro das operações militares e mesmo na conscientização de exércitos ocidentais durante tempos de paz.

Primeiro, *o novo ambiente da mídia é onipresente*. Não é controlado e é quase impossível seu controle. Soldados prendem câmeras digitais na blindagem de seus carros de combate para registrar ataques de apoio aéreo aproximado, depois colocam o videoclipe na internet. Jihadistas filmam ataques suicidas, às vezes com três equipes com câmeras em ângulos diferentes, editam o material em pequenos vídeos e distribuem a resultante propaganda em fóruns na internet. Para os soldados alemães que, no momento, encontram-se estacionados na zona mais calma do norte do norte afegão e onde equipamentos mais sofisticados são de difícil obtenção, são editados os registros mais populares da internet, apresentações de coleções de fotos de soldados com fundo musical. Expectadores deixam comentários sobre a qualidade do vídeo,

discutem o equipamento usado e relembram a instituição militar. Um soldado usuário do site *YouTube* do Reino Unido comentou num vídeo editado por um soldado alemão no Afeganistão escrevendo: “É uma pena que você não esteja envolvido numa luta de verdade. Eu estou seguro que você se sairia muito bem. Pelo menos você não teria tempo para posar e tirar aquelas fotos ridículas.”¹²

O comentário deste soldado britânico sugere a existência de um problema potencial. Quando integrantes da *Bunderwehr* se engajam em ações de combate, o estresse e a pressão de seus militares certamente aumentarão, levando-os a veicularem *blogs* na internet como uma forma de se lidar com aquela pressão. “Você têm duas escolhas — tomar valium ou editar um blog,” escreveu uma mulher iraquiana de 24 anos de idade, no meio de uma guerra civil em seu país.¹³ Ataques com explosivos improvisados criam uma tremenda pressão psicológica. Em maio de 2007, aproximadamente 2.300 vídeos no site *YouTube.com* foram catalogados como relacionados à explosivos improvisados. Os principais 20 vídeos, todos baixados no período de um ano, foram observados aproximadamente um milhão de vezes.¹⁴ Mathis Feldhoff, um jornalista experiente da estação de televisão *Zweites Deutsches Fernsehen (ZFD)*, segunda rede de televisão alemã) acha que o estresse induzido pela publicidade será “um grande problema” para a *Bundeswehr* no futuro.¹⁵

Segundo, o conteúdo gerado pelo usuário, como um bate-papo telefônico, é interativo, não editado, não filtrado e freqüentemente emotivo. Quando Albert Camus viajou para a Argélia em janeiro de 1956 com o objetivo de neutralizar uma revolta que se expandia por meio de um “armistício civil”, ele pensou que poderia “falar em nome da razão.” Contudo, quando confrontado com protestos, escreveu indignado, “A paixão supera tudo. A pessoa tem que estar aqui para entender.”¹⁶ No ambiente da mídia hoje, não é preciso estar lá para entender. Muitos produtos da mídia despertam paixões em ambos os lados. Um veterano dos EUA editou uma impressionante compilação de vídeos de explosões de dispositivos improvisados e de granadas colocadas ao ritmo da música “*Thunderstruck*” do grupo musical AC/DC e os carregou na internet. Ele programou o tempo das batidas do tambor para coincidir com as detonações.¹⁷

Algumas organizações insurgentes usam técnicas de mídia ainda mais sofisticadas. Muitos dos seus vídeos estão disponíveis para serem baixados em formatos que permitem aos usuários de telefones celulares os observarem nas telas dos aparelhos. Alguns comentários deixados em sites de discussão pública de militantes na internet, tais como o *alfrdaws.org* (fórum do paraíso da jihad) são espontâneos, emocionalmente intensos, cheios de retóricas religiosas, atraindo audiências com pouco acesso a notícias. Em tais fóruns islâmicos a cultura da participação

on-line é tão bem desenvolvida como em sites nas redes de comunicação sociais americanas, se não melhores, e o conteúdo gerado pelos usuários vai além de uma conversa telefônica. São sites públicos, ilustrados e em arquivos.

Terceiro, a antiga mídia usa cada vez mais a nova mídia. Embora os vídeos *on-line* possam ser vistos mais facilmente do que os produtos da antiga mídia, um milhão de observadores por ano é um número pequeno quando comparado aos espectadores de qualquer canal regular de tele-



(Exército dos EUA, Cabo Adam Sanders)

Um soldado do Exército dos EUA do 9º Batalhão de Operações Psicológicas tira foto de uma carteira de identidade de um cidadão iraquiano durante uma missão em Arab Jabour, no Iraque, em 1º de outubro de 2007.

visão. Histórias de *blogs* e vídeos baixados da internet permanecem despercebidos em grande parte pelo público geral — a menos que a mídia popular dissemine a história. Quando Feldhoff da estação de televisão *Zweites Deutsches Fernsehen* fez a reportagem da síndrome de estresse pós-traumático, ele entrevistou Marc Oberland, um ex-cabo e especialista em informática que tinha servido no Afeganistão no início de 2006. Depois de seu tempo de serviço militar, Oberland lançou uma compilação *on-line* que mostrava a natureza estressante do desdobramento em combate.¹⁸ Feldhoff a encontrou quando estava pesquisando para a sua reportagem e então entrou em contato com o cabo.

Quarto, *a publicação de tal material na internet pode criar valor noticiário, mesmo que tenha ocorrido no passado ou que sua base de fatos seja duvidosa*. Muitos acreditam que eventos interessantes precisam ser recentes e verídicos, o que não é o caso nessa instância.

Os impactos das fotos da caveira, do vídeo de racismo e o escândalo da tortura em Abu Ghraib vieram bem depois que os eventos tinham ocorrido. A televisão árabe *Al-Jazeera* mostrou um exemplo mais recente: em abril de 2007, na transmissão de uma entrevista com um representante do chamado Exército Islâmico do Iraque (*Islamic Army of Iraq — IAI*), um grupo terrorista tinha realizado sensacionais ataques contra forças dos Estados Unidos. A *Al-Jazeera* transmitiu a propaganda do IAI sobre as emboscadas aos soldados dos EUA, incluindo música marcial islâmica, o logotipo do grupo e a referência ao seu site da internet, *iaisite.info*, fazendo, assim, a propaganda do grupo e colocando-a disponível para audiência mundial daquela rede.¹⁹ A data do material, origem e precisão continua desconhecida — e foi irrelevante do impacto imediato do vídeo.

Quinto, *o conteúdo gerado pelos usuários pode ter um efeito estratégico*. Nos casos acima, as ações de soldados e de um grupo militante anteriormente desconhecido tiveram um impacto estratégico num diálogo nacional. Nossos adversários continuarão a usar sua própria mídia para se expressar e quebrar o desejo político das democracias. “Esses vídeos são uma verdadeira arma,” diz o General Karlheinz Viereck, Comandante de Operações da *Bundeswehr* e responsável por todas as operações alemãs no exterior.²⁰

Se, como Clausewitz escreveu, “a guerra é um ato de força para compelir o inimigo a obedecer ao desejo de alguém”, então os vídeos de propaganda na internet são armas particularmente eficientes: eles substituem inteiramente o uso de força militar e atacam diretamente o governo e o povo, dois elementos da famosa trindade da teoria prussiana. Em resposta, para acalmar o ultraje público depois de um seqüestro publicamente muito divulgado, no qual uma escalada do cenário de uma decapitação similar àquela de Nicholas-Berg é possível, o ministro do interior ou mesmo o

Se, como Clausewitz escreveu, “guerra é um ato de força para compelir o inimigo a obedecer ao desejo de alguém”, então os vídeos de propaganda na internet são armas particularmente eficientes...

presidente freqüentemente são forçados a intervir, mas não agindo intencionalmente no interesse dos seqüestradores.

A Nova Mídia Incorporada às Unidades

Vamos colocar os assuntos descritos acima nos seus próprios contextos. Embora tecnologias disponíveis e os novos padrões de consumo da mídia sejam mundialmente idênticos, os ambientes políticos, militares e de comunicação em massa dos Estados Unidos discordam significativamente da maior parte de seus aliados da OTAN. A Alemanha oferece um caso ilustrativo.

As diferenças são provavelmente mais nítidas no âmbito político. Ao contrário dos Estados Unidos, a Alemanha de hoje é uma sociedade extremamente pacifista. Uma conjectura não mencionada em palestras públicas é que o uso da força militar é moralmente problemático: alemães acreditam que o militarismo de seu país infligiu caos no passado e que têm que ser cuidadosos no emprego de seu exército. As operações de estabilização alemãs e as equipes de reconstrução de províncias no norte do Afeganistão já estão chegando aos limites da tolerância pública com

relação às operações militares; a própria idéia de *Kampfeinsatz* ou operações de combate é uma impossibilidade política. O desdobramento de seis aeronaves alemãs do tipo *Tornado* para Mazar-i-Sharif no Afeganistão foi uma das decisões mais debatidas na política exterior em 2007: mais de 4.000 artigos de jornais foram publicados sobre o assunto e o Partido da Esquerda processou o governo no Tribunal Supremo Alemão pela quebra da lei internacional. Uma das maiores linhas de defesa do governo foi que as aeronaves seriam empregadas apenas para vôos de reconhecimento e não apoiariam operações de combate. Um observador do site *YouTube* escreveu abaixo de um vídeo de tropas terrestres alemãs servindo no Afeganistão: “Espero que o seu governo removesses a coleira para que vocês possam ir para o sul” — contanto, este cenário parece improvável.²¹

O contexto militar é muito importante. A *Bunderwehr* se reformou com uma velocidade impressionante desde a primeira operação armada na Somália em 1993 e a curva de aprendizado de seus oficiais tem sido muito destacada em outros aspectos. Mais de 7.500 militares estão servindo atualmente no exterior. No entanto, soldados alemães não participaram em combates terrestres de importância desde a II Guerra Mundial. Em conseqüência, líderes militares alemães tiveram poucas oportunidades de aprender com as crises e ajustar suas rotinas e procedimentos, particularmente em relações públicas — uma atividade que é difícil de praticar durante as operações.

A internet e os telefones celulares têm tornado muito mais difícil se manter o monopólio das comunicações.

Os líderes militares dos EUA tiveram dificuldade para aprender que impedir o acesso à mídia em Granada, Panamá e durante a primeira Guerra no Golfo Pérsico não foi benéfico.²² O programa dos Estados Unidos da mídia incorporada durante a invasão do Iraque foi uma mudança de posição conceitual. “Vamos contar-lhes a história verdadeira — boa ou má — antes

que outros disseminem à mídia informações falsas ou distorções como certamente eles continuam a fazer,” dizia a mensagem do Chefe do Estado-Maior Conjunto para todos os comandos combatentes.²³ Para capacitar os Estados Unidos a serem os primeiros a divulgarem a informação, o Pentágono delegou a autoridade de liberar notícias no nível mais baixo possível e aconselhou os comandantes a abordarem esta decisão com a seguinte pergunta: “por que não?” ao invés de “por quê?”²⁴

O Ministério da Defesa da Alemanha ainda não tinha aprendido esta lição. O ministério está estruturado de uma maneira mais reativa ao invés de proativa. Os líderes de relações públicas do ministério estavam focando mais na imagem pessoal do ministro do que na imagem da *Bundeswehr*. Um antigo oficial de relações públicas alega que sob o estresse de mais operações de combate, com baixas causadas por fogo amigo e combatentes inimigos mortos, o ministério poderia retornar a uma política de informação restritiva.²⁵ Os correspondentes de defesa participaram desta opinião.

Um mau entendimento que se alastrou complicou o problema. O programa da mídia incorporada a unidades, que grande parte dos jornalistas e oficiais dos Estados Unidos julgam como um empreendimento bem sucedido, possui uma má interpretação na Europa. Muitos oficiais alemães, militares e civis alegam que os Estados Unidos não permitem jornalistas integrados a reportarem livremente e que as restrições impostas a suas matérias vão além da segurança operacional. Esta incorporação da mídia, alguns alegam, não é compatível com o artigo 5 da Lei Básica da Alemanha, que proíbe censura.²⁶ Outro argumento diz que a política de relações públicas da *Bundeswehr* é tão boa que a imprensa não tem interesse de ser incorporada. Realmente, a atual política do exército alemão é de fato boa e alguns jornalistas acompanham unidades em patrulhas, entretanto, esta situação não é a causa da crise.

Finalmente, o lado positivo desses aspectos não deve ser ignorado. O diálogo dos EUA sobre a política de segurança e de defesa já se beneficiou tremendamente dos livros e artigos de jornalistas anteriormente incorporados tais como Michael Gordon (*Cobra II*), Thomas Ricks (*Fiasco*), Rick Atkinson (*In the Company of Soldiers*) e Mark



(Força Aérea dos EUA, Cabo Richard Rose)

Um intérprete trabalhando em uma fração da 4ª Divisão de Infantaria, analisa um telefone celular em Abu Gharib Hail, uma pequena aldeia nos arredores de Bagdá, no Iraque, em 7 de junho de 2006.

Bowden (*Blackhawk Down*). As guerras no Iraque e Afeganistão — sem se levar em consideração quão mal foram executadas política e militarmente — educaram a imprensa em assuntos militares, tendo como resultado que as perspectivas da imprensa são levadas bem mais a sério hoje. *Fiasco*, por exemplo, provavelmente recebeu mais atenção nos círculos militares do que em demais documentos doutrinários.

Mesmo assim, ao invés de ver os resultados positivos do programa da mídia incorporada, para a imprensa alemã este programa é uma forma inteligente de propaganda e censura. Para muitos jornalistas europeus, a integração com as forças armadas significa a perda da imparcialidade e sua absorção pelo sistema. Esta atitude é semelhante ao repórter de futebol que se recusa a comentar um jogo porque ele ou não entende as regras do jogo ou não concorda com futebol. Contudo, poucos jornalistas alemães que já foram incorporados têm uma visão mais definida: eles conhecem as forças armadas melhor de que seus colegas e desta forma escrevem e falam sobre assuntos militares de uma forma mais inteligente. Incorporando mais

jornalistas estrangeiros em unidades desdobradas em operações importantes pode ter um efeito colateral benéfico nos diálogos nacionais de longo termo com países do Terceiro Mundo.

Em contraste, com respeito a nova mídia existem similaridades significantes entre os Estados Unidos e Europa. O site *MyVideo.de*, lançado em abril de 2006, era o número 17 entre os sites mais populares da Alemanha naquele ano e sua recepção encontra-se numa aguda trajetória ascendente: seu alcance aumentou 46% nos últimos três meses.²⁷ A popularidade do site de vídeo *dailymotion.com*, o mais popular na França aumentou 73% no mesmo período.²⁸ Hoje, *YouTube* é o quarto site mais visitado no mundo e o *MySpace* é o quinto.²⁹ A abundância de sites disponíveis na web está intensificando esta tendência.

Muitos políticos, oficiais e especialistas estão preocupados e mesmo alienados com a ampliação dessas novas tecnologias e temem que estejam perdendo seu controle. Os líderes experientes de hoje ainda não estão completamente familiarizados com a nova mídia. Muitos descobriram o e-mail,

a transmissão de mensagens de texto, as salas de bate-papo e o *podcasting* pela primeira vez quando seus colegas mais jovens ou seus filhos lhes mostraram. Eles continuam a ler periódicos tradicionais como a sua principal fonte de informação. Os generais que não entendem Web 2.0 são o que Mark Prensky do *games2train* chama de “imigrantes digitais.”³⁰ Todavia, muitos majores, capitães e tenentes de hoje, e certamente praças, são “nativos digitais.” Para eles é normal ter perfis no *MySpace*, usar salas de bate-papo, inscrever-se em *podcasts*, ler *blogs* e lançar seus comentários e mesmo vídeos *on-line*.

Operando os Novos Instrumentos

Militantes islâmicos, jihadistas e insurgentes são normalmente bem jovens e bem familiares com a nova mídia. Alguns insurgentes no Iraque usam provedores de serviço de telefone local para mandar mensagens de texto em massa usando o Serviço de Mensagem Curta. Grupos militantes sunitas usam a internet com sofisticação. Hoje a web é o “instrumento básico de recursos para apoio à cultura do terrorismo,” diz Michael Doran, o novo Vice-Assistente do Secretário de Defesa para Diplomacia Pública dos Estados Unidos. Em 3 de maio de 2007, num relato de fatos para o Comitê do Senado para a Segurança da Pátria dos EUA, Doran disse que o Al-Qaeda emprega a internet como uma “ferramenta operacional” para uma variedade de propósitos organizacionais, tais como recrutamento, arrecadação de recursos, treinamento, instrução, planejamento operacional e como um “arquivo virtual de estudos extremistas”³¹

Nós devemos aprender sobre manipulação da mídia com os militantes extremistas. Certamente, a nova mídia e a internet são mais do que instrumentos de comunicação em massa e os exércitos mais sofisticados muitas vezes assim as consideram. Conforme empregam a web, telefones celulares e outras novas tecnologias, grupos insurgentes têm mostrado aplicações que exércitos ocidentais e agências do governo também deveriam desenvolver: habilidade idiomática, empatia cultural e religiosa, pragmatismo, destreza tecnológica e organizações de rede.

O que isto significa em prática? Primeiro, precisamos usar a nova tecnologia internamente

para tornar nossas operações mais eficientes. Gerhard Brandstetter, o antigo comandante das equipes de reconstrução provincial em Kanduz, acredita que telefones celulares e câmaras digitais são equipamentos essenciais no trabalho de reconstrução. Vamos supor que exista a necessidade de recursos financeiros de agências para a reconstrução de escolas ou para obtenção de equipamentos modernos para um hospital. Fotos digitais, tiradas pelo país e reveladas instantaneamente, podem ajudar as organizações envolvidas a dar prioridade nas suas tarefas, preparando-se tecnicamente para o trabalho e para a obtenção de recursos para realizá-lo. De acordo com Brandstetter, a proibição do uso de câmeras digitais, telefones celulares e instrumentos similares é “inteiramente ilusória e não faz sentido.”³²

Outros capacitadores da nova mídia são as comunidades profissionais. A mais proeminente, a *CompanyCommand.com*, já se tornou parte da infra-estrutura do Exército dos Estados Unidos. Da mesma forma *PlatoonLeader.org*, uma versão militar do *MySpace*, onde tropas do Exército dos EUA trocam informação sobre o seu trabalho.³³ O Corpo de Fuzileiros Navais e a Força Aérea copiaram a iniciativa bem sucedida do Exército. Em 2006, a comunidade de inteligência dos Estados Unidos montou a sua própria comunidade profissional, a *Intellipedia*, baseada no *software* da *Wikipédia*. A *Intellipedia* é um site da comunidade de inteligência projetado para a troca de informações entre agências de segurança.³⁴

Exércitos também podem usar o ambiente da nova mídia no exterior para atender novas exigências de seus usuários. Por exemplo, deveríamos fazer uso dos *blogs* escritos por um número crescente de soldados (*milbloggers*). Em tempos de dificuldade de cobertura jornalística, em grande parte devido ao baixo nível da qualidade de segurança no Iraque, exércitos modernos deveriam acolher positivamente *milblogs* como uma adicional — confiável e espontânea — perspectiva de seu trabalho. A Força Multinacional do Iraque abriu um canal em 17 de março de 2007, proporcionando uma nova perspectiva aos “soldados na área” da Operação *Iraqi Freedom*.³⁵ Outras unidades militares e Forças Singulares abriram canais similares. O futuro dirá quão bem sucedidos estes experimentos serão.

A transmissão de mensagens de texto e o uso de sites preferidos localmente para alcançar uma audiência na área de operações são outras boas possibilidades de emprego. Durante a missão militar das Forças da União Européia (*European Union Force — EUFOR*) no Congo, os oficiais de relações públicas da EUFOR usaram massivas transmissões de mensagens de texto para organizar conferências de imprensa para os jornalistas locais e ofereceram apoio aos jornalistas africanos para que obtivessem telefones celulares.

Atualmente, há somente um pequeno número de *milblogs* alemães; o fenômeno encontra-se espalhado pelo Exército dos EUA, onde o desenvolvimento de uma política reguladora está em progresso. Num memorando de 6 de abril de 2005 do Centro de Operações, a Força Multinacional do Iraque exigiu que *milbloggers* registrassem seus sites em suas unidades. Nem todos o fizeram. A Regulação 530-1, emitida em 19 de abril de 2007, foi um passo à frente. Requeria que *bloggers* consultassem “o supervisor direto e o oficial de Segurança de Operações (*Operational Security — OPSEC*)... antes de publicar ou carregar informações num

fórum de discussões públicas.”³⁶ Este nível de controle não é somente não realista, mas é, de fato, um retrocesso no tratamento baseado na confiança que jornalistas incorporados recebiam. Subseqüentemente, o escritório de relações públicas do Exército emitiu um memorando retificando esta regulamentação ambiciosa demais.³⁷

Finalmente, nós não podemos perder de vista a visão abrangente. A internet e os telefones celulares têm tornado muito mais difícil se manter o monopólio das comunicações. A União Soviética tinha o monopólio da informação pública durante a Guerra Fria (o que tornou a diplomacia pública dos Estados Unidos bem mais fácil); e no Iraque pré-invasão, Saddam Hussein tinha o controle total da imprensa iraquiana e da informação que o povo iraquiano recebia. Hoje, a fluência da veiculação de informações para os cidadãos se torna mais difícil para o estado exercer este tipo de controle e mesmo em sistemas autoritários que possuem linhas duras contra a disseminação da internet ainda é possível se burlar este controle. Democracias liberais devem acolher positivamente e apoiar estes desenvolvimentos. **MR**

REFERÊNCIAS

1. “Survey Telecoms: A World of Connections,” *The Economist*, 26 de abril de 2007.
2. Uma lista está disponível em: <milblogging.com>; um índice de blogs no Iraque está disponível em: <iraqblogcount.blogspot.com>.
3. “Deutsche Soldaten schänden Toten,” *Bild*, 25 de outubro de 2006, p. 1.
4. Não é só um artigo que cita todos estes detalhes, mas muitos. Na realidade, isso se tornou conhecimento geral, conforme este escândalo ocupou às primeiras páginas por semanas. Gonzales, especificamente, pediu a investigação e disse para o *Handelsblatt*, um jornal de negócios diário, “Às vezes, coisas que não deveriam ter acontecido acontecem. E nós condenamos isso.”
5. Uma versão arquivada está disponível em: <stern.de/politik/deutschland/586855.html>.
6. *Ibid.*
7. “Bundeswehr-Video empört Amerikaner,” *Der Spiegel*, 15 de abril de 2007, acesso em: <spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,477336,00.html>.
8. “German Army Draws Rebuke in the Bronx,” *The New York Times*, 15 de abril de 2007, p.31.
9. *N-TV*, um canal de notícias alemão, transmitiu o vídeo de Krause e a resposta do Presidente Kohl em 15 de março de 2007, disponível em: <n-tv.de/778377.html>.
10. *Ibid.*
11. Veja: <youtube.com/watch?v=6KPFnRcHVVA>.
12. Veja: <youtube.com>.
13. Veja: <riverbendblog.blogspot.com>, acesso em: 13 de outubro de 2004.
14. Contagem pelo autor.
15. Entrevista com Mathis Feldhoff, 26 de fevereiro de 2007.
16. HORNE, Alistair, *A Savage War of Peace: Algeria 1954-1962* (Nova York: nyrclassics), p.126.
17. Disponível em: <vids.myspace.com/index.cfm?fuseaction=vids.individual&videoid=1314861146>.
18. Disponível em: <myvideo.de/watch/272264>, acesso em: 14 de abril de 2007. O vídeo foi posteriormente removido.
19. Disponível em: <youtube.com/watch?v=L8mMJ9x7F0Y>.
20. Entrevista com VIERECK, Karlheinz, 18 de abril.
21. Veja <youtube.com>.
22. Para um detalhado relato desta experiência de aprendizado, veja minha *War and Media Operations: The U.S. Military and the Press from Vietnam to Iraq* (Londres: Routledge, 2007).
23. “Command Support of Public Affairs Activities in Potential Future Military Operations,” Mensagem do Secretário de Defesa — Junta de Chefes de Estado-Maior (SECDEF-CJCS) P4, 14 de novembro de 2002.
24. *Ibid.*
25. Entrevista com ex-oficial, 18 de abril de 2007.
26. Entrevistas com oficiais superiores de relações públicas da *Akademie für Information und Kommunikation*, 13 de fevereiro de 2007, e do *Einsatzführungs-kommando*, 18 de abril de 2007.
27. VIERECK, Karlheinz
28. Para tendências e vista total da página de estatísticas, veja www.alexa.com.
29. *Ibid.*
30. PRENSKY, Mark, “Listen to the Natives,” *Educational Leadership*, 2005, vol. 63, p. 4.
31. DORAN, Michael, relato perante o Comitê do Senado sobre Segurança da Pátria dos EUA, 03 de maio de 2007.
32. Entrevista com Gerhard Brandstetter, 09 de março de 2007.
33. Para detalhes veja BAUM, Dan “What the generals don't know,” *The New Yorker*, 17 de janeiro de 2005.
34. Disponível em: <en.wikipedia.org/wiki/Intellipedia>; on Wikipedia itself, veja Roy Rosenzweig, “Can History be Open Source?” *The Journal of American History*, Vol. 93, 01 junho 2006, pp.117-46. Disponível em: <chnm.gmu.edu/resources/essays/dl/42>.
35. Regulation 530-1, “Operations Security (OPSEC),” 19 de abril de 2007.
36. U.S. Army Public Affairs, “Fact Sheet: Army Operations Security: Soldier Blogging Unchanged,” 02 de maio de 2007.
37. Veja <youtube.com/user/MNFIRAQ>.