

Estratégia e Segurança Nacional na Era da Informação*

General
José Alberto Loureiro dos Santos



1. Introdução

Pode definir-se Segurança Nacional como a capacidade de um Estado agir na esfera internacional com liberdade de acção suficiente, para manter o núcleo daquilo que o caracteriza como entidade com um destino próprio, definido pela vontade dos seus nacionais.

Envolve a satisfação de dois objectivos - Bem-estar e Segurança - que mutuamente se potenciam, considerados como objectivos básicos de qualquer unidade política.

Na era da informação, a estratégia de Segurança Nacional deve privilegiar os elementos que a caracterizam, visando exponenciar o potencial estratégico nacional, por um lado, e fazer face às ameaças com que se confronta, por outro.

Para ilustrar estas linhas orientadoras da estratégia nacional para a Segurança, abordarei duas áreas de interesse.

A primeira diz respeito ao conhecimento, no sentido de apreensão dos instrumentos promotores do avanço, que poderemos designar por progresso ou modernidade, e se traduz, quando adquirido, na vantagem de dominar técnicas de desdobramento de raciocínios elaborados, que se podem traduzir na obtenção de materiais susceptíveis de proporcionar o acesso a níveis superiores de bem-estar, seja ele material ou moral. Isto potencia ganhar ou aumentar liberdade de acção para actuar, pelo que se torna essencial determinar qual o factor do potencial estratégico prioritário para a Segurança Nacional, na era da informação.

A segunda linha orientadora inscreve-se na área do debate político, através da apreensão do conhecimento dos factos e dos argumentos, a partir dos quais as pessoas reforçam ou modificam as respectivas vontades, em relação ao que pretendem os actores políticos que promovem e conduzem o debate. Relaciona-se com a capacidade de detectar e responder às ameaças poderosas, que a especificidade da era da informação fez surgir. Não abordaremos as ameaças coercivas que nos podem ser lançadas pelo ciberespaço, que

paralisam os sistemas informáticos suporte de, praticamente, a totalidade das organizações/empresas prestadoras dos serviços de apoio de vida, hoje indispensáveis ao funcionamento das sociedades. Os ciberataques, e as mais adequadas respostas para lhes fazer face, serão melhor tratados neste seminário por especialistas na matéria. A minha preocupação dirigir-se-á ao aproveitamento dos suportes informativos normais (imprensa escrita, rádio, televisão, meio multimédia), para alcançar objectivos estratégicos, isto é, com a finalidade de influenciar as relações de poder.

2. O conhecimento como factor decisivo do Potencial Estratégico

Nunca foi tão verdadeira como hoje a afirmação “saber é poder”. Arrisco afirmar que, na actualidade assim como no passado, embora por vezes sem nos darmos consciência disso, o mais importante factor intangível do potencial estratégico de um Estado é precisamente o conhecimento. O superior nível intelectual de um povo, o seu avanço científico, a sua capacidade destacada de criar e organizar pólos de produção de conhecimento, todos estes elementos, entre outros, geram uma dinâmica de desenvolvimento, que reforça a posição e afirmação internacional de um país, traduz-se em influência alargada na evolução do pensamento em outros países, e atrai pessoas de superior inteligência, que reforçam a sua massa crítica intelectual e científica.

Surge assim um núcleo de conhecimento, que é a mais valia de maior importância para a expansão do potencial estratégico nacional. Através da promoção de produtos novos ou embebidos de tecnologias inovadoras e propiciadoras de um diferencial positivo em relação a outros. Que, por sua vez, se transformam em bens altamente competitivos na sociedade globalizada em que vivemos, o que se repercute em prosperidade económica, bem-estar social e capacidade para organizar potentes sistemas de segurança e defesa. Estes resultados, por si só, têm possibilidade de desequilibrar e/ou ultrapassar competidores e adversários, e convencer inimigos a procurar relações amigáveis, ao mesmo tempo que conseguem dissuadir outros de nos combaterem.

Como se sabe, o investimento em “investigação e desenvolvimento” é a pedra de toque que indicia o caminho que um país está a seguir, em termos de aposta no conhecimento. Países que colocam em patamar elevado esta rubrica dos orçamentos, tanto do Estado como das empresas, avançam na senda do desenvolvimento e preparam a sua capacidade estratégica do futuro.

Basta ver a diferença entre os que dão prioridade ao conhecimento e aqueles que, sistematicamente, não o fazem. Entre os primeiros, os Estados Unidos constituem uma referência, tanto nas empresas como na Administração. Pelo contrário, os países europeus, com algumas excepções, há muito que deixaram os primeiros lugares neste domínio. Investem menos do que a China e a Índia, e têm uma preocupante escassez de licenciados em ciências e tecnologia.

Na Europa, os países nórdicos têm sido a excepção. A Suécia, a Dinamarca e a Finlândia destacam-se pelo que investem em conhecimento (I&D) - entre 1995 e 2001, de 1,5 a 2%

do PIB (mesmo acima dos EUA), cerca de 3 a 4 vezes o de Portugal, que se ficou perto dos 0,4%. Note-se que, contrariamente ao que ocorre em Portugal, em que o investimento em conhecimento, mesmo deficiente, é praticamente só da responsabilidade do Estado, nos países que apostam neste factor do potencial estratégico, a parte mais substancial cabe às empresas.

Como resultado geral, enquanto a competitividade dos EUA se mantém, e a da China e da Índia se reforça (até porque conjugam o seu desenvolvimento tecnológico com baixa ou nulas condições sociais e salários muito reduzidos), verifica-se que a da Europa recua.

As melhores universidades do mundo e, principalmente, os centros de investigação mais avançados, que outrora se situavam na Europa, há muito que se encontram na América do Norte, e começam a aparecer na China e na Índia. Estes dois gigantes em ascensão, que ameaçam arrasar o domínio económico, e portanto estratégico, do Ocidente, preparam-se para acentuar ainda mais a sua dinâmica ofensiva.

A China, depois de nos criar os problemas conhecidos, com a exportação de bens onde a mão-de-obra barata constitui o factor primordial da competitividade, prepara-se para lançar no mundo, também nos EUA e na Europa, uma nova vaga de produtos, agora caracterizados pelo facto da elevada tecnologia emparceirar, como factor de competitividade, ao lado da mão-de-obra barata.

Pelo seu lado, a Índia, em cujas empresas de serviços cujos produtos, por competitivos, são utilizados pelas principais multinacionais, está em condições de provocar a falência de muitas empresas ocidentais suas concorrentes.

Tudo isto é susceptível de provocar alterações estratégicas de fundo, modificando decisivamente as relações de forças no planeta. O que já está a acontecer.

Basta recordar o seguinte: a Ásia, entre o ano 500 e 1500 da era cristã, produzia 3/5 da riqueza mundial, com a China a destacar-se como a primeira potência do planeta; a sua participação reduziu-se para apenas 1/5 do total da riqueza do mundo, no auge da revolução industrial; recentemente, com os efeitos da acentuação da globalização processada nos últimos 20 a 30 anos, subiu para 2/5; as previsões indicam que, daqui por 30 a 50 anos, regressará à partilha de 1500 DC (3/5), ou seja, voltará a criar 3/5 da riqueza do planeta. Esta mudança brutal na partilha da riqueza provocará (está a provocar) modificações muito significativas, em termos de poder. A China caminha em direcção a padrões de potencial estratégico que a podem transformar no único competidor global dos Estados Unidos, mas a Índia não lhe ficará atrás; existem mesmo dúvidas se, nesta deriva do centro estratégico do mundo para Ásia, o respectivo núcleo se localizará na China ou na Índia.

Mas, a meu ver, o resultado estratégico mais significativo e poderoso da detenção de conhecimento elevado situa-se no domínio do próprio conhecimento e da sua difusão. Sabe-se que nas universidades de todo o mundo, nos mais diversos domínios, do científico ao cultural, do económico ao militar, as doutrinas que, presentemente, predominam são as originadas nos Estados Unidos. A exportação do conhecimento também exporta, na forma como é apresentado e elaborado, os interesses dos exportadores.

Esta realidade é especialmente visível no campo das doutrinas políticas e estratégicas. Só como exemplo, interrogo-me: quantas vezes em Lisboa se analisam os interesses de Portugal pelos olhos de Washington, na medida em que as suas análises se baseiam na doutrina importada dos Estados Unidos? O que, muito simplesmente, pode traduzir-se

numa visão do nosso interesse nacional, pelo prisma dos interesses norte-americanos relativamente ao nosso país.

Concluindo esta primeira pista de abordagem, convirá dizer que o nível do conhecimento, hoje mais do que nunca, é o factor decisivo que exponencia o potencial estratégico de um país. Na era da informação, torna-se essencial ter capacidades nas áreas de ponta, como são, entre outras, as tecnologias de informação, e os domínios das nanotecnologias, das biotecnologias, e das técnicas agro-alimentares. Um país que reste marginal a este tipo de actividades científicas e tecnológicas não passará de um país falhado, em relação às exigências da época em que vive e do ambiente que o envolve. Arrisca-se a ter uma capacidade muito limitada de agir na esfera internacional, portanto terá dificuldades em garantir a sua segurança nacional, e dependerá de outros que se distanciaram nestas matérias.

A este respeito, é importante destacar um aspecto que interessa especialmente ao nosso país. No passado, a definição da escala hierárquica de poder entre países baseava-se nas indústrias transformadoras que cada um tinha, o que dependia da abundância de recursos naturais; na era da informação, o peso relativo destas condições de poder diminuiu bastante. Desde que aposte na valorização intelectual das pessoas e invista nas áreas de ponta, qualquer pequeno país tem condições para alcançar uma posição preponderante, e assim vincar a sua afirmação e independência, mesmo sem possuir grande dimensão ou muitos recursos naturais. O seu recurso fundamental e decisivo é a massa cinzenta dos seus cidadãos.

3. A manobra da informação através dos média como Arma dominante

A segunda área de interesse que, sucintamente, me propus analisar, respeita ao debate político na área da competição e, especialmente, na do conflito, ou seja no domínio da estratégia vista como relação entre poderes.

Neste domínio, a questão central que deve estar sempre presente é a seguinte: Tanto na competição - entre Estados, entre empresas, entre partidos políticos -, como no conflito - entre Estados, entre Estados e organizações não governamentais violentas (ONGV) -, o objectivo de cada actor é convencer o outro (as suas lideranças) a agir de acordo com a sua vontade, logo dos seus interesses. O que implica normalmente a procura da modificação da vontade das pessoas cujo comportamento é favorável aos respectivos objectivos (cidadãos nacionais quando estão envolvidos Estados; clientes, no caso das empresas; eleitores, tratando-se dos partidos políticos).

Este elemento chave da competição e do conflito passa portanto pela capacidade de actuar sobre as mentes e os corações das pessoas, afim de conseguir a sua adesão aos objectivos em causa.

Num conflito, pode chegar-se à utilização da força, com a finalidade de obrigar o outro a aceitar os nossos termos. Mas não restam quaisquer dúvidas de que o processo mais económico, para cada "jogador" atingir os seus objectivos, é através da persuasão. Ou

seja, manobrando directamente sobre o ponto decisivo - a vontade do outro. O que, afinal, se traduz no respeito de três importantes princípios da guerra, talvez os principais, sobejamente conhecidos: o do objectivo, o da economia, e o das forças morais.

Aliás, a percepção do interesse em actuar directamente sobre a mente dos adversários e dos nossos (lideranças, populações e combatentes), de forma a ajustar a sua vontade às nossas intenções, surge especialmente durante a época da rádio, mas já existe desde os primórdios da História. Primeiro, apenas usando directamente a voz; mais tarde, recorrendo também à imprensa escrita. Sempre infundindo medo àqueles contra quem se combatia, e paixão e desejo ardente da vitória aos nossos combatentes.

Exemplo conhecido é o caso das campanhas de Gengis Cão, que fazia preceder as avançadas dos seus exércitos, com uma vanguarda constituída por especialistas de acção psicológica (como hoje diríamos), disfarçados de comerciantes, que espalhavam pela população relatos de enormes atrocidades praticadas pelos soldados que já estavam a caminho. Desta “manobra psicológica”, resultava, frequentemente, a conquista por rendição, pelo pavor provocado nos cidadãos e nos combatentes. Outro exemplo é o ensinamento que consta do Deuteronómio, (o regimento de guerra do Antigo Testamento), onde se afirma que o chefe deve animar os combatentes, antes da batalha, o que mostra que, há muito, o incentivo e a mobilização dos nossos é determinante.

Com o aparecimento desta percepção (a possibilidade de mais facilmente agir directamente nas mentes dos adversários), a história da guerra entrou numa nova fase, caracterizada pelo uso de instrumentos de acção psicológica, devidamente orientados sobre certos objectivos, por vezes de importância decisiva.

O aparecimento da televisão, e o aprofundamento recente da globalização comunicacional, que permite a informação do que se passa nas frentes dos conflitos, praticamente em tempo real, usando os diversos canais que o meio multimédia propicia, vieram exponenciar a capacidade de agir sobre as mentes que interessam, mas acrescentando fortemente a possibilidade de actuar também sobre os sentimentos e os afectos, que a imagem televisiva tão bem propicia.

Já Tucídides afirmava na sua “História das Guerras do Peloponeso” que os homens combatem por três razões: medo, interesse, e prestígio ou reputação. Destes três motivos, apenas um (o interesse) se inscreve no campo do racional, dizendo portanto respeito à mente. Os outros dois (medo e prestígio) situam-se no domínio dos sentimentos.

Com a televisão e a internet, a informação no debate político vê o seu papel claramente reforçado, e ascende ao patamar estratégico - como estratégia apoiante de outras (por exemplo da estratégia militar), ou como vector estratégico independente, apoiado por outras estratégias (incluindo a militar). Por si só, a manobra mediática, inteligentemente empreendida, é capaz de alcançar resultados decisivos.

Um dos caminhos mais trilhados na História da evolução dos instrumentos de coacção, é a pesquisa daquilo que, especialmente no domínio tático e operacional, em cada período histórico, se considera “a arma dominante”. Ou seja a arma que, pelos elementos essenciais de combate que incorpora (fogo, choque, movimento, protecção e comando/ligação), se transforma no pivot em redor do qual se organizam as forças em operações. Alguns exemplos: o cavaleiro couraçado, na Alta Idade Média; a besta, na Baixa Idade Média; a arma de fogo portátil na época moderna; a espingarda de repetição, na segunda metade do século XIX; a artilharia, na I Guerra Mundial; o tandem avião-

carro de combate, na II GM; a arma nuclear, durante a guerra-fria; o helicóptero, na actualidade.

Se nos situarmos no patamar estratégico, verificamos que, na era da informação, é crescente a preocupação da utilização dos média pelos actores envolvidos em competição ou em conflito, visando a modificação das opiniões públicas que lhes interessam, a favor dos seus objectivos. São os discursos efectuados nos *prime time* das televisões; o cuidado com que se contactam os jornalistas, a propósito da organização de qualquer evento; os peritos em relações públicas e em comunicação de que se rodeiam os decisores, e os inquéritos de opinião que encomendam sistematicamente; as medidas de discricção com que se rodeiam as manobras que possam ser mal vistas pela opinião pública, etc.

Todas as actividades estratégicas são envolvidas por este tipo de precaução. Incluindo as manobras estratégicas de natureza militar. A preparação, lançamento, conduta e exploração de qualquer movimento militar estratégico, inclui planos de comunicação pública. De informação (mostrar a realidade), de encobrimento (esconder a realidade), de decepção (desviar a atenção da realidade), de mistificação (falsear a realidade), de “virtualização” (produzir uma realidade virtual, fazendo-a passar por verdadeira).

Quantas operações militares não são aproveitadas, ou mesmo executadas para serem exploradas mediaticamente, e quantas não são lançadas ou alteradas por razões idênticas?

Daqui, é possível deduzir a importância capital que o vector estratégico ligado à utilização e emprego dos média tem, na estratégia global dos actores em competição ou em conflito. No mínimo, não será descabido colocarmos a seguinte questão: Será o sistema mediático a “arma dominante” da estratégia, na era da Informação?

Se relacionarmos ainda esta constatação com o papel central do sistema de comando e controlo das forças militares, qualquer que seja o nível considerado (tático, operacional ou estratégico), dada a complexidade crescente dos elementos que é necessário articular conjugadamente, a contracção do tempo operacional, e as ameaças que a tecnologia sofisticada e em permanente aperfeiçoamento permite desencadear sobre esse sistema, não parece exagero afirmar que ele nos surge como a “arma dominante”, também no âmbito da estratégia militar, tanto geral como operacional, o que, sem qualquer esforço se deve estender ao patamar tático.

4. Conclusões

A posse do conhecimento foi sempre preponderante para a capacidade de uma sociedade progredir em direcção ao bem-estar, e de se proteger, garantindo a sua segurança.

A competição e o conflito sempre tiveram como pano de fundo a vontade das pessoas envolvidas, com a finalidade de cada jogador estratégico obrigar o outro (ou outros) a agir segundo a sua vontade.

Contudo, antes da era da informação, não era tão visível como hoje a sua importância. Talvez por causa da velocidade com que, na actualidade, o conhecimento se aprofunda e os efeitos da aplicação prática dos novos desenvolvimentos científicos e das novas

tecnologias se multiplicam exponencialmente. Situação idêntica se observa com a gestão dos instrumentos mediáticos que a era da informação propicia, cujos resultados são normalmente determinantes.

Na era da informação, o conhecimento surge como o factor decisivo do potencial estratégico nacional. Portanto, o seu aprofundamento e desenvolvimento devem ser considerados como primeiras prioridades em termos de segurança nacional. E a manobra dos sistemas mediáticos, no âmbito de qualquer estratégia global, atinge a importância de “arma dominante”. Nada deve ser feito sem o seu apoio; frequentemente, assume o papel de vector estratégico decisivo, cujo emprego é apoiado pelos restantes vectores, nomeadamente o militar.

Factor decisivo do potencial estratégico e arma dominante da estratégia de segurança nacional constituem a caracterização que torna a Informação, no seu significado mais abrangente, no ponto focal da aplicação dos esforços dos países, em especial dos países pequenos que não se podem dar ao luxo de efectuar desperdícios, como é o caso de Portugal.

* Conferência proferida, em 7 de Julho de 2005, no Simpósio Internacional sobre “Novos Desafios na Era da Informação: a Estratégia da Informação Nacional”.