



SÉRGIO LUIZ CRUZ AGUILAR  
ANNELISE FAUSTINO DA COSTA

## A UTILIZAÇÃO DA MÍDIA NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA PAZ NO HAITI

Artigo apresentado ao **Grupo de Trabalho de Comunicação institucional e imagem pública** no V Congresso da Compolítica, realizado em Curitiba/PR, entre os dias 8 e 10 de maio de 2013.

ISSN 2236-6490

MAIO 2013

# A UTILIZAÇÃO DA MÍDIA NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA PAZ DO HAITI<sup>1</sup>

Sérgio Luiz Cruz Aguilar<sup>2</sup>

sergioaguilar@marilia.unesp.br

Annelise Faustino da Costa<sup>3</sup>

annel\_ise@hotmail.com

UNESP – Campus de Marília / SP

Financiamento: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP)-

Bolsa de Iniciação Científica

---

<sup>1</sup> Pesquisa realizada no âmbito do Grupo de Estudos e Pesquisa sobre Conflitos Internacionais (GEPCI) da UNESP – Campus de Marília / SP.

<sup>2</sup> Doutor em História. Professor Assistente Doutor do Departamento de Sociologia e Antropologia da UNESP – Campus de Marília – SP.

<sup>3</sup> Graduanda do Curso de Ciências Sociais da UNESP – Campus de Marília – SP.

## **Introdução**

Na sociedade atual, cada vez mais globalizada, é visível a influência dos meios de comunicação social sobre o pensamento humano. Esses foram se constituindo ao longo da história, adquirindo cada vez mais importância e funcionalidade nas relações sociais e se tornaram importantes fontes de informação e formação pública.

O Haiti, país mais pobre da América, com uma turbulenta história, necessitou da intervenção da Organização das Nações Unidas (ONU) para tentar reparar seus graves problemas de desestruturação do Estado. A atual operação de paz no país, MINUSTAH, estabelecida em 2004, é uma das 67 operações de paz que a ONU realizou no mundo desde a década de 1940. Enquanto as operações mais antigas lidaram com conflitos entre o Estado e suas forças armadas e, basicamente, tinham a função “de buscar o cessar-fogo, tréguas e armistícios, o patrulhamento de fronteiras e zonas de exclusão militar, o apoio à retirada de tropas e o acompanhamento de negociações para a assinatura de tratados de paz”, os conflitos armados intraestatais se intensificaram no pós Guerra Fria e as missões incorporaram novas funções, atividades e objetivos (AGUILAR, 2012, p. 431).

Deste modo, os mandatos se orientaram para as questões de segurança, direitos humanos, eleições políticas, e auxílio ao governo em diversas atividades, com o objetivo construir a paz, contribuindo efetivamente para a não recorrência do conflito. A construção de paz ocorre por meio de políticas para estabelecimento da segurança e estabilidade, fortalecimento político e dos direitos humanos, sendo que um dos fatores para seu sucesso está no campo da comunicação social. No caso do Haiti, a intervenção da ONU se deu para reparar os graves problemas de desestruturação do Estado, e a missão, que continua em atividades nos dias atuais, teve de planejar estratégias e ações para buscar atingir seus objetivos.

Entendendo a mídia como todos os tipos de mídia impressa (jornais, revistas) e eletrônica (rádio, televisão, internet) e, utilizando bibliografia especializada, documentos das Nações Unidas e relatórios de organizações que atuam no Haiti, o trabalho apresenta como a MINUSTAH faz uso da mídia como um recurso para auxiliar o processo de construção da paz naquele país. Inicialmente, faremos considerações sobre a mídia e seu poder simbólico e apresentaremos Haiti e a MINUSTAH e mídia nas operações de paz realizadas pela ONU. Em seguida, apresentaremos a situação da mídia no Haiti e como a MINUSTAH a utiliza para auxiliar a operação de paz a atingir seus objetivos.

### **Algumas considerações sobre a mídia**

Os meios de comunicação são um importante fator nas relações sociais, na construção e compartilhamento de ideias e atitudes. Ao longo da história obtiveram cada vez mais funcionalidade no cenário social com crescente evolução técnica e das formas de organização, que possibilitaram alcance e formas de uso cada vez maiores pela sociedade.

A mídia tem a capacidade de exprimir a realidade e as diversas expressões culturais humanas e, no cenário atual de globalização, pode ser considerada como o centro norteador das relações humanas. Assim, forma, informa e entretém. A “expressão de nossa cultura funciona principalmente por intermédio dos materiais propiciados pela mídia” (CASTELLS, 2009, p. 422).

A mídia “formata a historicidade que nos atravessa e nos constitui, modelando a identidade histórica” (GREGOLIN, 2007, p. 6) e tem um grande poder de penetrabilidade na estrutura social, podendo ocasionar mudanças nos conceitos tradicionais (THOMPSON, 2002). Por meio dela procuramos entender o mundo em que vivemos, construímos grande parte de nossa ideia sobre os fatos apresentados, interagimos e podemos manifestar nossas opiniões.

Os produtos da mídia são recebidos por indivíduos que estão sempre situados em contextos sócio-históricos específicos. Estes contextos, por vezes, se caracterizam por relações de poder relativamente estáveis e por um acesso diferenciado aos diversos recursos acumulados. Assim, a recepção se dá em contextos estruturados que dependem do poder e dos recursos disponíveis aos receptores em potencial (THOMPSON, 2002, p. 42). Então, as formas de recepção e acesso dos indivíduos mudam conforme o contexto em que se inserem.

Segundo Castells (2009, p. 459), “todas as realidades são comunicadas por intermédio de símbolos. E na comunicação interativa humana, independentemente do meio, todos os símbolos são de certa forma, deslocados em relação ao sentido semântico que lhes são atribuídos”. Assim, os símbolos repassados pelos agentes da mídia são apropriados de alguma forma pelos receptores.

A mídia tem um grande poder na formação da opinião da sociedade, estando na centralidade das relações humanas, reproduzindo informações, tradições, estabelecendo comunicação, entretenimento, dentre outros. “Os meios de comunicação têm uma dimensão simbólica irreduzível: eles se relacionam com a produção, o armazenamento e

a circulação de materiais que são significativos para os indivíduos que os produzem e os recebem” (THOMPSON, 2002, p. 19). Esse significado é tanto para o produtor, o que ele produz normalmente condiz com seus valores e interesses, quanto para o receptor, porque é induzido aos valores da produção que ele tem acesso.

A mídia influencia, sendo um recurso utilizado por “personagens” que buscam controlar a sociedade de alguma forma, exercendo autoridade e poder, para conseguirem seus objetivos. Dessa forma, ao lado dos agentes há “personagens” que tentam manipular as informações de acordo com seus ideais e interesses. Órgãos, instituições, partidos políticos, artistas e diferentes camadas da sociedade constroem uma imagem pública que sustenta o poder de representação desses “personagens” (VIZER, 2007).

Assim, por meio da mídia pode-se manipular simbolicamente a sociedade. Por vezes, um fato é apresentado pela imprensa sem uma investigação sobre outras possíveis explicações. Padronizam-se os fatos que devem ou não ser apresentados, seguindo assim a ordem imposta pelos “personagens”, o gosto do público-alvo e as visões predominantes. Mas essa tentativa de manipulação dos dados simbólicos não é claramente visível.

Segundo Bourdieu (1989, p. 8) esta é uma relação de poder ignorada pelos receptores. “O poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe são sujeitos ou mesmo que o exercem”. Assim, os seres humanos, não teriam plena consciência desse poder simbólico exercido sobre eles, com a ajuda de mediadores estruturados, reproduzidos em um campo de desigualdade social.

A mídia, portanto, como meio de manipulação simbólica, reproduz a ordem social dominante e é um meio de luta pelo poder político. Mas é usada, também, para auxiliar os processos de paz no mundo, sendo um fator fundamental na construção da paz em países assolados por conflitos armados, um recurso valioso em prol das ações de resolução e/ou gerenciamento desses conflitos, como as operações de paz.

Aquilo que se torna visível através da mídia produz segmentações, constrói solidariedades, dissemina projetos ou visões de mundo, catalisa debates, faz deslanchar processos de prestação de contas ou estimula a mobilização cívica. As instituições da mídia conectam diferentes atores, instituições e mundos sociais (MAIA; CASTRO, 2006; p. 27).

A mídia, com o seu significativo poder simbólico, é capaz de influenciar nas relações sociais. Sem um espaço livre para que as ideias se prosperem e repercutam

pode não existir desenvolvimento, diálogo, democracia e paz (FERNANDES; OLIVEIRA; SANTOS, 2013). O desenvolvimento de novas tecnologias de informação e comunicação abre uma série de possibilidades para a interação entre indivíduos e grupos, coordenação de ações políticas entre eles e capacitação da mobilização de um modo bem mais eficaz. Os meios de comunicação assim facilitam as mobilizações sociais. Através deles discursos, atos, avisos, orientações, informações úteis podem se tornar públicos (MAIA; CASTRO, 2006).

Comunicação com as comunidades afetadas de crise é um componente decisivo da resposta humanitária. De terremotos a conflitos armados, a sobrevivência humana pode depender de saber as respostas a algumas perguntas essenciais: Qual é a extensão do dano? É seguro voltar para casa? Onde posso obter água limpa? (PARTICIPATION..., 2013, tradução nossa).

## **Haiti e a MINUSTAH**

O Haiti foi a primeira república negra independente do mundo e a segunda nação a se tornar independente na América. Mas sua história foi permeada por violência e intervenções estrangeiras, como por exemplo, a dos EUA no país por 19 anos no início do século XX. A saída dos norte-americanos resultou em mais de duas décadas de violência interna, golpes e contragolpes até a “Ditadura dos Duvaliers”, iniciada em 1957 e encerrada apenas em 1986. Esse período teve dois governantes, François Duvalier (conhecido como “Papa Doc”) e seu filho Jean-Claude Duvalier (conhecido como “Baby Doc”), e foi marcado por uma intensa repressão aos opositores. Os acontecimentos históricos, o duvalierismo, a violência como característica da sociedade, a influência de outros países, foram responsáveis pela desestruturação do Estado (VERENHITACH, 2008). Os problemas sociais, econômicos e políticos permaneceram gerando problemas de segurança. Em decorrência, a ONU e Organização dos Estados Americanos (OEA) estabeleceram várias operações de paz, iniciadas na década de 1990, mas que não resolveram os graves problemas estruturais do país.

Em 1990, com o auxílio da ONU, as eleições presidenciais resultaram na eleição do padre Jean-Bertrand Aristide. Meses depois, foi deposto por um golpe militar, e em 1994 novamente com o auxílio das Nações Unidas voltou ao poder. Permaneceu até 1996, quando René Preval se elegeu e conduziu um governo discreto, menos turbulento que de seu antecessor (BRIGAGÃO, 2007). Aristide foi reeleito novamente em 2000, num processo eleitoral questionado pelos opositores. Em 2003, uma nova instabilidade política, econômica, e social resultou numa grave onda de violência por todo o país que

culminou com a saída e o exílio de Aristide, no início de 2004. Como o país não tinha condições de restaurar a segurança, a pedido presidente da Suprema Corte, Boniface Alexandre, que assumiu o governo, a ONU instituiu uma missão de paz denominada Missão de Estabilização das Nações Unidas no Haiti (MINUSTAH).

Estabelecida pela Resolução 1542 do Conselho de Segurança, a MINUSTAH tinha como objetivos: apoiar o governo de transição a fim de garantir ambiente seguro e estável no Haiti, permitindo desenvolvimento do processo político e constitucional; auxiliar o governo de transição na supervisão, reforma e reestruturação da polícia nacional haitiana; contribuir para o restabelecimento e manutenção do estado de direito; apoiar o processo político democrático e o desenvolvimento institucional; auxiliar o governo com apoio técnico, logístico e administrativo na organização, supervisão e execução de eleições livres, justas e representativas; implantar medidas com o fim de proteção dos direitos humanos (NACIONES UNIDAS, 2004).

Após quase seis anos no país, a tragédia do terremoto em 2010 fez com que a ONU aumentasse o efetivo da MINUSTAH e incorporasse a assistência humanitária ao seu mandato por meio da Resolução 1908, que priorizou os esforços de recuperação, reconstrução e estabilidade do país (NACIONES UNIDAS, 2010).

A missão de paz era necessária para o país economicamente devastado, desprovido de instituições públicas funcionais e de qualquer tradição pacífica de governo.

Para uma Missão de Paz, a situação no Haiti é extremamente delicada, visto que os pólos de poder são maximalistas, os métodos políticos são extremamente violentos, não há Estado no Haiti e, sobretudo, há a percepção de que tudo o que vem de fora não é bom e contraria os interesses nacionais (REUNIÃO DE ESTUDOS..., 2005, p. 56).

### **A mídia nas operações de construção da paz**

Apesar da ONU desdobrar operações de paz desde a década de 1940, o tratamento conceitual das operações de paz só se iniciou na década de 1990.<sup>4</sup> A ONU passou a trabalhar com cinco categorias de operações de paz: prevenção do conflito, promoção da paz, manutenção da paz, imposição da paz e construção da paz.

---

<sup>4</sup> A conceituação se deu a partir dos documentos “Uma Agenda para a Paz”, de 17 de junho de 1992, e seu “Suplemento”, de 3 de janeiro de 1995, ambos do então Secretário-Geral Boutros Boutros-Ghali. Outros documentos posteriores importantes são o Relatório Brahimi (2000), Um mundo mais seguro: nossa responsabilidade comum (2004) e Em maior Liberdade: desenvolvimento, segurança e direitos humanos para todos (2005).

A prevenção do conflito (*preventive diplomacy*) implica na aplicação de medidas estruturais ou diplomáticas de modo a evitar que as tensões dentro dos Estados ou entre Estados se transformem em conflitos armados. A promoção da paz (*peace making*) inclui medidas após o início do conflito que visam a levar as partes à negociação de acordos. A manutenção da paz (*peace keeping*) é a técnica destinada a preservar a paz, ainda que frágil, quando o conflito foi iniciado e auxiliar na implementação os acordos obtidos (cessar-fogo, separação de forças, etc.). A imposição da paz (*peace enforcement*) envolve a aplicação, com autorização do CS, de medidas coercitivas, incluindo o uso de forças militares. A construção da paz (*peace building*) envolve medidas com o objetivo de reduzir o risco do retorno do conflito por meio do fortalecimento das capacidades nacionais em todos os níveis para o manejo do conflito e a construção da paz e do desenvolvimento sustentáveis (ONU, 2008).

A construção da paz é um processo longo, profundo e complexo que envolve atuar nas causas do conflito violento de uma maneira mais abrangente e, em consequência, nos assuntos que afetam o funcionamento da sociedade e do Estado, de modo a fortalecer sua capacidade de efetivamente e legitimamente cumprir com suas obrigações principais (ONU, 2008).

As ações de construção da paz podem se dar no âmbito ou na sequência de outro tipo de operação, normalmente de manutenção da paz. Sendo o objetivo principal o de evitar a recorrência do conflito, as ações são desenvolvidas por programas em áreas críticas como: restauração da habilidade do Estado em prover segurança e manter a ordem pública, fortalecimento do estado de direito e do respeito aos direitos humanos, apoio à emergência de instituições políticas legítimas e a processos participativos, e promoção da recuperação social e econômica e do desenvolvimento, que inclui o retorno seguro e o reassentamento de desalojados e refugiados (ONU, 2008). Como essas áreas se inter-relacionam, o mesmo acontece com as atividades críticas a serem executadas.<sup>5</sup>

Nesse processo, a potencialidade cada vez mais reconhecida da mídia, ganha importância como um instrumento de promoção de paz.

Nas situações de conflitos, zonas de pós-conflitos e regiões em crise, a mídia tem se tornado ator central na promoção da informação livre, independente e plural. Por meio do trabalho de garantir a liberdade de expressão, defender a

---

<sup>5</sup> Sobre as mudanças nas operações a partir da década de 1990 e a situação atual ver GUTTRY, 2012, p. 97 – 124.



liberdade de imprensa, divulgar informações livres plurais, fortalecer o jornalismo profissional, fiscalizar acordos de cessar fogo, apoiar acordos de paz, e principalmente, cooperando com a difusão de conhecimento, a mídia contribui significativamente para o processo de reconstrução e reconciliação (FERNANDES; OLIVEIRA; SANTOS, 2013, p. 420).

Contudo, para que a mídia tenha uma real contribuição para o processo, deve agir de forma independente de pressões políticas ou econômicas (FERNANDES; OLIVEIRA; SANTOS, 2013, p. 412), ser livre, independente e plural.

Nas sociedades que passam por conflito violento o papel da mídia se dá numa perspectiva de curto e médio prazo, ou a longo prazo. Enquanto na primeira há iniciativas mais imediatas, a segunda implica em atividades mais longas de desenvolvimento do setor.

Durante o conflito, o papel da mídia está relacionada com atividades de fornecer notícias não-partidárias, reportar e analisar o contexto do conflito e seus fatores e apresentar diferentes pontos de vista e opiniões sobre ele. Na perspectiva de longo prazo, o desenvolvimento da mídia está ligado a questão da democracia. Suas principais funções seriam fazer fluir livremente informações, a partir das quais os cidadãos possam fazer suas escolhas, e atuar como vigia das ações do governo (SPURK, 2002).

Quando o conflito está em andamento, as necessidades de intervenções na mídia variam de acordo com a intensidade e o nível de violência. Na fase aguda do conflito, a informação, além das ações que se desenrolam em relação às atividades bélicas, há necessidade de informação humanitária para os grupos vulneráveis (refugiados, deslocados, etc.). Se a mídia local é altamente regulada pelas partes envolvidas, a operação de paz deve assegurar informações precisas, equilibradas, não-partidárias. Quando a violência é de baixa intensidade, abre-se espaço para maior intensidade de notícias mais direcionadas sobre o conflito, em nível local, incluindo temas como suas causas, reconciliação, compreensão étnica, etc. Nesta fase, abre espaço para que se inicie o monitoramento e o apoio à mídia local, incluindo o fornecimento de equipamentos, treinamento de profissionais e produção de programas (SPURK, 2002).

Na fase pós-conflito, a construção da paz se caracteriza pela implementação de acordos de paz, reconstrução, ampliação da infra-estrutura e da sociedade civil, dentre outras. As ações no campo da mídia devem ser direcionadas para seu fortalecimento, a construção de uma mídia plural e o estabelecimento de marcos regulatórios para o setor.

Abrangem, assim, um vasto campo de atividades, incluindo a intensificação do apoio à prestação de informações humanitárias, fornecimento de rádios, criação e

produção de notícias, instalação de transmissores, apoio a programas sobre saúde e alimentação e atividades das organizações de ajuda. Deve, também, ser intensificado o apoio aos serviços de comunicação independentes, não-partidários, incluindo, se necessário, o apoio para a inserção de novos atores locais de mídia, o financiando novas emissoras locais, aumento da capacidade técnica para que a mídia atinja novas regiões do país e para que emissoras internacionais sejam retransmitidas ou utilizadas localmente.

O desenvolvimento da capacidade de mídia local está relacionada com a formação de profissionais independentes. A construção da paz implica na produção de programas especializados que permitam a construção da confiança, promoção do diálogo e facilitem a comunicação entre os ouvintes. Assim, vão auxiliar o convívio inter-étnico ou trans-fronteiriço, a realização de eleições livres, a revisão e/ou estabelecimento da legislação voltada para o estado de direito que incluem, também, os marcos regulatórios da mídia e a criação de associações, a implementação de políticas sociais, o combate a corrupção, dentre outros.

### **A situação da mídia no Haiti**

A mídia apareceu pela primeira vez no país em 1724 com um jornal do francês Joseph Payen, publicado com autorização da França. Em 1764 surgiu uma nova publicação semanal, *Diário de Saint-Domingue*, editado pelo francês Antonio Meire. A partir de 1789, a liberdade de imprensa foi ampliada no país, e novos jornais foram editados. O diário *Politique et Commerciale d'Haïti*, criado em 1804, foi a primeira publicação do país independente (MEDIA..., 2013).

Entre 1915 e 1934, durante a ocupação americana, foram adotadas leis para regulamentar o setor da comunicação, as quais restringiram a liberdade de imprensa, resultando na prisão de jornalistas mais “transparentes”. Em 1930, surgiu a mídia de radiodifusão, uma grande alternativa para um país onde a maioria das pessoas era analfabeta. A partir daí a mídia de impressão foi quase abandonada (MEDIA..., 2013).

No período de 29 anos da Ditadura dos Duvaliers (1957-1986), houve uma grande violação da liberdade de imprensa que fez com que muitos jornalistas fossem para o exílio (MEDIA..., 2013). Nos “regimes militares que se seguiram, espancamentos e assassinatos foram onipresentes ameaças de qualquer setor da mídia que ousou desafiar o status quo” (ARTHUR, 2013, tradução nossa). Nesse período implantou-se

também a televisão, que apesar de desempenhar um papel crescente entre os meios de comunicação haitianos, até hoje é acessível apenas para a população de maior renda.

Desde 1986 o setor da imprensa experimentou constantes mudanças. Em geral, “o aumento da liberdade de expressão e uma ausência de censura ou controle formal do governo caracterizou o período pós-Duvalier” (HAITI..., 2013, tradução nossa).

A constituição decretada em 1987, e atualizada no ano de 2002, garantiu a todos os haitianos o direito de livre expressão sobre todos os assuntos, perante todos os meios, e o livre exercício da atividade jornalística com o dever de verificar a autenticidade e precisão das informações (PRESS REFERENCE, 2013). As licenças estatais para as emissoras de rádio e TV são emitidas pelo Conselho Nacional das Telecomunicações (CONATEL), que as aprova mediante considerações técnicas e pagamento de taxa, mas não regula o conteúdo da emissora (INFOASID, 2012).

Contudo, os jornalistas haitianos não dispunham de total liberdade de expressão em termos práticos. Um caso expressivo foi o assassinato de Jean Dominique no ano de 2000, jornalista proeminente de uma rádio, democrata e ativista dos direitos humanos. Isso representou um duro golpe para o setor no país já que ele havia sido uma figura representativa na defesa de mudanças ao longo de quatro décadas. Sua rádio foi a primeira a transmitir na língua *créole* direcionava-se para todos os públicos, inclusive à grande parte da população pobre haitiana (PRESS REFERENCE, 2013).

“O caso do assassinato de Jean- Dominique levou ao questionamento generalizado da situação dos direitos humanos no Haiti, mesmo sete anos após a restauração do governo democrático [...]”. A investigação realizada encontrou barreiras nas instituições policiais e judiciais e no enfrentamento de partidos responsáveis pela violência política. Do ponto de vista jornalístico, isso se refletiu nas graves ameaças que os profissionais da mídia sofreram por dois anos após este episódio, o que os fez modificar sua forma de trabalho de transmissão de informação (PRESS REFERENCE, 2013, tradução nossa).

No início do século XXI, jornalistas no Haiti tiveram bons motivos para temer por suas vidas. Embora o presidente Aristide disse que faria tudo em seu poder para ter certeza de que direitos seriam dados à imprensa e à Constituição, ele não estava disposto ou capaz de seguir com essa promessa.[...] Quando um dos maiores nomes do país no jornalismo pode ser morto a tiros em frente a sua própria estação de rádio, e quando o governo no melhor cenário é lento para investigar e, no pior caso, na verdade, impede a investigação e permite que o assassino ou os assassinos para ir livre, não é preciso muito para chegar à conclusão de que uma imprensa livre no Haiti ainda estava muito longe (PRESS REFERENCE, 2013, tradução nossa).

Pode se atribuir então a falta de liberdade de imprensa à turbulência política do país. Quando da saída de Aristide do poder, em 2004, a posição do Haiti em uma pesquisa com 177 países no quesito de Índice de Liberdade de Imprensa<sup>6</sup>, era 125. Rene Prével governou o país de 2006 a 2011, e conseguiu deixar o país em 52º lugar neste índice, uma significativa melhora nesse quesito durante seu governo (DH Staff, 2013).

Há três tipos de mídia na atualidade. A mídia comunitária, a estatal e a comercial. A primeira tem como intuito garantir um espaço de participação de todas as parcelas da sociedade e geralmente é mantida por meio de doações. A segunda é mantida por meio do poder público, podendo muitas vezes mostrar apenas uma “face” dos problemas. A terceira é composta por grupos empresariais e mantém-se com publicidade, por isso, muitas vezes não é neutra pela necessidade de manter relação com os “poderosos” que a apoiam. No país em análise predomina-se a de tipo comercial e sua neutralidade não é geralmente mantida, pelo fator do relacionamento com pessoas de poder.

No Haiti, assim como em muitos países em desenvolvimento, o rádio atinge o maior público e é o meio mais popular de notícias e informações por ser um meio de fácil compartilhamento, baixo custo e com serventia para analfabetos (NELSON; SIGAL; ZAMBRANO, 2010). Uma pesquisa feita com 4.907 pessoas do país revelou que 96% dessas ouviam rádio todos os dias, 83,7% disseram ser sua fonte preferida de informação, e 58,8% considerava esse meio o mais confiável. Há 375 estações de rádio operando no país, 56 delas, em Porto Príncipe, a capital haitiana, transmitindo principalmente na língua *créole*, e uma pequena parte na língua francesa (INFOASAID, 2012).

As estações de rádio privadas dominam o meio, sendo algumas de base comercial e outras operadas por ONGs e organizações religiosas. Duas grandes falhas que as estações apresentam são os frequentes relatos sobre a política a partir da perspectiva da elite governamental, e a falta de empenho na edição de entrevistas fazendo com que os discursos sejam longos e não deem informação clara, concisa e essencial para os ouvintes (INFOASAID, 2012).

Há no Haiti cinco principais estações de rádio. A Caraïbes FM é a estação mais popular, atingindo 23% do público e tem sua programação retransmitida para outras

---

<sup>6</sup> Feita anualmente pela ONG Repórteres Sem Fronteiras.

rádios do interior, sem controle formal. A Rádio Ginen é uma estação comercial com sede na capital e com redes de estações retransmissoras no interior, com bons equipamentos e com frequência habitual de transmissão de programas patrocinados por organizações humanitárias. A Rádio Lumière é uma estação dirigida pela influente Igreja Batista e cobre 94% do país. A Vision 2000 é uma estação comercial com boa reputação em assuntos de notícias, considerada politicamente independente e, frequentemente, vende tempo de transmissão para organizações humanitárias. A Radio Nationale d'Haiti (RNH), emissora estatal controlada pelo Ministério das Comunicações, é considerada a rádio porta-voz do governo e faz parte da Rede Radio Télévision National d'Haïti (RTNH), que contempla as emissoras de rádio e televisão que se dedicam à assuntos correntes da política (INFOASID, 2012).

Embora não tão desenvolvida, a televisão é o segundo meio mais confiável de informações no país, mas atinge pessoas com bom poder aquisitivo, concentradas nas principais cidades. De acordo com a pesquisa da instituição Internews, apenas um terço da população tem acesso à televisão. Isso se deve à pobreza extrema e à falta de acesso a energia elétrica que, no ano de 2012, foi fornecida entre seis e sete horas por dia na maior parte do país. Assim, somente as pessoas que possuem fonte independente de energia têm a capacidade de assistir a televisão com regularidade (INFOASID, 2012).

Foram contabilizadas 60 estações de televisão no Haiti em 2012, pequenas e com a maior parte da programação de filmes e programas retirados de outros canais estrangeiros sem autorização. A língua predominante nas exibições é a francesa e há quatro canais mais populares. O Télé Caraïbes é um canal de mesma propriedade da estação de rádio Caraïbes FM, transmite na capital e é retransmitida no interior por estações locais, sem autorização. O Télé Ginen, além de transmitir na capital, tem suas estações próprias no interior, possui estúdios modernos e tem uma programação variada, sendo metade de sua programação de produção própria. O Télévision Nationale d'Haïti é estatal, bem popular, faz parte do RNTN e abrange atividades políticas, notícias e documentários, sendo um grande instrumento de propaganda do governo. O Télé Métropole, de mesma propriedade da Rádio Métropole, transmite diretamente para a capital a um público mais influente, segue linha editorial independente e, por vezes, confronta-se com o governo (INFOASID, 2012).

Os jornais do país circulam somente na língua francesa e são acessíveis apenas às pessoas com alto poder aquisitivo, já que apenas metade da população adulta é alfabetizada. Apesar de não chegar às pessoas mais pobres, é considerado um meio

influyente em decisões do país. “Muitas das notícias que os jornais publicam atingem o público haitiano indiretamente, através de outros meios de comunicação. As estações de rádio com frequência pegam artigos de jornal como fonte de material para seus boletins de notícias na língua créole” (INFOASAID, 2012, p.116, tradução nossa). Os dois principais jornais publicados no país são Le Matin e Le Nouvelliste. O primeiro foi fundado em 1907 como jornal diário e, posteriormente, se transformou em edições semanais, sendo considerado expressão do conservadorismo burguês do Haiti, apesar de afirmar ter uma posição política centralista. O segundo é o único jornal diário do país, fundado em 1898, com uma boa reputação, fortes anúncios de publicidade e politicamente independente (INFOASAID, 2012).

A mídia online no país não é muito desenvolvida. Em 2010, apenas 8,4% da população haitiana tinha acesso à internet e, em 2011, apenas 3% dos haitianos possuía um computador em casa em razão do preço abusivo no comércio. Para ter acesso, os haitianos utilizam *cyber café*, com o objetivo maior de manter contato com amigos e familiares e pouco para obter notícias e informações. Há oito provedores da internet, mas as condições meteorológicas adversas do país prejudicam as conexões de alta velocidade que funcionam com interrupções (INFOASAID, 2012).

Há no Haiti quatro principais associações de mídia. A *Association des Journalistes Haïtiens* (AJH), fundada em 1954, defende a mídia livre, realiza ações contra ataques e ameaças aos profissionais, acionando a justiça quando necessário, forma jornalistas e recebe apoio financeiro de associações internacionais que apoiam o desenvolvimento da mídia. Muitos jornalistas dizem não participar desta organização em razão de seus líderes buscarem mais benefício pessoal que o fortalecimento da profissão (INFOASAID, 2012).

A *Association Nationale de Médias Haïtiens* (ANMH) tem forte posição nos debates públicos e desentendeu-se com o presidente Aristide em 2004, antes de sua saída ao exílio, em meio à crescente violência política (INFOASAID, 2012).

A *Association des Médias Indépendants d’Haïti* (AMIH), foi criada em 2005 por organizações midiáticas que estavam insatisfeitas com a oposição à Aristide montado pela ANMH. Em 2011 houve uma aproximação entre ambas e passaram a agir em conjunto (INFOASAID, 2012).

A *Sosyete Animasyon Kominikasyon Sosyal* (SAKS), fundada em 1991, é uma ONG local que dá suporte e representa o movimento das mídias comunitárias haitianas. Auxiliou na criação de 20 rádios desse tipo no país e elaborou um projeto de lei com o

objetivo de proteção das rádios comunitárias que foi apresentado ao parlamento, resultando na adoção do primeiro código de conduta com definição dos deveres e direitos dos meios de comunicação pelas associações haitianas. Mas, na prática, o código não está sendo cumprido devidamente, já que não há uma organização encarregada de fazer respeitar as normas (INFOASAID, 2012).

Os jornalistas não são muito valorizados no país, recebem salários baixos e, por isso, muitas vezes aceitam subornos e incentivos de indivíduos e organizações para produzir notícias a seu favor. Além disso, o país carece de uma boa escola de jornalismo.

Há grandes desafios para o progresso da mídia haitiana. É complicado sustentar esse setor em um país fraco econômica e politicamente, sem cursos adequados de jornalismo, com uma grande taxa de analfabetismo, racionamento de energia elétrica e baixo nível de segurança (MEDIA..., 2013). Dessa forma, a mídia haitiana é predominantemente aberta, mas ainda carece de exercer suas atividades com liberdade, sem riscos, ameaças, pressões ou quaisquer restrições.

A mídia é uma ferramenta delicada, que para gerar sucesso na atividade prevista tem de se conduzir de forma organizada. Para gerar resultados no processo de construção de paz deve-se adequar a forma, design e conteúdo de acordo com as condições culturais, políticas, territoriais, etc. do local (SPURK, 2002, p. 38). Como já visto, a recepção é uma atividade situada. “Certas mensagens, sobre certos assuntos, trazidos à atenção de certo tipo de gente, vivendo em certas condições, produzem certos tipos de efeitos” (RABAÇA, BARBOSA, 2002, p. 479). É nesse ambiente que a MINUSTAH utiliza a mídia para atingir os objetivos previstos no mandato para o Haiti.

### **A MINUSTAH e o uso da mídia**

A Resolução 1608 do Conselho de Segurança da ONU, de 2005, apresentou um trecho narrando a importância da comunicação na operação, incitando “a MINUSTAH que prepare e ponha em prática com urgência uma estratégia proativa de comunicação e relações públicas a fim de que a população do Haiti compreenda melhor o mandato da MINUSTAH e a função que realiza no país” (NACIONES UNIDAS, 2005, p. 4). As resoluções seguintes, de números 1702, 1780, 1840 e 1892, também reafirmaram essa necessidade e reconheceram os progressos no setor (INTERNAL AUDIT DIVISION, 2011).

Para fornecer a comunicação necessária, a MINUSTAH estabeleceu o *Communications and Public Information Office* (CPIO), composto por 104 membros, com um chefe e seis unidades temáticas, que planeja estratégias e organizam ou apóiam ações de órgãos internos e/ou externos que possam contribuir para a operação (INTERNAL AUDIT DIVISION, 2011).

Campanhas de informações públicas da MINUSTAH (PI) foram consistentes com o resultado de orçamento e de apoio de amplos objetivos programáticos como a reconciliação e diálogo político, o processo eleitoral, promovendo a cultura de paz e reforma da polícia. A este respeito, CPIO colocou em prática um mecanismo adequado para a consulta regular com os chefes das outras seções da Missão, a fim de determinar as prioridades de tarefas e informação pública. Como resultado, o CPIO tem produzido continuamente grandes campanhas de informação em suporte de seções de fundo (INTERNAL AUDIT DIVISION, 2011, p. 2).

No início da operação não se conseguiu montar uma boa estratégia de comunicação e ter acesso satisfatório à imprensa. A MINUSTAH pensou em instalar uma rádio própria no Haiti, ideia trazida de operações da África. Porém, os responsáveis reconheceram que havia grandes rádios no país e poucas pessoas ouviriam essa nova e desconhecida rádio operada pela ONU (PALESTRA..., 2005).

Decidiu-se utilizar a rede existente criando a MINUSTAH FM em parceria com onze rádios emissoras do país. A rádio iniciou sua transmissão no ano de 2007 por meio da internet uma vez que o presidente Rene Prével recusou fornecer a licença de radiodifusão na época. No ano seguinte a ONU passou a comprar tempo de onze emissoras de rádio parceiras do país, sendo considerada uma emissora de serviço público que dirige grande parte da programação para a assistência humanitária e a reconstrução, sendo essencial para a missão de paz.

Enquanto o país é bem servido de rádios, o sistema de comunicação civil haitiano deixa a desejar, o que apresentou-se como um problema para os agentes da operação, pois ficavam incomunicáveis entre si dependendo da área em que estivessem no país (PALESTRA..., 2005).

Em 2007, a MINUSTAH, apoiada pela *United Nations Office for Project Services* (UNOPS), criou os *Multi-Media Centers* (MMCs) que consistiu no estabelecimento de grandes centros nas principais cidades do Haiti com salas de informática com acesso à internet e salas de conferência equipadas com sistema de vídeo- conferência para promover eventos públicos, reuniões e disponibilizar acesso desses equipamentos aos haitianos (CENTRES MULTIMÉDIA, 2013).



Esses centros atendiam às associações e grupos da sociedade civil e tinham como objetivo a promoção do diálogo e a reconciliação nacional. Para isso, incentivaram o papel dos jovens e das mulheres no processo de reconciliação, buscaram estabelecer diálogos entre as diferentes regiões do país e diferentes setores da sociedade, criaram fóruns para troca de experiências de iniciativas de desenvolvimento social e econômico e espaços de reflexão sobre a questão do desenvolvimento sustentável. Informavam sobre as atividades da MINUSTAH, que tinham o intuito de apoiar o governo haitiano na resolução de problemas políticos, sociais, ambientais e culturais (CENTRES MULTIMÉDIA, 2013).

Na ausência de boas comunicações entre as regiões no Haiti, este serviço fornece aos grupos de profissionais, ONGs, autoridades locais e outros beneficiários do MMCs, um recurso que lhes permitam discutir com os seus homólogos questões relacionadas para os problemas comuns que podem enfrentar em suas próprias regiões e, através da comparação de experiências partilhadas encontrarem soluções para melhor lidar com elas (CENTRE MULTIMEDIA MINUSTAH, 2013, p.2, tradução nossa).

Um exemplo de evento promovido por esses centros ocorreu em 2007, no dia internacional da juventude, na cidade Fort- Liberté, como objetivo de promover a não violência entre os jovens. Oradores expuseram declarações e motivações para incentivar os jovens a adotar uma cultura de não violência.

Durante a conferência, os jovens mostraram sua grande preocupação com esta questão. Dentro deste quadro, eles comprometeram-se na realização de campanhas de sensibilização através dos meios de comunicação para espalhar mensagens boca-a-boca e realizar sessões de formação para continuar a promover a não violência entre os jovens (CENTRE MULTIMEDIA MINUSTAH, 2013, p.6, tradução nossa).

Em 2010, a tragédia do terremoto fez com que os meios de comunicação se tornassem necessários para a ajuda ao país. A rede global *Communicating with Disaster Affected Communities Haiti* (CDAC Haiti) foi estabelecida como:

[...] uma fonte de conhecimentos e notícias, uma comunidade de prática e plataforma de defesa que visa garantir que o setor humanitário e meios de comunicação locais desempenhem um papel vital na maximização da eficácia de ajuda, prestação de contas e transparência nas comunidades (NELSON ; SIGAL; ZAMBRANO , 2010, p. 7, tradução nossa).

O CDAC Haiti reuniu atores humanitários, organizações de desenvolvimento da mídia, mídia local e representantes governamentais do país para, em coletivo, melhorar

a comunicação entre prestadores de ajuda e a população haitiana. Incluiu especialistas dos diversos tipos de comunicação para difundir as informações necessárias de auxílio. A Rede operou por um tempo como um subgrupo de comunicação da ONU para a MINUSTAH (WHAT WE DO- CDAC HAITI, 2013).

Entre os serviços que o grupo realizou estavam a criação de programa de rádio diário humanitário, divulgação de informações de salvamento, apoio às mídias locais, pesquisas de opinião, cursos de capacitação sobre comunicação, desenvolvimento de trabalho entre a mídia local e prestadores de serviços para a comunicação, avaliação das necessidades das mídias locais, entre outros (WHAT IS CDAC?, 2013).

Como dos “canais de mídia de massa do Haiti, o rádio é sem dúvida o mais popular”, com o terremoto, as estações de rádio locais se tornaram centros vitais “denotícias, informações, atualizações e consolo em toda a área afetada” (PALE, 2011, p. 56, tradução nossa).

A ONU e seus parceiros criaram um programa de rádio diário humanitário transmitido em *créole* chamado *Enfòmasyon Nou Dwekönnen* (ENDK), em português “Notícias que Você Pode Usar”. Foi transmitido por cerca de 30 estações de rádio parceiras nas principais áreas afetadas do país. Era distribuído por meio de CDs às rádios em razão da precária infra-estrutura do país. Fornecia informações úteis para sobrevivência, além de dar informações sobre a localização de pessoas para a população (INFOASAID, 2012). “Enquanto outros grupos distribuíam alimentos, água e remédios para os sobreviventes, ENDK distribuía algo essencial: informações sobre onde e como acessar os serviços de salvamento” (WHEN INFORMATION IS A LIFELINE..., 2013, tradução nossa).

O ENDK se desenvolveu de uma forma rápida para um grande público, que percebeu como aquelas informações eram essenciais e neutras, com o fim exclusivo de ajuda. Cerca de 80% dos haitianos sabiam do programa um mês após seu lançamento. Houve 615 edições de janeiro de 2010 até o mês de maio de 2012, quando o programa foi encerrado (INFOASAID, 2012).

O surto de cólera, em 2010, provou também que a ação dos atores de comunicação foi essencial para a sobrevivência de milhares de pessoas, principalmente em razão de auxiliar a reconhecer os sintomas da doença e tomar medidas rapidamente (PALE, 2011, p. 56). Isso aconteceu em razão de uma forte campanha em rádios, televisões, mensagens de celular, cartazes e serviço público de anúncios, desenvolvida pelo governo e por instituições, como o Fundo das Nações Unidas para Crianças

(UNICEF), CDAC e a Organização Mundial da Saúde (OMS). As estações de rádio comunitárias do país foram um dos principais meios para seu desenvolvimento, sendo o programa ENDK um deles (FOR HAITIANS..., 2013).

De acordo com pesquisas, a maioria das pessoas que receberam as informações mudou seu comportamento no dia-a-dia, o que foi essencial para que fosse reduzida a propagação da doença. A porcentagem de pessoas nas áreas rurais que faziam tratamento da água era de 25,8%. Com a campanha passou para 80,2%, mostrando que “o rádio é uma ferramenta poderosa para comunicar informações essenciais de saúde e causa alterações de comportamento que reduzam a propagação da doença” (FOR HAITIANS..., 2013, tradução nossa).

Marcelo Solervicens, Secretário-Geral da Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC), destacou em uma entrevista à agência de notícias IPS a importância da rádio comunitária para o manejo de segurança da ONU. Relatou que a experiência haitiana de fornecer informações práticas sobre saúde foi produtiva. “Se considerarmos o desenvolvimento como um tipo de trabalho complexo e integrado, a rádio comunitária é reconhecida como um componente fundamental para conseguir objetivos de desenvolvimento em cada área, principalmente como uma maneira de transmitir fatos” (GAO, 2013).

Como a situação do sistema de saúde no país é precária, os haitianos valorizam as informações práticas sobre prevenção de doenças e riscos climáticos, e estas são melhores disseminadas por meio dos meios de comunicação sendo o rádio o meio mais abrangente.

Na televisão, um projeto interessante realizado pela MINUSTAH foi a produção de um seriado intitulado *Under the Sky*, projetado para refletir a vida nos campos de desalojados estabelecidos após o terremoto e, ao mesmo tempo, fornecer informações sobre questões importantes como violência, gênero, vulnerabilidade infantil, higiene, etc. Foi realizado em parceria com o CDAC, exibido em algumas estações de televisão haitianas e em telas construídas em campos de desalojados.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> No entanto, embora a equipe tenha conversado com o público sobre suas reações, não houve um monitoramento formal em termos da avaliação do impacto para saber a eficácia real do projeto (PALE, 2011).

## **Conclusão**

A mídia é um recurso essencial na atualidade para a construção de paz. Nas perspectivas de curto e médio prazo da resolução do conflito o papel principal da mídia é o fornecimento de notícias neutras, reportar e analisar o conflito e seus fatores, recolher opiniões diferentes, assegurar condições de receber e transmitir informações, criar plataformas de diálogos e preparar o local do conflito para um desenvolvimento sólido e duradouro da mídia. Em longo prazo o papel da mídia para a efetivação da democracia é essencial.

Desenvolvendo o setor, com o estabelecimento de um fluxo livre, independente e plural de informações, os cidadãos têm a possibilidade de fazer escolhas conscientes, dialogar e compartilhar sobre as questões necessárias em seu território sem que pressões externas os influencie. Mas, para que se desenvolva é necessária uma série de ações para: regulamentar o ambiente jurídico em que a mídia se insere, como liberdade de expressão, leis da imprensa, entre outros; fortalecer ambiente de trabalho das associações midiáticas; promover o acesso à informação à todos, apoiar meios individuais; reformar as mídias estatais, entre outras.

Há grandes desafios para o progresso da mídia haitiana que ainda não dispõe de total liberdade em razão de pressões políticas e econômicas. A pluralidade, liberdade e independência são grandes requisitos para a transformação em um Estado de Direito. As informações que a mídia reproduz não devem ser dotadas como ordem ou mercadoria, mas sim como um direito do cidadão.

O acesso à informação contribui para o bom funcionamento da democracia, “pois a sociedade informada é capaz de decidir e julgar seu próprio futuro”. Em países com um histórico de conflito, a mídia independente e plural pode servir como um meio para o debate não violento (KHAN, 2004 apud FERNANDES, OLIVEIRA, SANTOS, p. 400, tradução nossa). Naqueles em que há o componente étnico, religioso, tem a função essencial de promover o dialogo intercultural. Nesse sentido várias organizações procuram apoiar a utilização da informação na promoção desse diálogo e, assim, promover a paz (FERNANDES, OLIVEIRA, SANTOS, p. 397). Como, normalmente, países que passaram por períodos de conflitos violentos possuem uma mídia local em situação caótica, incluindo infra-estrutura destruída e legislação enfraquecida, há necessidade de ações que permitam a reconstrução de fontes de informação

independentes e objetivas, o que não se consegue rapidamente (KHAN, 2004 apud FERNANDES, OLIVEIRA, SANTOS, p. 400).

Quando a ONU estabelece uma operação de paz “uma das primeiras ações é garantir que a sua presença seja compreendida tanto pelos civis quanto pelos governantes”. Além disso, nas operações de construção da paz é imprescindível “que a população local se torne engajada no processo” (KHAN, 2004 apud FERNANDES, OLIVEIRA, SANTOS, p. 407, tradução nossa). A ONU, então, identifica qual meio de comunicação capaz de alcançar o maior número de pessoas e o utiliza. Quando o rádio é o meio mais eficaz de informação e comunicação, a Organização utiliza a rede local ou, dependendo da situação, instala sua própria rádio. Em qualquer das duas formas, cria-se uma sessão específica para lidar com a mídia com profissionais de comunicação social que preparam os produtos radiofônicos, televisivos e impressos sobre a missão de paz.

Normalmente, a Seção de Informação Pública utiliza as formas midiáticas em prol dos objetivos da missão de paz direcionadas em quatro eixos: para estabelecer uma mídia independente e livre no país onde está instalada, para informar a população local como forma de garantir seu apoio à operação de paz, para informar os componentes da própria missão sobre os objetivos atingidos e para informar o público externo sobre ações executadas e os progressos conquistados como forma de garantir o apoio de seus Estados Membros e, inclusive, facilitar a doação internacional para os programas que precisam ser executados no país.

Retomando as ideias de manipulação e poder simbólico, apresentadas anteriormente, como “o indivíduo acredita na capacidade do jornalismo de selecionar os elementos importantes de um relato, e de hierarquizar essas notícias em ordem de importância, dentre os fatos disponíveis”, ele acaba se tornando um alvo facilmente manipulável por grupos em situação de conflito, por conta da desinformação e da subinformação. Assim, há o desvio da função da mídia de uma fonte plural de informação para uma fonte de manipulação que deve ser corrigido no período pós-conflito (MIGUEL, 1999 apud FERNANDES, OLIVEIRA, SANTOS, p. 398).

A prática indica que as emissoras estatais não devem deixar de existir, mas serem transformadas para realmente prestarem serviços públicos, fornecendo informações imparciais e completas. Para Puddephatt (2004), a profusão de meios privados e a ausência de uma voz nacional podem, em tempos de conflito e transição, exacerbar as divisões existentes. A emissora pública se faz, então, necessária, mas com

programas informativos que atinjam os diferentes grupos dentro do país para que haja o fortalecimento de consenso e da identidade nacional.

Quanto à mídia comercial, defende-se a criação de mecanismos que evitem que a distribuição de licenças e de anúncios que sejam utilizados como meios indiretos de controle estatal. Paralelamente, defende-se também a regulação do mercado midiático de forma a impedir monopólios e oligopólios, evitando que os meios jornalísticos sejam controlados de forma restrita pelas elites locais e corporações globais. Já a mídia comunitária, normalmente mantida por doações e voluntarismo, se apresenta importante para garantir a participação da sociedade, em especial os grupos marginalizados, garantindo o livre fluxo de ideias e um espaço de debate, questionamento, entretenimento e educação (UNESCO, 2008 apud FERNANDES, OLIVEIRA, SANTOS, p. 411).

“A mídia é, nas sociedades contemporâneas, o principal instrumento de difusão das visões de mundo e dos projetos políticos” Ou seja, “é o local em que estão expostas as diversas representações do mundo social, associadas aos diversos grupos e interesses presentes na sociedade” (MIGUEL, 2002).

Para garantir a dominação simbólica, é de importância capital o controle dos meios de difusão com um entre tantos outros “instrumentos de persuasão, pressão e inculcação de valores e crenças” (LIMA, 1996). Isso porque a “a mídia tem o poder de moldar valores, construir consciências e, portanto, formar nossas opiniões” (SILVA, 2012, p. 92).

A “imagem pública é aquela relativa à forma pela qual um determinado sujeito, ou candidato é reconhecido socialmente a partir de valores” (BONALDO, SALBEGO, 2013). Uma organização internacional ou uma operação de paz por ela estabelecida pode construir sua visibilidade pública utilizando a mídia, com a influência da opinião pública. Da mesma forma que, a partir de suas campanhas, a operação de paz procura firmar uma imagem a partir de certos valores, especialmente o compromisso com as propostas estabelecidas pelo mandato aprovado pelo Conselho de Segurança.

Isso porque, “a imagem não é somente ilustrativa, vem composta por signos que cercam as reportagens, notas, matérias e notícias” (BONALDO, SALBEGO, 2013). Essa imagem que visa ser construída pela operação de paz, necessita ser decodificada pelo público. Então, depende dos produtos da mídia produzidos pela operação, das atitudes do pessoal empenhado em cumprir com os objetivos do mandato e das formas pelas quais são interpretadas pela população. Ou seja, procura-se apresentar sua

presença na esfera da visibilidade pública como estratégia para a obtenção de apoio da população do país onde a operação é estabelecida.

Quando se fala em imagem pública deve-se levar em conta, também, uma ideia construída a partir de mecanismos “que irão formar convicções e conceitos junto aos receptores”. Assim, as imagens públicas se fazem com ações e com discursos (MUNDIN, TOMAZ; 2007, p. 135). A criação da rádio MINUSTAH FM, assim como os Multi-Media Centers, a novela *Under the Sky*, o programa CDAC-Haiti, a rádio ENDK, constituídos em grande parte pela operação de paz, são exemplos das estratégias da MINUSTAH, agindo de forma comunicativa para construir uma imagem favorável e obter o apoio da população local para seus pontos de vista e influenciá-la em prol de seus objetivos.

Nos casos do terremoto e da cólera, havia a necessidade de respostas rápida para a minimização dos impactos, e a mídia possibilitou a rapidez e o alcance necessários para auxiliar os haitianos durante a catástrofe e a epidemia.

A MINUSTAH é uma operação complexa que tem como grande objetivo a construção de um novo Estado no Haiti. O trabalho integrado em diversas áreas da sociedade faz com que a comunicação dos fatos para a população e a construção da imagem junto a ela sejam essenciais para que possa cumprir adequadamente sua função e possa auxiliar na construção de paz naquele país.

### **Referências bibliográficas**

AGUILAR, S. L. C. Segurança pública e as operações de construção de paz pós-conflitos armados. *Estudos sociológicos*, Araraquara, v. 17, n. 33, p. 429-455, 2012.

ARTHUR, Charles. Haiti media report. Disponível em: < <http://www.waccglobal.org/en/19971-cultural-boundaries-identity-and-communication-in-latin-america/943-Haiti-media-report.html>>. Acesso em 01 fev. 2013.

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Tradução de Fernando Thomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BONALDO, Mauren; SALBEGO, Juliana. *A visibilidade na política: a representação da imagem do político Paulo Pimenta, no meio jornal*. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/sipecom/anais/artigos/cominstitucional/BONALDO%20e%20SALBEGO.pdf>>. Acesso em 10 fev. 2013.

BRIGAGÃO, Clovis (Ed.). *Haiti: o Brasil e a MINUSTAH*. Cadernos GAP Conflitos I. Rio de Janeiro: FKA/GAPCON, 2007.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. 6ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009

CENTRE MULTIMEDIA MINUSTAH. *Newsletter*. Haiti, 1 fev. 2008. Disponível em: [http://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/FD6C0894C6CAAA42C12574090039EA15-Full\\_Report.pdf](http://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/FD6C0894C6CAAA42C12574090039EA15-Full_Report.pdf). Acesso em 11 mar. 2013.

CENTRES MULTIMÉDIA. Disponível em: <[http://minustah.org/?page\\_id=8692](http://minustah.org/?page_id=8692)>. Acesso em 10 mar. 2013.

DH Staff. *Haiti continua melhoria sobre liberdade de Imprensa*. Disponível em: <<http://www.defend.ht/pt/news/articles/media/3761-haiti-continues-improvement-on-press-freedom>> Acesso em 10 fev.2013

FERNANDES, Thaís Domingues Coelho; OLIVEIRA, Thaís Soares; SANTOS, Victória Monteiro da Silva. *A mídia em crises e conflitos internacionais*. Disponível em: <<http://www.sinus.org.br/2011/press/downloads/unesco.pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2013.

FOR HAITIANS *Radio is Key Information Source on Cholera*. Disponível em: <<http://www.internews.org/our-stories/program-news/haitians-radio-key-information-source-cholera&usg=ALkJrhhWGuhs9IgHI0liFNATyq0Z4CAeAg>>. Acesso em 01 de fev. 2013.

GAO, George. *Rádios Comunitárias, democracia e desenvolvimento*. Disponível em: <<http://ips.org/ipsbrasil.net/nota.php?idnews=9164>> Acesso em 15 fev.2013.

GREGOLIN, M. R. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. In: *Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, vol. 4, n .11, nov. 2007, p. 11-26.

GUTTRY, Andréa de. Organizações Regionais como Mantenedoras e Construtoras da Paz: porque tanta ansiedade? In AGUILAR, Sérgio L. C. ALBRES, Hevellyn M. *Relações Internacionais: pesquisa, práticas e perspectivas*. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012, p. 97 – 124.

HAITI. *The Mass Media*. Disponível em: <[http://www.mongabay.com/history/haiti/haiti-the\\_mass\\_media.html](http://www.mongabay.com/history/haiti/haiti-the_mass_media.html)>. Acesso em 01 fev. 2013.

INFOASAID. *HAITI- Media and Telecoms Landscape Guide*. Londres, 22 de outubro de 2012. Disponível em: <[http://www.infoasaid.org/sites/infoasaid.org/files/haiti\\_media\\_guide\\_final\\_211012\\_1.pdf](http://www.infoasaid.org/sites/infoasaid.org/files/haiti_media_guide_final_211012_1.pdf)>. Acesso em 15 mar. 2013.

INTERNAL AUDIT DIVISION. Audit Report – Public Information function in MINUSTAH. 29 mar. 2011. Disponível em: <<http://usun.state.gov/documents/organization/167905.pdf>>. Acesso em 10 mar. de 2013.

LIMA, Venício A. *A mídia e o cenário de representação da política*. 1996. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-4451996000200012&lang=PT](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-4451996000200012&lang=PT). Acesso em 20 fev. 2013.



MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Ceres Pimenta Spinola (orgs). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

MEDIA in Haiti. Disponível em: <<http://cdac-haiti.org/en/media-haiti>>. Acesso em 30 jan. 2013.

MIGUEL, Luis Felipe. *Os meios de comunicação e a prática política*. 2002. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-4452002000100007&lang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-4452002000100007&lang=pt). Acesso em 15 fev. 2013.

MUNDIN, Pedro Santos; TOMAZ, Nilmar Lage Fonseca. O Conceito de Imagem Pública Política nos Estudos de Comunicação: Análise de um caso. *Revista Estudos de Comunicação*, Curitiba, v. 8, n. 16, p. 133-140, maio/ago, 2007.

NACIONES UNIDAS. Consejo de Seguridad. *Resolución 1908*. 2010. Disponível em: <[http://www.un.org/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=S/RES/1908\(2010\)&referer=http://www.un.org/en/sc/documents/resolutions/2010.shtml&Lang=S](http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1908(2010)&referer=http://www.un.org/en/sc/documents/resolutions/2010.shtml&Lang=S)>. Acesso em: 12 nov. 2012.

\_\_\_\_\_. Consejo de Seguridad. *Resolución 1542*. 2004. Disponível em: <[http://www.un.org/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=S/RES/1542\(2004\)&referer=http://www.un.org/en/sc/documents/resolutions/2004.shtml&Lang=S](http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1542(2004)&referer=http://www.un.org/en/sc/documents/resolutions/2004.shtml&Lang=S)>. Acesso em: 12 nov. 2012.

\_\_\_\_\_. Consejo de Seguridad. *Resolución 1608*. 2005. Disponível em: <[http://www.un.org/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=S/RES/1608\(2005\)&referer=http://www.un.org/en/peacekeeping/missions/minustah/mandate.shtml&Lang=S](http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1608(2005)&referer=http://www.un.org/en/peacekeeping/missions/minustah/mandate.shtml&Lang=S)>. Acesso em 12 nov. 2012.

NELSON, Anne. SIGAL, Ivan. ZAMBRANO, Dean. *Media, Information Systems and Communications: Lessons from Haiti*. Miami: CDAC, Internews/Knight Foundation, 24 mai. 2010.

PALE, Ann Kite Yo. *Best Practice and Lessons Learned in Communication with Disaster Affected Communities: Haiti 2010*. INFOSAID/BBC/Internews, 2011.

PALESTRA: Operação de Paz no Haiti. *Palestra: Operação de Paz no Haiti*. Brasília: Gabinete de Segurança Institucional/Secretaria de Acompanhamento e Estudos Institucionais, 2005.

*PARTICIPATION of affected communities in humanitarian aid projects*. Disponível em: <<http://www.cdacnetwork.org/public/resource/participation-affected-communities-humanitarian-aid-projects>> Acesso em 04 mar. 2013.

PRESS REFERENCE. *Haiti*. Disponível em: <<http://www.pressreference.com/Gu-Ku/Haiti.html>>. Acesso em 05 fev. 2013

PUDDEPHATT, Andrew. As revoluções árabes e a comunicação digital. *Política Externa*, v. 20, n. 1. São Paulo: Paz e Terra, jun-ago 2011, p. 19 – 26.

RABAÇA, C. A; BARBOSA, G. A. *Dicionário de comunicação*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

REUNIÃO DE ESTUDOS: Operações de Paz (Brasília: 4.: 2005). *IV Reunião de Estudos: Operações de Paz*. Brasília: Gabinete de Segurança Institucional; Secretaria de Acompanhamento e Estudos Institucionais, 2005.

SILVA, J. G. A mídia na construção e destruição da imagem: o caso Collor de Melo. *Revista Senso Comum*, nº 2, 2012, p. 88-106.

SPURK, Christoph. *KOFF Media and peacebuilding- Concepts, Actors and Challenges*. Working Paper 1/02. Suíça: Swisspeace, 2002.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

ONU. *Peacekeeping Operations Principles and Guidelines*. New York: Department of Peacekeeping Operations/Department of Field Support, 2008.

VERENHITATCH, G. D. *A MINUSTAH e a política externa brasileira: motivações e conseqüências*. 2008. 122 f. Dissertação (Mestrado em Integração latino Americana). Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2008.

VIZER, Eduardo A. Movimentos sociais: novas tecnologias para novas militâncias. In FERREIRA, Jairo e VIZER, Eduardo (Orgs.). *Mídia e Movimentos Sociais: linguagens e coletivos em ação*. São Paulo: Paulus, 2007, p. 23-52.

WHAT IS CDAC? Disponível em: <<http://cdac-haiti.org/en/content/what-cdac>>. Acesso em 10 fev. 2013.

WHAT WE DO - CDAC HAITI. Disponível em: <<http://www.cdacnetwork.org/public/about/cdac-haiti>>. Acesso em 01 fev.2013.

WHEN INFORMATION IS A LIFE LINE: the Role of Local Media in Humanitarian Crises. Disponível em: <<http://www.internews.org/our-stories/news/when-information-lifeline-role-local-media-humanitarian-crises>>. Acesso em 02 fev. 2013.