

A Contribuição de Cada Militar: Como Comunicar o que Realmente Significa Ser um Soldado

Coronel (Reserva) Lawrence J. Morris, Exército dos EUA

O EXÉRCITO PRECISA ESCLARECER à classe política e à mídia nacional o que significa ser um integrante da Profissão das Armas. Cabe ao Exército informar ao povo estadunidense, que o emprega e o financia, a respeito de uma instituição e instrumento de poder com o qual poucos têm experiência direta¹.

Ao transmitir essa mensagem como uma instituição, o Exército precisa decidir como, por meio de quem e, principalmente, o que comunicar. Considerando que a *instituição* precisa cumprir tal tarefa, isso não significa necessariamente que essa comunicação deva ocorrer exclusivamente ou até mesmo principalmente pelos mecanismos institucionais convencionais, dentre os quais as seções de relações públicas e os meios tradicionais das Forças Armadas de engajar o público, a mídia e os formadores de opinião. Essas ferramentas talvez sejam eficientes e efetivas em prover informações ao público a respeito da demografia da Força, engajamentos e planos futuros, mas são antiquadas, obsoletas ou marginalmente efetivas no esclarecimento do “que significa ser um soldado”². Para realizar essa tarefa contínua, o Exército precisa pôr em ação todos os elementos, capacidades e atributos da Força. Os órgãos utilizados para comunicar uma mensagem que seja ao mesmo tempo genérica (“o que significa” é, em parte, uma questão filosófica) e específica (*este* Exército na segunda década *deste* século) precisam transmiti-la — o que significa que a mensagem deve orientar as táticas.

A instituição como um todo precisa participar dessa comunicação. O “cabo estratégico” (quer seja um guarda servindo na [prisão de] Abu Ghraib ou um militar agraciado com a Medalha de Honra) pode ser tão importante para a compreensão pública do Exército quanto as palavras e os atos dos generais e das praças mais antigas [no Exército dos EUA atribui-se um valor significativo à figura do *Sergeant Major* — N. do T.]³. Todo o Exército tem a responsabilidade, formalmente ou não, e independentemente do tipo de mensagem a ser divulgada, de estabelecer essa comunicação. Seu encargo não é persuadir ou convencer, mas *informar* — uma tarefa libertadora, porque ela reduz a expectativa e se concentra na descrição de uma realidade que é difícil de ser compreendida por aqueles que não a vivenciaram.

O Encargo é Informar

Informar com *credibilidade* sugere a persuasão de políticos ou jornalistas sobre as virtudes e pontos fortes do Exército, com a confiança de que os verdadeiros méritos contidos em sua história serão cativantes. A instituição deve estar confiante enquanto reconhece que o pluralismo, a liberdade e o ceticismo norte-americano asseguram que nem todos irão concordar — independentemente da precisão, credibilidade e neutralidade da mensagem.

Devemos informar, não porque isso possa fazer com que o Exército pareça bem, mas porque é o mínimo esperado de um Exército

O Coronel Lawrence Morris é consultor jurídico geral da Catholic University of America. É doutor em

jurisprudência pela Marquette University Law School e mestre pela Escola Industrial das Forças Armadas.



Um sargento da 101ª Divisão Aeroterrestre conversa com afegãos antes de um programa de trabalho perto do reduto Dog, no Afeganistão, 29 Jan 11.

em uma democracia. Todas as instituições públicas são responsáveis para com o povo, em particular aquela que é o instrumento primário de guerra da nação. A forma mais eficiente de um Exército atingir a audiência desejável é por meio das autoridades e da mídia da nação — e essas organizações não podem identificar o que realmente significa ser um soldado de outra fonte mais confiável que o próprio Exército. No entanto, uma coisa é informar à sociedade sobre a composição, as campanhas militares e as capacidades do Exército — a outra é esclarecer às autoridades o que significa ser um soldado profissional nesta jovem e ambiciosa democracia, com base no Estado de Direito, no século XXI, integrante de uma Força voluntária, desdobrada continuamente desde a travessia do Rio Sava, no Natal de 1995.

Precisamos divulgar isso porque um forte vínculo com o segmento civil da sociedade é essencial para reduzir o risco de o Exército afastar-se da

sociedade que defende — devido ao conforto, ignorância e atitude complacente desta em relação à competência da Força.

O Público

As lideranças políticas e a mídia nacional frequentemente compartilham essa certeza ou complacência. Esses são os públicos-chave porque representam a principal fonte de informação pública. Além disso, a mídia é a principal fonte de informação da classe política e, particularmente aqueles representantes que se concentram nos assuntos de Defesa, afetam a perspectiva da mídia. A mídia *nacional* é especialmente influente devido à sua onipresença, sua eficiência em informar um elevado número de pessoas e sua concentração crescente.

Os métodos para informar essas duas instituições sobre a Profissão das Armas talvez variem — de maneira lógica e defensável — mas a descrição central não deve variar. O Exército deve preparar a mensagem a ser encaminhada a

essas duas entidades consciente das capacidades, tendências e tradições históricas da imprensa e da classe política.

Na atualidade, o Exército deve formular sua mensagem e estratégia com base na premissa de que as autoridades políticas estão mais atarefadas e distraídas do que estavam em 1974, quando um destacado estudo mostrou que os políticos liam mais a mídia predominante e os periódicos políticos, em vez de publicações especializadas⁴. “Forneça as informações nas publicações que eles acessam.”

A Mídia Nacional

Comunicar efetivamente uma mensagem de tal sutileza e sofisticação exige uma apreciação dos atributos da mídia em geral e da mídia nacional em particular. Com a redução contínua dos periódicos e a explosão da mídia alternativa, há menos vozes confiáveis sobre a defesa nacional ou os assuntos militares, além

de uma variedade não coordenada de mídia direta, incluindo blogueiros militares no teatro de operações (alguns dos quais até são fardados), que podem causar perplexidade, confundir ou enganar a audiência — e enriquecer um leitor atento com perspectivas não convencionais, discernimento e até mesmo compaixão ou proximidade, uma abordagem difícil de ser reproduzida pela mídia predominante⁵.

Considerando que a maioria das autoridades políticas acompanha as notícias pelos jornais diários e redes de comunicações predominantes, esses veículos devem ser o foco principal, mas não exclusivo, do esforço de comunicação do Exército. Não existe um *Earlybird* [jornal com notícias da madrugada do Departamento de Defesa — N. do T.] para integrantes do Congresso, embora eles tenham acesso a “jornais profissionais” equivalentes, tais como *The Hill*, *Roll Call*, *CQ* e *Politico*⁶. Ao atingir um público nacional específico com essa mensagem, o Exército seria mais prudente



Força Aérea dos EUA, Sgt Nathan Bevier

Um enfermeiro do Exército dos EUA é entrevistado pela mídia quirguiz no Centro de Transporte em Manas, Quirguistão, 23 Jul 10.

não visar uma mídia em particular (o conceito de “visar” sugere uma “campanha”, que implica um aspecto de manipulação que talvez mine a confiança na mensagem), mas “inundar a área” com uma abordagem que comunique a realidade da profissão.

Embora a mídia atual seja mais diversificada que a de tempos anteriores, devido a uma redução da mídia “tradicional” e à explosão da nova mídia, apenas alguns especialistas em assuntos militares e na arte da guerra emergiram como formuladores de opinião e de perspectivas sobre as guerras e as Forças Armadas com potencial de informar ou esclarecer a classe política e outras. Thomas E. Ricks, antigo redator do *Wall Street Journal* e do *Washington Post*, descreveu um campo de treinamento de recrutas do Corpo de Fuzileiros Navais em *Making the Corps* (“Criando o Corpo de Fuzileiros Navais”, em tradução livre), em 1997, e criticou a liderança civil nove anos depois em *Fiasco: The American Military Adventure in Iraq* (“Fiasco: A Aventura Militar Americana no Iraque”, em tradução livre), que acompanhava as etapas iniciais da Guerra do Iraque. Dexter Filkins e Michael R. Gordon provaram a “separação entre Igreja e Estado” que existe entre o lado de notícias e a parte editorial de um jornal durante sua cobertura sobre as guerras do Iraque e do Afeganistão para o *The New York Times*^{7,8,9} um veículo pouco entusiasmado com qualquer um desses conflitos. Rick Atkinson, que descreveu a turma de 1966 de West Point em *The Long Gray Line* (“A Longa Linha Cinza”, em tradução livre), obteve muita notoriedade por suas reportagens produzidas como um repórter incorporado durante a Guerra do Iraque¹⁰.

Embora a “mídia nacional” geralmente implique em órgãos de notícias, tanto os livros quanto os filmes também comunicam o que significa ser um soldado. Como visto nos últimos anos pela popularidade da série *Band of Brothers* e do filme “Guerra ao Terror” (*The Hurt Locker*), que descreveu a guerra de uma forma objetiva, despertando um entendimento mais profundo sobre os desafios, sacrifícios e conquistas do

soldado. O livro *Fields of Fire* (“Campos de Fogo”, em tradução livre), incomum pela simpatia com a tropa terrestre durante a era do conflito no Vietnã, talvez seja um exemplo perfeito [sobre o tema] “do que significa” um livro de última geração¹¹.

Ao desempenhar sua missão de comunicação, o Exército deve evitar uma atitude defensiva.

O Exército precisa ter uma visão clara das características da maior parte da mídia nacional e entender que seus profissionais:

- Estão realmente interessados na exatidão das notícias, mas, como não são familiarizados com as Forças Armadas, tendem a cometer erros e a fazer suposições.
- Estão em busca de uma história e, assim, são atraídos por um conflito ou controvérsia.
- Estão em busca de uma narrativa, preferindo contar histórias por meio de pessoas, ao invés de usarem dados.
- São competitivos, e, portanto, sempre à procura de um “novo ângulo”, que talvez receba mais cobertura pelo fato de ser algo novo, e não necessariamente por ser algo que deva ser noticiado.
- São reativos, influenciados pelo “comportamento de rebanho”, fazendo o mesmo que outros jornalistas devido ao que foi destacado pela concorrência na transmissão da noite anterior ou no jornal matinal.

Ao desempenhar sua missão de comunicação, o Exército deve evitar uma atitude defensiva ou preocupação excessiva — a tensão com a mídia em nossa sociedade livre é saudável e intratável — ao mesmo tempo que informa com franqueza, confiança e criatividade¹².

Autoridades Políticas

As agências de notícias competitivas encontram vorazes consumidores nas autoridades políticas, e estas possuem a capacidade de impactar tanto constitucional quanto operacionalmente todas as facetas da Profissão das Armas — desde o tamanho

do Exército até sua estrutura de força, sistemas de armas, leis de promoção e regulamentos disciplinares. As Forças Armadas dos EUA estão sujeitas, absoluta e invariavelmente, ao controle civil por meio de um comandante em chefe civil, dos secretários de Defesa e das Forças Singulares. E ao Congresso cabe a responsabilidade de aprovar todos esses indicados. Isso não significa que as autoridades militares deixarão de deferir ou rejeitar análises independentes quando necessário for, porém está claro que a decisão final estará sempre a cargo da autoridade civil.

O soldado defende um estilo de vida, um conceito de liberdade.

O Exército está se comunicando com um conjunto de autoridades políticas cuja experiência militar decrescente acompanha o universo de seus eleitores. Apenas 9% deles serviram¹³. No atual 112º Congresso, 20% da Câmara e aproximadamente 25% do Senado têm experiência militar, a menor porcentagem desde antes da Segunda Guerra Mundial, o que significa uma redução radical em relação ao máximo de 74% registrado na Câmara, em 1969, e 78% no Senado, em 1977¹⁴. Essa diferença não significa menor apreciação das Forças Armadas — na realidade, por vezes, a não familiarização relativa eleva o serviço militar a uma opinião favorável nascida da incompreensão, porque está muito distante dos padrões de referência. Contudo, isso obviamente significa que uma minoria decrescente dos congressistas tem um sentido pessoal do que significa ser um integrante da Profissão das Armas, sendo, portanto, por essa perspectiva, mais suscetível à mensagem da mídia e de outras fontes.

Da mesma forma, apenas dois dos 16 integrantes originais do gabinete ministerial do Presidente Obama possuíam experiência militar¹⁵. Existe, também, alguma divisão geográfica entre as autoridades nacionais. Aproximadamente 47% dos integrantes do Congresso oriundos dos Estados sulistas tinham experiência militar, comparados a mais ou menos 9% da Nova Inglaterra¹⁶.

Tais diferenças devem ser consideradas pelo Exército no planejamento da melhor forma de abordar essas autoridades — e tais estatísticas talvez sejam ainda mais surpreendentes se for considerado a distância que alguém em Nova Hampshire ou Vermont pode encontrar uma instalação do Exército de qualquer tamanho; em contrapartida, a que distância se pode dirigir na Geórgia ou na Flórida sem encontrar uma Unidade do Exército, uma base aérea ou uma instalação naval?

Um Compêndio de Características e um Fato Indisputável

Um milhão de soldados talvez tenham um milhão de diferentes formas de expressá-las, mas há algumas características indispensáveis da Profissão das Armas compartilhadas pela maioria dos soldados contemporâneos, e que são essenciais para a apreciação do Exército pelos políticos e pela mídia.

A primeira é que assumir o risco de ser morto em defesa da pátria é tão velho quanto a Profissão das Armas e uma experiência militar indispensável. Oferecer-se voluntariamente para esse fim é uma atitude singular em uma sociedade livre, e a construção do Exército mais poderoso e expeditionário do mundo com voluntários é tanto um ponto forte quanto uma fonte de perplexidade: poucos sabem o que realmente significa servir na profissão, porque poucos fazem isso. Um Exército de voluntários é até mais notável nos Estados Unidos de hoje porque o soldado defende um documento (a Constituição) e não um líder. Na realidade, o soldado defende um estilo de vida, um conceito de liberdade — e muitas vezes restaura a liberdade aos aliados (Segunda Guerra Mundial) ou ajuda os necessitados (na Península Balcânica, Vietnã, Somália, Líbia). Assumir esse risco voluntariamente em um mundo perigoso mostra uma gama de atributos, características e experiências que fascinam e deixam os não combatentes perplexos. Portanto, um integrante da Profissão das Armas possui uma mistura de características, quase todas presentes em um ofício ou outro (por exemplo, segurança pública,

assistência religiosa, medicina, etc). Contudo, exibindo-os conjugados enquanto cumprindo o compromisso excepcional de arriscar a própria vida pela nossa nação é uma característica singular dos integrantes da Profissão das Armas.



Força Aérea dos EUA, Sgt Daniel Phelps

Deputado John M. Mulvaney, Cel Jerry O'Hara, Cel Tracy Banister e TC Mal Earles visitam o novo quartel-general do 3º Exército dos EUA, em fase de construção na Base Shaw, Força Aérea, na Carolina do Sul, 28 Jan 11.

Comunicar o que significa ser um integrante da Profissão das Armas significa, então, ressaltar com credibilidade essas características aos jornalistas e autoridades:

- **Primeiro a missão.** Atualmente, quase todos os empreendimentos, desde uma universidade até uma gráfica publicam a definição de sua missão. Todo soldado é fiel à missão a ele atribuída desde o momento que carregou um fardo tático pela primeira vez. Ele aprende que a missão não é apenas uma aspiração, mas também a especificação de um objetivo e como atingi-lo.

- **Sempre Planejando.** O Exército tem formalizado o processo passo-a-passo de análise da missão, levantamento das linhas de ação e recomendações [de planejamento], conhecido por Processo Decisório Militar¹⁷. Embora qualquer mãe realizando múltiplas tarefas conduza seu próprio processo decisório sem contar com o apoio de um estado-maior, o mesmo não reflete o esforço que o Exército realiza para buscar a superioridade sobre o inimigo, analisando tudo, desde as condições meteorológicas até as personalidades dos chefes inimigos.

- Nenhum plano sobrevive ao primeiro contato com o inimigo. O desejo de planejar é complementado pelo entendimento realista de que não se pode planejar para tudo e que a guerra é uma iniciativa definitivamente humana. Planeje arduamente e esteja preparado para adaptar, confiante que o próprio planejamento está apto a receber uma improvisação.

- **Fidelidade: manifeste-se, depois preste continência.** Os civis, incluindo alguns com autoridade sobre as Forças Armadas, podem ter dificuldade em compreender que os soldados são estimulados a se posicionarem sobre determinado assunto e que, por exemplo, em uma reunião de planejamento de estado-maior de Divisão pode haver um tenso debate sobre os méritos relativos de uma linha de ação. Os oficiais advogam suas posições porque aqueles que dependem de seus conselhos precisam ter a vantagem da análise sem retoques; a intensidade dos debates às vezes surpreende os civis porque eles são mais familiarizados com as leais saudações de respeito que os seguem. É compreensível que o empresariado ache a contratação de ex-militares um negócio atrativo, por razões de sua fidelidade¹⁸, ética de trabalho, disciplina e trabalho em equipe¹⁹.

- **Delegar responsabilidades.** A missão é grande demais para ser microgerenciada. Os chefes definem, subordinados executam e sistemas existem para monitorar e avaliar. Talvez um soldado ainda não tenha completado 18 anos de idade, mas poderá receber a missão de estabelecer a guarda em um posto e repelir um invasor — e receberá a confiança de que executará isso.

- **Aprender lições.** É impreciso dizer que o militar sempre luta a última guerra; às vezes os políticos, os jornais e o público fazem isso. As Forças Armadas analisam a última guerra, a última batalha e as atividades de ontem para que possam vencer. Esse esforço, refletido no processo de análise pós-ação e nas instituições que coletam, analisam e publicam as “lições aprendidas”, exige planejamento, padrões e persistência; isso foi um dos grandes avanços pós-Vietnã — e tudo isso recorre à missão.

- **Diversidade.** Existe uma instituição mais meritocrática e menos preconceituosa no mundo

que o Exército? Circule em um refeitório em qualquer zona de combate e você ouvirá sotaques regionais e uma variedade de torcedores por diversos times esportivos, mas descobrirá também que o soldado pouco se interessa sobre a preferência política dos seus companheiros.

A missão sacrifica o conforto e as preferências pessoais.

● **Sacrifício, abnegação e disciplina.** Se a missão determina tudo, então tudo não pode girar ao redor de você. A Profissão das Armas não aprova comportamento e motivações egoístas (tampouco pode fazer vista grossa para as falhas humanas e a capacidade de direcionar e controlar a ambição saudável). Todos os soldados fazem sacrifícios, aguentam dificuldades e assumem riscos pela missão — e pelo companheiro. A disciplina demonstrada nas atividades mais simples (corte de cabelo, documentação, arma mantida, etc) rende disciplina nas atividades mais complexas (comparecer com sua tropa armada e equipada a um evento no local e horário determinados).

● **Trabalho em equipe.** Todos por um. Você não necessita gostar dele. Mas tem que trabalhar com ele.

● **Risco e perigo.** O encarregado da segurança pública circula por prédios e ruelas escuras consciente que talvez tenha que sacrificar a sua vida para que outros possam desfrutar os benefícios da liberdade. Contudo, singularmente, determinamos aos soldados para que entrem em lugares inerentemente perigosos e corram riscos constantes. Não é por acidente que bombeiros e policiais compartilham um vínculo especial com soldados e que muitas Unidades da Reserva estão preenchidas com indivíduos cujos trabalhos normais estão relacionados com essas profissões.

● **Desconforto.** Na maioria das vezes, e com muito mais frequência de que gostaríamos, um soldado está sofrendo demasiadamente com o calor ou com o frio, enlameado ou oleoso. Todo mundo está. Você tem que lidar com isso.

● **Tédio e liberdade limitada.** Um soldado leva pouco tempo para aprender a expressão “apressar e esperar”, quer seja para embarcar em uma viatura com destino ao polígono de tiro ou aguardando a sua vez para fazer uma chamada telefônica da zona de combate²⁰. Tais lamentações, juntamente com bastante tempo livre, porém com pouca liberdade, fomentam o que o Gen Ex Dwight David Eisenhower frequentemente chamava de o “direito do soldado de resmungar”²¹. Soldados normalmente fazem isso — e geralmente com humor para lembrar uns aos outros da solidariedade que nasce dos aborrecimentos compartilhados.

● **O soldado é um sistema de armas.** A missão sacrifica o conforto e as preferências pessoais, mas um líder preocupa-se com seu subordinado desde o cuidado com o uso de meias limpas até a tranquilidade de sua família — e serve àqueles a quem foi confiado liderar.

● **Mundano, apolítico.** Um soldado talvez tenha tido uma visão muito fechada do mundo antes de vestir um uniforme, mas ele pode encontra-se bebendo chá com um ancião em uma aldeia afegã, adquirindo uma passagem no metrô de Seul, na Coreia, ou mesmo prestando mais atenção aos assuntos do Oriente Médio. Tudo isso muda a forma como ele vê o mundo e o que ele levará de volta para a vida civil.

● **Calejado pelo combate — humano e resistente.** Considerando que a guerra no Afeganistão está concluindo seu 11º ano de duração, pode-se dizer que estamos vivendo o mais longo conflito contínuo da nossa história. A sociedade, em um procedimento elogiável, tem estado atenta ao número de baixas em combate, incluindo os casos de trauma cerebral (*mild traumatic brain injury* — *MTBI*) e de síndrome de estresse pós-traumático (*post-traumatic stress disorder* — *PTSD*). Os soldados valorizam isso, mas eles também percebem que alguns civis acham ou imaginam que todo veterano é um traumatizado pelo combate. Todos os soldados que entram em combate encaram riscos de morte, mas a grande maioria não tem cicatrizes mentais que limitem sua utilidade para a sociedade. A preocupação indevida em relação

à MTBI e ao PTSD pode minar a reintegração do soldado à sociedade e, às vezes, restringir perspectivas de conseguir emprego e bem-estar social. O slogan “apoie as tropas” da última década é muito mais preferível que culpar os soldados pelas políticas que eles executam — mas também pode levar a uma empatia vazia que talvez reflita a ignorância bem-intencionada de um civil desinteressado. Alguns soldados precisam de tratamento especial pela sociedade que lhes enviou ao combate, e todos merecem a gratidão dessa sociedade, que pode ser traduzida em uma bolsa de estudos militar ao invés de um sentimento arraigado na irrealdade.

- **Ambicioso, instruído e educável.** Os soldados são fiéis uns aos outros e ao seu país. Sua nobreza não é reduzida pelo autointeresse evoluído que atrai muitos para as Forças Armadas, pois estas oferecem a oportunidade de aprender novas habilidades e aperfeiçoar as características pessoais que o mundo civil talvez não fomente. O Senador John Kerry atraiu muita atenção durante a

campanha presidencial de 2004 quando se referiu à Educação: “se você aproveitá-la ao máximo, estudar muito, esforçar-se para ser inteligente, você vence. E se não fizer isso, você fica preso no Iraque”²². Embora Kerry tenha explicado mais tarde que sua expressão fora apenas uma “colocação infeliz”, o Exército — e com certeza os políticos e a imprensa — se sairia bem se enfrentasse essa perspectiva e abordasse se há um suposto “serviço obrigatório clandestino”, que segundo os críticos faz com que as Forças Armadas sejam atraentes para os menos instruídos e estes carregam um ônus desproporcional do serviço militar²³. Poucos querem falar sobre como corrigir esse fenômeno com medidas como o serviço militar obrigatório.

- **Bem-humorado.** Outra forma de abordar o comentário do Senador Kerry é com o inimitável humor das tropas, como no *banner* produzido pelos militares no Iraque, utilizando uma redação com erros gramaticais, em resposta às colocações do senador: “Ajude-nos, John Kerry, estamos



Força Aérea dos EUA, Sgt. Bradley Lail.

O Gen Ex David Petraeus, antigo Comandante da Força Internacional de Assistência à Segurança, conversa com os então Senador John Kerry e Embaixador dos EUA no Afeganistão, Karl Eikenberry, no Palácio Presidencial Afegão em Cabul, 17 Ago 10.

presos aqui no Iraque” (“HALP US JON CARRY, WE R STUCK HEAR N IRAK”)²⁴. Assim, eles demonstraram que o humor do soldado é às vezes qualificado para divulgação.

- **Imperfeito.** Soldados cometem erros e às vezes se envolvem em mau comportamento, nada diferente da sociedade da qual vieram. Quando esse comportamento merece afastamento da Profissão das Armas, as Forças Singulares aplicam a justiça militar, um sistema que os militares consideram essencialmente justo.

- **Incansável.** Os militares retomam o trabalho dia após dia. A letra da música “American Soldier”, de Toby Keith, cantor famoso da atualidade, capta bem a realidade do soldado norte-americano: “Can’t call in sick on Mondays/ When the weekend’s been too strong” (“Não posso ligar dizendo que estou doente na segunda-feira, quando o fim de semana foi pesado [...]”, em tradução livre)²⁵. Poucos militares se consideram heróis, mas reconhecem o próprio mérito e o de seus colegas por sua constância e perseverança.

- **É autêntico.** Soldados adoram ser apreciados — mas não imitados como entretenimento. Recentemente, uma empresa desenvolveu uma experiência replicando as atividades de uma equipe de comandos da Marinha (SEAL) para civis, semelhante aos “campos de fantasia” das ligas profissionais de beisebol, onde homens de meia-idade vestiam uniformes, e jogavam como se fossem profissionais²⁶. O campo dos SEAL envolve o uso de uniformes, mas com uma dificuldade menor (219 dos 223 candidatos completaram o campo). Por sua natureza, a vida militar produz grande estresse e a consciência de que a qualquer momento o soldado pode ser ordenado para preparar o equipamento e partir de imediato, muitas vezes sem conseguir dar um telefonema ou um beijo de despedida.

Um Milhão de Vinhetas

Acima de tudo, os integrantes da Profissão satisfazem às expectativas da sociedade. Eles exibem o que é de mais profundo e edificante sobre a profissão, a qualquer momento e em qualquer dia, em uma Força composta por mais

de um milhão de soldados da Ativa e da Reserva.

O grupo de combate, ainda a formação militar tática mais elementar, está no meio de uma patrulha de combate em um dia escaldante nas baixadas afegãs. [Soldados] bebem continuamente a água do cantil (Camelback) empunhando firmemente a sua arma, acentuadamente vigilantes e confiantes em seu equipamento e em seus comandantes.

Os militares da equipe de manutenção iniciam o serviço junto às viaturas logo após o café da manhã, estabelecendo o ritmo de trabalho nesse local, repleto de caminhões e lagartas fornecidos pelos contribuintes de impostos.

Um capelão judeu segura a mão de um soldado cristão severamente ferido, recitando orações cristãs ao seu ouvido, mais alto que o zunido do helicóptero de evacuação médica.

Um instrutor agacha-se junto a um instruendo, no início do escurecer, para auxiliá-lo a melhorar os seus resultados no tiro das armas portáteis.

O jovem tenente pensa duas vezes sobre tudo, desde seu aperto de mão até seu sorriso, conforme se prepara para conhecer o seu efetivo de sargentos, mais antigos de idade e de menor posto.

Um professor do ensino fundamental se levanta de madrugada para correr, a fim de estar pronto para o desdobramento em alguns meses.

De Todas as Formas

O Exército não deve se concentrar no meio — a mídia — e perder a visão da mensagem que quer transmitir. Não é necessária uma pesquisa de opinião para confirmar o que qualquer consumidor de notícias sabe — estamos lendo menos jornais e recebendo mais informações por meio da internet, YouTube, blogs e outros meios. O Exército não pode viver em uma caverna do século XX rodeado pela “velha mídia”, e tampouco precisa ser o avô em calça boca-de-sino, cuja moda acaba distraindo o seu público da importante mensagem que quer transmitir.

Use todos os meios da mídia. Trabalhe com a mídia convencional porque ela ainda é lida pelas autoridades políticas e porque prepara o

terreno para as demais mídias. Não existe apenas a circulação do *New York Times*, *Washington Post* e *Wall Street Journal*. Esses senhores leem a correspondência dos outros, e reagem aos planos e furos de reportagem dos outros — e isso impulsiona o ciclo de notícias, seleção e localização de reportagens, e no final algumas penetram na consciência do público. Considere os escândalos sexuais do Campo de Provas de Aberdeen nos anos 90 — comportamento chocante, mas não singular; eles foram amplificados devido à sua proximidade com Washington, D.C. Uma reportagem local que virou nacional.

O Exército deve escancarar as portas, informar os correspondentes e blogueiros, cooperar com o produtor cinematográfico e não ficar aborrecido com as falhas retratadas por ele, e, sim, conceder acesso sem limites a um repórter da *Rolling Stone* porque um relato popular dos defeitos e limitações da [Academia Militar de] West Point que cause vergonha a um velho graduado (ou a mãe de um cadete) também mostrará a bondade, o patriotismo e a quase ingenuidade dos supostamente entediados e confortáveis membros da geração do milênio²⁷. A experiência de repórteres incorporados mostra não que eles “viram nativos”, mas que os acertos e

defeitos — acima de tudo a franqueza sem retoque — dos soldados comuns é a melhor forma de comunicar o que realmente significa ser um integrante da Profissão, uma realização tão antiga quanto Ernie Pyle e Bill Mauldin [jornalistas incorporados na Segunda Guerra Mundial — N. do T.], mas tão revigorante e nova quanto Michael Yon e Bing West [jornalistas da invasão do Iraque — N. do T.]^{28, 29}. O General de Exército Eric Shinseki, no desempenho da Chefia do Estado-Maior do Exército, costumava iniciar seus discursos dizendo, “Meu nome é Shinseki e sou um soldado (ele modificou os regulamentos do Exército para exigir que a palavra soldado fosse redigida em maiúsculo em todas as correspondências)³⁰. Ninguém acredita em uma história boa demais para ser verdade, mas a mídia pode lidar com a verdade e pode colocar as falhas das Forças Armadas no contexto — especialmente quando este é um de risco empolgante, trabalho em equipe emocionante, determinação inflexível e um compromisso inalterável e ingrato para com a missão e entre si.

Não comunicar ou comunicar de maneira defensiva e previsível carregam o risco de uma perigosa complacência e abertura de uma lacuna originada pelo conforto e distanciamento. **MR**

REFERÊNCIAS

1. Apenas aproximadamente 9% do povo estadunidense tem experiência militar, disponível em: <<http://boards.straightdope.com/sdmb/showthread.php?t=126614>> e <http://wiki.answers.com/Q/What_percentage_of_US_population_has_served_in_the_military>, acesso em: 29 jun. 2011.

2. Por exemplo, comunicados à imprensa, *briefings formais*, visitas públicas, exposições de aviões, voos de saudação militar e propaganda durante eventos esportivos.

3. Consulte a citação para a Medalha de Honra para o Specialist (Cabo) Salvatore A. Giunta para seu heroísmo no Afeganistão em 2007, disponível em: <<http://www.army.mil/medalofhonor/giunta/citation.html>>, acesso em 28 jun. 2011.

4. WEISS, Carol H. “What America’s Leaders Read,” 38 *Public Opinion Quarterly* Q 1 (1974). Weiss escreve que os políticos norte-americanos consideram que os meios de comunicação de massa sejam fontes essenciais de informação sobre assuntos nacionais. Esse estudo faz comparações com um artigo mais antigo da *Quarterly*, descobrindo que os políticos principais leem jornais políticos com o *National Review* e *The New Republic*, em vez de revistas especializadas sobre a ciência e assuntos semelhantes.

5. A distribuição de jornais tem diminuído nas últimas décadas, mas foi até mais súbita neste século e em anos recentes, atribuível a

uma variedade de fatores, uns dos principais sendo a disponibilidade da internet e o crescimento de televisão a cabo, disponível em: <<http://www.thenewamerican.com/index.php/economy/sectors-mainmenu46/3437-newspaper-circulation-continues-decline>>, acesso em: 29 jun. 2011.

6. Uma compilação diária de artigos de notícias e de comentários, concentrada principalmente em assuntos de Defesa e de segurança doméstica, disponível para a maioria dos militares em: <<http://ebird.osd.mil/index.html>>. A distribuição de jornais físicos não é o único indicador do consumo de notícias, contudo, como o Pew Center, entre outros, observou estudando o público leitor (que inclui visitas na internet) em contraste com a quantidade de jornais comprada e entregue. Consulte Pew Center for People and the Press, mostrando uma moderação, se não uma estabilização no declínio do “público leitor” quando inclui a leitura online, disponível em: <<http://people-press.org/2006/07/30/section-2-thechallenge-for-newspapers/>>, acesso em: 28 jun. 2011.

7. Filkins escreveu para o *The New York Times* por alguns anos, obtendo o Pulitzer Prize, em 2009, para sua cobertura do Iraque (sua segunda nomeação), e moveu-se para a revista *The New Yorker*, em 2010. Seu livro best-seller, *The Forever War* (“A Guerra Eterna”, em tradução livre), de 2008, descreveu as Guerras do Iraque e do Afeganistão em uma forma cativante que não foi romantizada nem excessivamente usada.

8. Michael R. Gordon enviou muitas reportagens do teatro de operações e escreveu com Bernard E. Trainor, *Cobra II: The Inside Story of the Invasion and Occupation of Iraq*, de 2006, um relato meticuloso em sua precisão e imparcialidade.

9. Essa é a forma abreviada comum da mídia para a separação do conteúdo de notícias e dos editores daqueles envolvidos na produção de páginas de opinião. “Os artigos editoriais são sob a direção de um editor fora da divisão de notícias. Pessoas da imprensa chamam isso ‘separação de igreja e Estado’, significando que há uma linha entre as notícias e opinião que não deve ser atravessada”. WILSON, Bob. *How Newspapers Work*, disponível em: <<http://people.howstuffworks.com/newspaper3.htm>>, acesso em: 30 jun. 2011.

10. O livro é derivado de uma série de relatos de jornal que ganhou o Prêmio Pulitzer (Rick Atkinsons ganhou três desses prêmios). Entre muitos outros, consulte garrels, Anne, *Naked in Baghdad: The Iraq War and the Aftermath as Seen by NPR's Correspondent Anne Garrels* (2003); JUNGER, Sebastian. *War* (2010); HOLMSTEDT, Kirsten. *Band of Sisters: American Women at War in Iraq* (2008), *The Girls Come Marching Home* (2011); e SKIBA, Katherine M. *Sister in the Band of Brothers* (2005). Entre os relatos de soldados bem elogiados é o de MULLANEY, Craig. *The Unforgiving Minute* (2009).

11. Publicado em 1978, o melhor de vários livros excelentes por James H. Webb, um fuzileiro naval, ex-Secretário da Marinha dos EUA e Senador atual da Virgínia.

12. O ex-chefe de relações públicas do Comando de Operações Especiais dos EUA faz uma observação precisa e constitucional sobre que “a hostilidade mútua” entre as Forças Armadas e a mídia “pode criar uma confiança entre as duas que resulta na cobertura mais justa das Forças Armadas pela mídia”. WILLEY, Cel Barry E. “The Military-Media Connection: For Better or For Worse,” *Military Review*, December 1998-February 1999 issue, como citado em BURBACH, LTC Michael J. *Public Affairs in the 21st Century* (não publicado, unpublished, submetido à Fletcher School of Law and Diplomacy, 1999), p. 9. [O] Exército aceita e completamente aprova da tensão saudável. . . entre o desejo normal da mídia de informar o público. . . e o desejo normal dos comandantes de controlar o ambiente de informações sobre as mesmas operações. . . FM 100-6, *Information Operations*, como citada em Burbach, *ibid.*, p. 16.

13. Consulte a Referência 1.

14. Disponível em: <http://www.moaa.org/lac/lac_resources/lac_resources_tips/lac_resources_tips_decline.htm>, acesso em: 28 jun. 2011.

15. Os dois com experiência militar eram o Secretário de Defesa Gates e o Secretário de Assuntos de Veteranos Shinseki, disponível em: <<http://theautopsy.wordpress.com/2009/10/11/whatdo-obamas-appointees-have-in-common/>>, acesso em: 28 jun. 2011. Quatro dos 32 czares de políticas originais do governo tinham experiência militar. *Ibid.*

16. Disponível em: <http://blog.lib.umn.edu/cspg/smartpolitics/2010/05/us_military_service_in_the_us.php>, acesso em: 28 jun. 2011.

17. O Processo Decisório Militar, refletido em vários regulamentos e guias, agora também aparece na literatura popular. Consulte, por exemplo, ERICSSON, Karl Anders. *The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance* (2007).

18. A Wal-Mart e outras grandes empresas buscam ex-militares, incluindo aqueles com experiência de combate, valorizando muito seu ensinamento e liderança.

19. “From the Battlefield to B-School,” *SimonBusiness* Fall 2008, 14 Mar. 2008 (edição Fall 2008, uma publicação da University of Rochester Simon Graduate School of Business). O artigo cita um professor dizendo que ex-soldados se transformam em excelentes estudantes devido ao seu “alto nível de maturidade e experiência, uma mentalidade natural de

tomar conta e uma atitude de terminar coisas que afeta positivamente todos ao redor deles”. p. 35.

20. Obviamente recitado com jocosidade, disponível em: <http://wiki.answers.com/Q/Where_does_the_line_Every_day%27s_a_holiday_and_every_meals_a_feast_come_from>, acesso em: 28 jun. 2011.

21. AMBROSE, Stephen E. *Eisenhower: Soldier and President* (vol. 1), p. 240, 270 (1990).

22. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/10/31/AR2006103100649.html>>. Veja o vídeo dos comentários do Senador Kerry's em: <<http://www.youtube.com/watch?v=dRjUubkhmv4>>.

23. O termo começou a ter vários significados, dos quais os dois principais eram (1) a política “stop loss”, que prorrogou os alistamentos de alguns soldados era uma forma de serviço obrigatório em que as extensões de serviço eram involuntárias, e (2) as Forças Armadas eram o empregador de última instância por certos setores da sociedade, fazendo que fosse semelhante ao serviço obrigatório porque alguns que alistaram fizeram isso por que não tinham outras opções.

24. O pendão foi o seguinte (erros de soletração e letras em maiúsculo na original; o K em “stuck” foi virado), “HALP US JON CARRY – WE R STUCK HEAR N IRAK”, disponível em: <<http://www.hoax-slayer.com/soldiers-answer-kerry-comment.shtml>>, acesso em: 28 jun. 2011.

25. Veja todas as letras de música do “American Soldier” de Keith em: <<http://www.elyrics.net/read/t/toby-keith-lyrics/american-soldier-lyrics.html>>, acesso em: 28 jun. 2011.

26. Disponível em: <http://www.nbcwashington.com/on-air/as-seen-on/SEAL_Training_for_Civilians_Washington_DC-122478584.html> e <http://www.cleveland.com/nation/index.ssf/2011/05/civilians_test_their_limits_in.html> (o último link observa que 219 dos 223 estudantes “graduaram”). Entre muitos dos exemplos, consulte a página da Web do campo de fantasia dos Chicago Cubs’, disponível em: <<http://www.cubsfantasycamp.com/>>, acesso em: 28 jun. 2011.

27. LIPSKY, David. *Absolutely American: Four Years at West Point* (2003). Outro livro, coincidentemente sobre a West Point, que reflete uma consideração crescente de um “civil puro” para o Exército foi escrito por um professor que voltou a West Point para ensinar literatura e não tinha antecedentes militares de qualquer tipo. SAMET, Elizabeth D. *Soldier's Heart: Reading Literature through Peace and War at West Point* (2008).

28. Um blogueiro especialmente corajoso e incansável no Iraque e no Afeganistão, disponível em: <<http://www.michaelyon-online.com/>>, acesso em: 28 jun. 2011. Isso virou uma política adotada do Exército, que aconselha que “Para aumentar o conhecimento público sobre o Exército, todos os integrantes do Exército são incentivados a conversar com a mídia de forma factual, franca e completamente sobre assuntos não sigilosos em que tenham conhecimento e perícia pessoais”. AR 360-1 (15 Sep. 2000), parágrafo 5-12. Segundo o Cel William M. Darley, “Why Public Affairs Is Not Information Operations”, *Army* 9 (January 2005). O Exército deve avançar “contato público do maior recurso possuído pelo Exército — o soldado americano”.

29. Francis J. “Bing” West escreveu vários livros premiados sobre o Corpo de Fuzileiros Navais, e continua visitar os teatros de operações combatentes, fazendo reportagens que combinam visões estratégicas com a descrição simpaticante e perspicaz dos desafios e determinação dos militares. Ele administra um site na internet, disponível em: <<http://www.bingwest.com/>>, acesso em: 29 jun. 2011, mas também escreve livros e reportagens para a mídia convencional como a *National Review*.

30. Incluindo sua palestra de aposentadoria, disponível em: <<http://www.army.mil/features/ShinsekiFarewell/farewellremarks.htm>>, acesso em: 29 jun. 2011.