I ENCONTRO NACIONAL
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS DE
DEFESA – ABED

Mesa “Visões e Doutrinas Militares”

*Perspectivas Militares da Imprensa:
notas sobre a construção da mentalidade
militar e a relação com o “mundo de fora”*

Lauriani Porto Albertini
Universidade Federal de São Carlos – UFSCar
lalicso@gmail.com

Este texto procura apresentar alguns aspectos iniciais da pesquisa de doutorado que estou realizando sobre as perspectivas militares da imprensa.¹ Com esta pesquisa, pretende-se entender como os militares do Exército Brasileiro se situam diante da sociedade, buscando revelar os mecanismos pelos quais eles estruturam sua relação com esse importante contraponto à sua identidade que é a imprensa. Dessa forma, tomando os militares como objeto de análise será possível apreender como estes constroem sua mentalidade e como percebem e reagem aos fenômenos sociais “de fora” – isto é aqueles concernentes ao mundo civil.

Introdução

Inicialmente, é crucial assinalar a importância dos militares na história brasileira. Participantes ativos na política durante todo o período republicano (inaugurado como um golpe militar em 1889), os militares estiveram no controle direto do poder executivo entre 1964 e 1985. Desde então a instituição militar no Brasil tem passado por dificuldades na definição de sua identidade social. A herança dessa experiência autoritária, principalmente a atuação de setores das Forças Armadas na repressão política, ainda constitui um dos pontos mais sensíveis da memória histórica brasileira contemporânea. Embora tenham permanecido subordinados ao poder civil desde 1985, os militares não conseguiram uma função social claramente definida e têm sofrido a perda de prestígio decorrente, em grande parte, da atuação das FFAA durante o regime militar. Isso se deve, em parte, à lembrança ainda muito recente do período autoritário, em parte às dificuldades de se atribuir à profissão militar uma posição proeminente num país sem ameaças claras na área de defesa, como é o caso do Brasil (CASTRO, 2004). Deve-se ainda ao realinhamento da conjuntura militar internacional e da reelaboração de seu papel com o fim da Guerra Fria e ascensão dos ideais (neo)liberais no início dos anos 90 (ALBERTINI, 2006).

No caso específico do Brasil, a consolidação do neoliberalismo trouxe mudanças que afetaram as Forças Armadas. Abaladas por uma série de medidas durante o governo Collor, elas ganharam algum tempo para respirar no período interino de Itamar Franco, para se defrontar novamente com o processo acelerado de integração do Brasil ao programa neoliberal durante os governos de Fernando Henrique Cardoso. Ameaçados por esses processos, muitas vezes os militares enxergaram numa parte da imprensa (que mais se aproxima da visão liberal) um cúmplice das supostas tentativas de anular a

¹ Este texto é parte de da minha pesquisa de doutorado que conta com o financiamento e apoio da FAPESP.

soberania brasileira, diminuindo o prestígio e a credibilidade de sua instituição fundamental. Mas, enxergaram aliados em outra parcela da imprensa que, apesar da adesão às idéias neoliberais, reconhecem a importância das Forças Armadas como fator de ordem e afirmação da nacionalidade (DÖRING ,1992 e ALBERTINI 2006).

Dentro deste contexto podemos observar que as relações das Forças Amadas com a mídia, que durante o regime militar já eram conflituosas, se expressaram de forma ainda mais complexa e difusa. Frente a essa nova conjuntura político-social os militares mostraram-se preocupados e desconfiados com a maneira com que a imprensa retrata as questões militares, colocando em dúvida muitas vezes a procedência ou a fidelidade daquilo que passou a ser publicado. Segundo Celso Castro “tem sido uma experiência comum entrevistar chefes militares que negam que matérias publicadas pela imprensa sejam fiéis àquilo que quiseram dizer aos jornais que os entrevistaram. Há mesmo situações em que surgem acusações de declarações forjadas” (CASTRO, 2003, p.1).

Isso deflagra, por um lado, o relacionamento muitas vezes difícil dos militares com a mídia, e por outro reforça o cuidado que devemos ter ao tomar o que a imprensa publica como fonte confiável para sabermos o que os militares pensam a respeito de determinados temas. De igual maneira, ainda segundo Castro, publicações oficiais e artigos em revistas militares muitas vezes não permitem ir além da superfície em relação a esses temas, devido ao seu formalismo. Permanecemos, assim, em geral, restritos a poucas informações, e por vezes até a suposições, sobre a visão militar. Este trabalho pretende ajudar a preencher essa lacuna, buscando esclarecer as estratégias militares de aperfeiçoamento do seu relacionamento com a mídia pós-regime militar, para com isso tentar elucidar as perspectivas militares da imprensa, através da observação das dimensões internas das Forças Armadas – mais especificamente do Centro de Comunicação Social do Exército (CCOmSex).

A construção da mentalidade militar

O aspecto singular ou funcional dos militares tem sido, freqüentemente, comentado em termos da “mentalidade militar”. Para Huntington (1996), mentalidade militar pode ser definida como “ética profissional” e, nesse sentido, consiste de valores, atitudes e perspectivas inerentes ao desempenho da função militar e que se deduzem da

natureza dessa função.² Segundo esse autor, a função militar é desempenhada por um técnico de profissão pública burocratizada, especialista na administração da violência e responsável pela segurança militar do Estado e, um valor ou uma atitude só faz parte da ética profissional militar se for deduzido ou derivado da especialização, da responsabilidade e da organização peculiares da profissão militar. Seguindo essa linha, a ética militar enfatiza a imutabilidade, a irracionalidade, a fraqueza e a maldade humana; o militar vê a supremacia da sociedade sobre o indivíduo; dá importância à ordem, à hierarquia e a divisão das funções; aceita o Estado-nação como forma mais alta de organização política e reconhece a permanente probabilidade de guerra entre Estados nacionais; ressalta a importância das relações de poder entre as nações e previne quanto aos perigos que ameaçam a segurança do Estado, bem como a indesejabilidade das políticas belicosas e de aventura; considera a guerra como um instrumento da política e exalta a obediência como a maior das virtudes do militar. “Desse modo a ética militar é pessimista, coletivista, historicamente influenciada, orientada para o poder, nacionalista, militarista, pacifista e instrumentalista em sua visão da profissão militar (...) O homem da mentalidade militar é, por essência, o homem de Hobbes” (HUNTINGTON, 1996, p. 97). É notável, contudo, que tal visão está escorada sobretudo numa imperiosa "necessidade de Estado", passando por cima da especificidade da maneira pela qual esses fatos são elaborados entre militares.

Nesse sentido, de acordo com Celso Castro, a profissão militar representa um “caso-limite” sociológico, que contribui para uma grande coesão ou homogeneidade interna da corporação (“espírito de corpo”), mesmo que freqüentemente ao preço de um distanciamento entre os militares e o mundo civil. Isso ocorre devido à intensidade do processo de socialização profissional militar, combinado ao fato de que esse processo ocorre em relativo isolamento ou autonomia. Segundo Castro, ao escreverem sobre a construção de uma identidade militar, vários autores³ a definem antes por seus elementos exteriores, traços, regras e comportamento do que pelos modos de articulação do sentido, que são a própria condição de existência desses elementos. De acordo com este autor, a instituição militar apresenta uma armadilha para o pesquisador, que, por possuir um recorte morfológico extremamente claro (“muros vigiados, uniformes e muitas outras

² Vale ressaltar que, a mentalidade é, pois, definida por Huntington abstratamente como um tipo ideal à maneira de Weber, em termos do qual as crenças de homens e grupos reais podem ser analisadas.

³ Em seu texto, Celso Castro faz alusão aos seguintes autores: Janowitz (1967), Masland e Radway (1957), Berger e Luckman (1978), Dornsbuch (1955), Vidich e Stein (1960), Mills (1975), Doorn (1975), Carvalho (1978), Barros (1978) e Goffman (1974).

barreiras simbólicas e físicas evidentes”) muitas vezes leva à tentação de analisar os militares apenas pela sua atuação mais evidente, no plano da "grande política". Assim, “O desafio é perceber não ‘o que é’, mas ‘como é’ essa identidade, quais são seus mecanismos simbólicos” (CASTRO, 2004, p. 81)⁴.

Tomando como base a idéia da formação de uma "identidade militar", o componente fundamental de sua visão de mundo é uma clara distinção entre as características atribuídas ao mundo militar, o “aqui dentro”, e as atribuídas ao mundo civil, ou o “lá fora”. O termo pejorativo usado informalmente entre militares quando se referem aos civis – “paisanos” – já indica que as características negativas e positivas são atribuídas, respectivamente, aos civis e aos militares. Ou seja, “a mensagem que se transmite é a de que em geral os militares são não apenas diferentes dos civis, mas que também são melhores: uma elite, fundada sobre princípios éticos e morais corretos e sãos”(CASTRO, 1990, p. 41)⁵ Deste modo, a carreira militar é, portanto, representada como uma “carreira total”, projetando na realidade um conjunto coerente tanto de relações sociais "internas" ao mundo militar como uma visão, não necessariamente monolítica, mas certamente fundada sob valores iguais, do "mundo de fora".

Seguindo a mesma linha, Leirner acrescenta que a hierarquia é o elemento chave pra se entender a mentalidade militar e para se entender a separação entre quem é e quem não é militar. Para este autor, ser um militar significa ocupar um lugar dentro desta hierarquia; significa que se está imerso numa rede de relações com regras próprias, diferenciadas em relação aos civis. Significa, principalmente, que se está num lugar que estabelece regras sociológicas que o separam do resto da sociedade.

“A hierarquia é a fronteira desta distinção: ao mesmo tempo que ela indica quem é ‘de dentro’ e quem ‘é de fora’, ela é o registro das regras de conduta dos militares. E, em todo exército, de onde quer que seja, temos esta hierarquia do ‘tipo’ militar; além disso, todo exército tem como princípio vital a noção de que esta hierarquia não pode ser quebrada, pois isto significa o fim da instituição” (LEIRNER, 2001, p. 86).

⁴ Vale notar que em sua pesquisa sobre o processo de socialização profissional a que são submetidos os cadetes do Exército Brasileiro (EB) da Academia Militar das Agulhas Negras (AMAN), Castro aponta que os cadetes vivem um processo de socialização profissional durante o qual devem aprender os valores, atitudes e comportamentos apropriados à vida militar; o curso da AMAN é apontado pelo autor como um ritual de passagem que tem por objetivo obliterar a identidade civil anterior e desenvolver nos indivíduos o “espírito militar”.

Assim, de acordo com Leirner, a hierarquia opera no registro de um “fato social total” para os militares. Isto é, ela ao mesmo tempo representa um princípio formador de uma identidade coletiva que estabelece uma fronteira clara com o mundo “de fora” (ou os “paisanos”, como já foi apontado por Castro) e estrutura as relações internas aos próprios militares. De maneira análoga, ela opera ao mesmo tempo na base da organização militar – demarcando a divisão de trabalho; os ganhos salariais subsequentes; a divisão espacial no interior de organizações militares; a divisão temporal durante a carreira; os aspectos cotidianos como moradia, lazer e em grande medida e o acesso a casamentos prescritos de acordo com a hierarquia – bem como nas representações coletivas – uma “visão de mundo hierárquica”: a percepção do “mundo de fora” segue critérios homólogos à sua organização interna (LEIRNER, 2001).

Se de fato tais mecanismos simbólicos e sociológicos fazem efeito no modo pelo qual os militares classificam, ordenam e situam a realidade, é preciso entender na filigrana como eles processam sua relação com esta. Deste modo, sua relação com a imprensa pode significar um objeto privilegiado para analisar essa relação, uma vez que ela representa para eles um “espelho” do modo pelo qual o mundo os interpreta. Sua relação com ela, portanto, pode representar ao mesmo tempo o modo pelo qual eles idealmente codificam, processam e negociam sua identidade com a sociedade, o que certamente rebate novamente numa temática política, porém partindo de seus dados “interiores”.

A relação com o “mundo de fora”

Um ponto aparentemente comum aos pesquisadores que têm como objeto de estudo as Forças Armadas, é o destaque que se dá ao processo de socialização profissional militar (combinado ao fato de que esse processo ocorre em relativo isolamento ou autonomia); a disciplina e a hierarquia como princípio que norteia toda a vida da instituição militar, não apenas o “mundo interno” mas também o modo pelo qual as relações com o mundo civil se estruturam.

Seguindo esse mesmo padrão, este trabalho busca entender como esses atores se situam diante da sociedade, mostrando suas estratégias de relacionamento com o “mundo de fora” em especial a mídia (compreendida aqui como importante contraponto à sua identidade), através de seus mecanismos próprios. Em dois níveis, trata-se de mostrar que [a] o Exército criou um mecanismo institucional de estabelecimento das suas

relações com o "mundo de fora", e [b] como ele percebe estas relações através da imprensa. Vejamos com mais detalhe.

a) a Comunicação Social no Exército Brasileiro

O Exército Brasileiro passou a se preocupar com a comunicação social com o término do governo de Getúlio Vargas, devido à atmosfera de maior liberdade decorrente da Constituição de 1946. Conseqüentemente, surgiu a necessidade de maior relacionamento com os civis, levando à criação da Divisão de Relações Públicas do Gabinete do Ministro da Guerra, em 1951. Com o passar do anos essa Divisão modificou-se e adotou diversas denominações: Serviço de Relações Públicas (1962), Comissão Diretora (1964), Centro (1971) e Assessoria (1975). Entretanto, sua maior alteração ocorreu em 1981, com a criação do Centro de Comunicação Social do Exército (CComSex), “fruto de conceito mais abrangente de Comunicação Social e da necessidade de uma estrutura mais adequada à nova sociedade e aos novos meios de comunicação”. Também o CComSEX ampliou-se em um sistema com características próprias e muitas vezes distintas das do meio civil: Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEX), criado em 1991 e atualizado em 1998. Este sistema tem como finalidade principal a realização coordenada e integrada do conjunto de atividades de comunicação social, seu órgão central é o CComSEX.⁶

Segundo o próprio Exército, o CComSEX tem por missão planejar, orientar, coordenar, supervisionar e desenvolver as atividades de Comunicação Social do Exército, além de contribuir para a "plena integração da Força 'a sociedade brasileira, ao mesmo tempo em que fortalece o espírito de corpo de nossas tropas, multiplicando seu poder de combate"⁷. É ainda missão do CcomSEX “fazer residir, em cada um dos integrantes do EB, a mentalidade de que a Comunicação Social é instrumento gerador de motivação, fator multiplicador do poder de combate, incentivador da coesão e grande ferramenta facilitadora da ação de comando” (MAURMANN, 2001, p. 18).

De acordo com o Major Eduardo Paiva Muarmann, os principais produtos do CComSEX - “aqueles com que as diversas organizações militares podem contar ou neles se inspirar para desenvolver a Comunicação Social nas suas áreas de atuação” - são: 1)

⁶ Vale dizer que, no Exército Brasileiro as unidades são divididas em funções orgânicas em todas as suas instâncias; há uma divisão de atribuições no interior das unidades e dentro dessas atribuições existe a de comunicação social (5^{as} Seções) que se encarrega da imagem e comunicação com o mundo civil: o CComSEX.

⁷ Revista Verde Oliva. Ano XXXII, nº186. Out/Nov/Dez 2005: 32-34.

Noticiário do Exército (NE), impresso e eletrônico é voltado especialmente para o público interno, passando atualmente por adequações para o público externo; 2) *Revista Verde-Oliva (VO)*, divulga as principais atividades do EB, tendo como matérias principais assuntos de interesse profissional, cultural e da história da Instituição; 3) *Videorevista do Exército (VRE)* e *Videorevista do exército Digital (VRED)*, meios audiovisuais produzidos a fim de divulgar as atividades de interesse da Força para os públicos interno e externo; 4) *Informativo do Exército (INFORMEX)*, transmite a palavra oficial do EB sobre assuntos de interesse do público interno, sendo produzido com base em fatos concretos e confirmados; 4) *Homepage do Exército*, endereço eletrônico da Força com enorme potencial (em outubro de 2000 atingiu mais de um milhão de acessos)⁸; 5) *Exército Brasileiro em Revista*; 6) *Recrutinha*, revista destinada a público infantil interno e externo; 7) *Rádio Verde-Oliva FM*. O CComSEx, por intermédio da Seção de produção e Divulgação, produz também filmetes de propaganda institucional para divulgação em televisão (semana do soldado, admissão às escolas militares, incorporação do novo contingente de recrutas, etc).

Todos esses meios nos servem para uma ampla gama de material a ser pesquisado. Vejamos rapidamente, por exemplo, o caso dos filmetes institucionais. Esses filmetes “de qualidade reconhecida e de interesses gerais” são produzidos pelo CcomSex com a principal finalidade de divulgar as atividades do Exército Brasileiro (como os filmes relativos ao Programa Fome Zero, Missões de Paz, operações e exercícios, campanhas de saúde, trânsito e meio ambiente). Alguns deles trazem também homenagens (como é o caso dos filmes do Dia do Exército, Dia do Soldado, FEB), e outros ainda se dedicam à convocação do Serviço Militar Obrigatório.

Os filmetes institucionais além de estarem disponíveis no site do EB também são veiculados na televisão, parte deles são expostos em *outdoors* e mais recentemente é possível também acessá-los no site do YouTube.⁹ Em todas as propagandas é notória a cisão militar/civil, o “espírito militar” é constantemente ressaltado com jargões e frases de efeito e os soldados são mostrados em geral ativos, disciplinados, respeitosos, altruístas

⁸ Esta *homepage* tem diversas páginas com vários *links*, tais como: “O seu Exército”, “Sala de Imprensa”, “Serviços”, “Novidades”, “Mídias”, “Nossa História”, email, “Ingresse no Exército”, “Fale Conosco” e “Resenhas”. Esta última é uma seção de informação pública onde são elaboradas resenhas diárias contendo as principais notícias de interesse para o EB veiculadas pelos principais veículos da mídia, tais como O Globo, Jornal do Brasil, O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo e Correio Braziliense.

⁹ Aqui é importante ressaltar que muito provavelmente os filmetes foram disponibilizados por terceiros e não pelo próprio exército.

e preocupados com a pátria. Encontra-se também no site do exército o *link* “ingresse no exército”, onde, entre outras coisas, encontramos informações institucionais sobre a formação militar. Da mesma forma que nos filmetes, encontramos nesse *link* pontos de cisão claros entre militares e civis.

Desta maneira, a partir dos dados demonstrados acima fruto de uma pesquisa preliminar, acreditamos que tomar esses veículos da própria "mídia militar" nos parece ser uma boa porta de entrada para entender o universo interno de suas relações com o mundo externo. Em outras palavras: a compreensão das características do mundo militar e das especificidades da sua visão de mundo (isto é o “aqui dentro”) irá ajudar a esclarecer o ponto de vista militar do mundo civil, o “lá fora”.

b) a conexão entre os militares e a mídia: para melhor e para pior

Historicamente a relação das Forças Armadas, em particular o Exército brasileiro (EB), e dos meios de comunicação tem sido tensa e difícil e tem demonstrado desconfiança e receios recíprocos. Se de um lado a mídia se pauta por um histórico de interferência militar realizada em períodos autoritários¹⁰, de outro lado é freqüente observarmos "falas militares" apontando para uma "eterna insuficiência" da visão da imprensa sobre seus problemas. Vejamos, através de alguns exemplos pontuais, como os militares tomam o problema.

De acordo com o Almirante Mário C. Flores geralmente, em tempos de guerra, se complica o conflito entre a independência informativa dos meios de comunicação e as garantias constitucionais da liberdade de imprensa, e dos intentos das FFAA de controlar a informação: um excesso de informação divulgada por parte da imprensa pode atentar de uma maneira importante contra a necessária reserva e surpresa que requerem os planos militares.

Concomitantemente, segundo Ferrarezi (Cel. Art. do EB), o poder político numa democracia subordina o poder militar e interesses de ordem política, diplomática,

¹⁰ Nesse sentido, o jornalista uruguaio Yuri Gramajo – especializado em temas de Segurança e Defesa – aponta a existência de uma mesma tendência encontrada em muitos países da América Latina com passados recentes de governo de exceção: a atitude assumida pelos jornalistas e pelos militares de uma notória indiferença e desconfiança de uns para com os outros. Os poucos jornalistas que se interessaram pelo tema militar muitas vezes revelam que os militares deixam transparecer somente aquilo que lhes convém e escondem toda informação que possa causar algum dano à instituição. Destaca também que assuntos relacionados à caserna “não vendem, a não ser que haja problemas [de ordem de Defesa Nacional], aí sim os militares são notícia”.(GRAMAJO, 2002: 5).

econômica e militar condicionam ou até determinam objetivos fundamentais dos Estados durante situações críticas, e podem ser afetados pelo fluxo das informações veiculadas pela mídia. De acordo com Ferrarezi, todos os governos utilizam o “segredo” para a proteção de esquemas e estruturas que fazem parte da segurança nacional, particularmente quando essa proteção envolve a preparação e a ativação de Operações Militares (OP); e, no caso específico do Brasil, onde a iminência de guerra é baixa, é possível se pensar a conexão militares/mídia em termos de OPs organizadas dentro do país. No entanto, ao se falar de mídia é necessário entender o que ela hoje representa, e ao mesmo tempo, vislumbrar o seu emprego em convergência com os interesses das Forças Armadas pois “a cada ano que passa mais se nota a importância da mídia e do seu poder de manipular ‘mentes e vontades’” (FERRAREZI, 1997, p. 8).

Em 2002 a Escola de Guerra Naval organizou um simpósio intitulado “O Relacionamento da Instituição com a Imprensa”, onde as FFAA brasileiras parecem demonstrar sua constante preocupação em manter não apenas um bom relacionamento com a mídia, mas também, em cultivar uma boa imagem para a sociedade civil.¹¹ De acordo com Luiz Edmundo Bittencourt (Vice-Almirante da Marinha brasileira) este simpósio tinha como objetivos:

“mostrar como o bom desempenho em entrevistas pode afastar ameaças de crise ou minimizar os seus efeitos e produzir oportunidades para reforçar a imagem da Instituição; mostrar como funcionam os veículos de comunicação, como trabalham os jornalistas e como a Instituição pode tirar o máximo proveito desse conhecimento, seja qual for à circunstância; e oferecer ‘dicas’ para as entrevistas à Imprensa (mídia impressa e eletrônica)” (BITTENCOURT, 2003, p. 55).

Os pontos considerados no simpósio com respeito ao relacionamento de instituições com a imprensa eram: a Instituição Militar e a imprensa; premissas para o bom relacionamento com a imprensa; dicas para um bom relacionamento com a imprensa no dia-a-dia; idem, na crise; dicas para entrevista na TV: a roupa, para onde olhar, combinar a entrevista, tempo, linguagem, números, equipamentos, revisão, entendimento, temas polêmicos ou negativos.

¹¹ Recentemente (de 24 a 28 de abril de 2006) o EB, através do Centro de Comunicação Social do Exército CCOMSEX), promoveu no Centro de Estudos de Pessoal, um fórum de discussão com os objetivos de ampliar a integração entre os membros do Sistema de Comunicação Social do Exército, compartilhar conhecimentos no campo da Comunicação Social e discutir aspectos dos trabalhos diários. O título do fórum foi: “SISCOMSEX 25 anos cuidando da imagem Institucional da Força”. Fonte: www.exercito.gov.br

Para os militares, a imprensa se define como um negócio empresarial, cujo objetivo único é o lucro e os jornalistas são profissionais imediatistas, que vivem à procura de informações que causem grande impacto e que, preferencialmente, lhes sejam exclusivas. De acordo com o Maj. Inf. Eduardo Paiva Maurmann, os jornalistas vivem num ambiente profissional de intensa concorrência e de instabilidade, exploram os resquícios e os ressentimentos da parcela da sociedade civil quanto ao período dos governos militares, bem como o ambiente da sociedade civil de questionamento das instituições militares.

“Na procura da notícia, fazem de tudo para obtê-la, se não as conseguem publicam o que têm. Às vezes, não detêm conhecimento profundo sobre o assunto ou a fonte geradora da notícia também desconhece, limitando-se a especular sobre os fatos. Desconhecem o Exército e a profissão militar. Quando elaboram as reportagens o fazem com estereótipos e preconceitos adquiridos durante suas formações profissionais. Vêem o militar como autoritário, conservador, discreto, reservado, avesso a declarações, em síntese, hostil à imprensa. E tendem a perceber as coisas sempre da mesma forma” (MAURMANN, 2001, p. 41).

Segundo ele, a baixa remuneração, a grande instabilidade no emprego e o trabalho profissional levado a atender ao perfil da editoração do seu veículo jornalístico geram tensões, especialmente quanto à possibilidade de demissão, devido à não obtenção de matéria determinada em pauta, por isso o repórter procura fontes secundárias, nem sempre confiáveis, e, na maioria das vezes, de cunho eminentemente especulativo.

“A predisposição para agir preconceituosamente em relação ao Exército, a resistência às mudanças de opinião e a agressividade para com a autoridade constituída são atitudes comuns de jornalistas, que os levam a: procurar as contradições da autoridade em seus depoimentos; jogar com os depoimentos de diferentes autoridades de diferentes áreas em busca de possíveis atritos; e focalizar gestos, cacoetes ou fotografar as autoridades em situações inusitadas, com as quais venham a ser expostas ao ridículo” (Ibid. p. 42).

Ainda de acordo com a visão militar, até o final dos anos 70 a imprensa brasileira dedicava grande espaço para a cobertura dos temas militares; conforme os governos militares tornaram-se coisa do passado, a imprensa, numa espécie de ressaca, praticamente virou as costas para os militares – desta tentativa de transformar os militares

em bode expiatório, destaca-se um “plano de desmoralização das FFAA” (DÖRING, 1992). Nos últimos anos, uma conjunção específica de fatores internos e externos parece colocar o aparelho militar numa posição bem mais vulnerável quanto à sua capacidade de mobilizar recursos e de sensibilizar a opinião pública, o Parlamento e, principalmente, os meios de comunicação para seus objetivos e projetos. Como notou um estudioso do tema, os militares são “vistos com desconfiança por parte significativa da população em razão da lembrança do passado recente e estão submetidos à intensa pressão internacional e sem uma mudança concreta (...) que justifique sua existência num país premido por toda sorte de necessidades na esfera social” (FERRAREZI, 1997, p. 116).

É curioso notar que, de acordo com a visão militar, a aceitação do antagonismo mútuo entre mídia e as FFAA, juntamente com a busca de similaridade, deve ser buscada como forma de criar um clima de confiança entre os dois possibilitando um maior acesso da mídia a área de operações e uma cobertura mais fiel dos assuntos ligados aos militares. O importante é analisar os fatores que permeiam essa convivência, “procurando estabelecer regras e procedimentos que a tornem mais suave e proveitosa para ambas as partes (...) A mídia será sempre necessária na manobra de qualquer ‘Força’, seja política, econômica, social ou militar, pois ela controla e conduz a opinião pública” (MAURMANN, 2001, p. 45).

Ora, mas o que essa pesquisa pode nos mostrar ao final? Que tomando, em conjunto, tanto a estrutura institucional quanto as representações que os militares fazem da mídia, podemos empreender um maior exercício de sistematização e análise da postura política que esses atores têm efetuado no cenário brasileiro contemporâneo. Entendê-los em momentos de “normalidade democrática” pode significar, inclusive, uma maior compreensão de mecanismos para nós - civis - obscuros de outros períodos.

Bibliografia

Albertini, Lauriani P. **Imprensa e Forças Armadas no Brasil Pós-Guerra Fria**. Dissertação de Mestrado (PPGCSO), CECH, UFSCar, São Carlos, 2006.

AQUINO, Maria Aparecida. **Censura, Imprensa, Estado autoritário (1968-1978)**. Bauru: Edusc, 1999.

BARROS, Alexandre de Souza Costa. **The Brazilian Military: Professional Socialization, Political Performance and State Building**. Chicago: The University of Chicago. Tese de Doutorado, 1978.

- BERGER, Peter & Thomas Luckmann. **A Construção Social da Realidade**. Petrópolis: Vozes, 1978.
- BITTENCOURT, L. E. B. **Relacionamento da Instituição com a Imprensa**. Revista Marítima Brasileira, 2º T/2003.
- CAPELATO, M. H. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo: EDUSP, 1988.
- CARVALHO, José Mauricio de. **Forças Armadas e Política, 1930-1945**. In "A Revolução de 30", seminário realizado pelo CPDOC/FGV. Brasília: UNB, 1983.
- _____. **Forças Armadas e Política no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2000.
- CASTRO, C. **O Espírito Militar: um estudo de antropologia social na Academia Militar de Agulhas Negras**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990.
- _____. **Os Militares e a República**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.
- _____. **Os Militares e os Outros – Amazônia, defesa nacional e identidades sociais**. XXVII Encontro Nacional da ANPOCS. Minas Gerais, 2003.
- _____. **Nova História Militar Brasileira**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.
- CASTRO & D'ÁRAUJO (org). **Militares e política na Nova República**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2001
- _____. **Democracia e Forças Armadas no Cone Sul**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2000.
- COELHO, Edmundo Campos. **Em busca de identidade: o Exército e a política na sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1980.
- _____. **A Instituição Militar no Brasil: um ensaio bibliográfico**. BIB 19, primeiro semestre, 1985.
- DIMENSTEIN, Gilberto. **As Armadilhas do Poder – Bastidores da Imprensa**. São Paulo: Summus Editorial, 1990.
- DOORN, Jacques van. **The Soldier and Social Change**. Beverly Hills e Londres: Sage, 1975.
- DÖRING, Luiz Sanctos. Separata. Biblioteca do Senado. s/d
- DORNSBUCH, Sanford M. **The Military academy as na assimilating institution**. Social Forces XXXIII, mai, 1995.
- DUARTE, Celina R. **"Imprensa e democratização no Brasil"**, In: *Dados*, 26(2): 181-195, 1983.
- FERRAREZI, R. J. **A manobra da mídia – uma necessidade da Força Terrestre**. Rio de Janeiro: ECEME, 1997. 45f.
- FLORES, M. C. **Bases para uma Política Militar**. Campinas: Ed. Da Unicamp, 1992.
- FRANZINI, Fernando. **Relación Prensa-Fuerzas Armadas: varios enfoques para comprender una relación**
- GRAMAJO, Yuri. **Periodistas y Militares: Necesidades y desconfianzas mutuas**, In: **Research and Education in Defense and Security Studies**. Brasília, 2002.
- HUNTER, Wendy. **Eroding military influence in Brazil: politicians against soldiers**. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 1997.
- HUNTINGTON, Samuel P. **O Soldado e o Estado: teoria e política das relações entre civis e militares**. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército Editora, 1996.

- JANOWITZ, Morris. **O soldado profissional: estudo social e político**. Rio de Janeiro: Edições GRD, 1967.
- LEIRNER, P. C. **Meia-Volta Volver: um estudo antropológico sobre a hierarquia militar**. Rio de Janeiro: FGV/Fapesp, 1997.
- _____. **O Sistema da Guerra: uma leitura antropológica dos exércitos modernos**. Tese de Doutorado, FFLCH, USP, São Paulo, 2001.
- LOVEJOY, J. K. **Aperfeiçoando as Relações com a Mídia**. In: *Military Review – Brazilian*, 1st. Quarter/2003.
- MARTINS FILHO, João Roberto. **O Debate sobre a Função das Forças Armadas no Brasil Pós-Guerra Fria**. In: *Encontro Nacional de Estudos Estratégicos – Universidade de São Paulo*, 2., São Paulo, 1995a.
- MARTINS FILHO, J. R. & ZIRKER, D. **The Brazilian Military and The New World Order**. In: *Journal of Political and Military Sociology*, 24 (Summer), 31-35, 1996.
- _____. **The Brazilain Armed Forces After Cold War: overcoming the identify crisis**. In: *LASA International Congress*. Chicago: mimeo, September, 1998.
- MASLAND, John & Lawrence Radway. **Soldiers and scholars: military education and national policy**. Princeton: Princeton UP, 1957.
- MAURMANN, E. P. **Relacionamento do Exército Brasileiro com o público externo e a mídia em operações de garantia da Lei e da Ordem**. Rio de Janeiro: ECEME, 2001.
- MOLINA FLORES, Alberto. **Los Médios de Comunicación Social y las**
- PERY COTTA, Calandra. **O sufoco da imprensa nos anos de chumbo**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.
- SODRÉ, N. W. **História Militar do Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.
- _____. **História da Imprensa do Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.
- STEPAN, Alfred. **Os militares na política**. Rio de Janeiro: Artenova, 1975.
- _____. **Os Militares: da abertura a Nova República**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- TEIXEIRA, M. A. **Fuerzas Armadas, Sociedad u Política de Defensa em Brasil**. In: *Seminário Hacia las Fuerzas Armadas Del año 2000*. Buenos Aires: mimeo, marzo, 1994.
- VIDICH, Artor & Stein, Moarice. **The dissolved identity in military life**. In A. J. Vidich, M. R. Stein & D. M. White (orgs.). *Identuty and Anxiety*. Nova York/Londres, Free press of Gleonce/Collier-MacMillan, 1960.
- VIEIRA, G. **A Missão Constitucional das Forças Armadas**. In: *A Defesa Nacional*, 760, 9-17, (abr/jun), 1993.
- _____. **Orientação para Tratamento de Temas Sensíveis**. Ministério do Exército, Estado-Maior do Exército, 5ª Subchefia – Assuntos Especiais. Brasília, 1997.