



EXÉRCITO BRASILEIRO
ESCOLA DE FORMAÇÃO COMPLEMENTAR DO EXÉRCITO
Curso de Gestão e Assessoramento de Estado-Maior - CGAEM



Ten Cel Inf Júlio Cezar Medeiros dos Santos

**A PARTICIPAÇÃO DOS INTEGRANTES DO SISTEMA DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO NOS EVENTOS DE
INTERESSE DO EXÉRCITO BRASILEIRO**

**Salvador
2019**

Ten Cel Inf Júlio Cezar Medeiros dos Santos

**A PARTICIPAÇÃO DOS INTEGRANTES DO SISTEMA DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO NOS EVENTOS DE
INTERESSE DO EXÉRCITO BRASILEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Escola de Formação
Complementar do Exército / Centro
Universitário do Sul de Minas – UNIS-MG
como requisito parcial para a obtenção do
Grau Especialização de Gestão em
Administração Pública.

Orientador: SHELDON WILLIAM SILVA

**Salvador
2019**

Ten Cel Inf Júlio Cezar Medeiros dos Santos

**A PARTICIPAÇÃO DOS INTEGRANTES DO SISTEMA DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO NOS EVENTOS DE
INTERESSE DO EXÉRCITO BRASILEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Escola de Formação Complementar do Exército /
Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS-MG
como requisito parcial para a obtenção do Grau
Especialização de Gestão em Administração
Pública.

Aprovado em

COMISSÃO DE AVALIAÇÃO

Prof. Dr. Guaracy Silva – Membro 1
UNIS

Prof. Dr. Pedro dos Santos Portugal Júnior – Membro 2
UNIS

Prof. Me. Alan Sales da Fonseca – Membro 3
UNIS

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
2 A COMUNICAÇÃO SOCIAL NO EXÉRCITO BRASILEIRO.....	2
2.1 Principais conceitos da comunicação social do Exército Brasileiro	3
2.2 O Centro de Comunicação Social do Exército Brasileiro.....	5
2.3 O Sistema de Comunicação Social do Exército	7
2.4 A RESISCOMSEX.....	9
3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA.....	9
4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	11
4.1 A missão da Com Soc nos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos/ Rio 2016	12
a) Vídeos confeccionados	13
b) Matérias jornalísticas escritas	13
c) Postagens nas mídias sociais do Exército Brasileiro	13
d) Alcance global de pessoas.....	14
e) Economia de recursos com mídia espontânea	14
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	14
REFERÊNCIAS.....	16

A PARTICIPAÇÃO DOS INTEGRANTES DO SISTEMA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO NOS EVENTOS DE INTERESSE DO EXÉRCITO BRASILEIRO

Júlio Cezar Medeiros dos Santos¹

RESUMO

Este trabalho visa a analisar a participação dos integrantes do Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEX) nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos (JOP) Rio 2016 e busca mostrar o incremento da eficiência da Comunicação Social do EB quando utilizando os integrantes do SISCOMSEX, seus meios e equipamentos. A pesquisa é bibliográfica, pois se vale de documentos que regulam as atividades de Comunicação Social (CS) no âmbito do EB e do relatório do CCOMSEX sobre a CS do EB nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos 2016. A pesquisa tem relevância no sentido de contribuir para o aprimoramento da Comunicação Social do Exército Brasileiro e no relacionamento do EB com a sociedade. Espera-se concluir

que a utilização dos recursos humanos das OM no planejamento e na execução das ações de divulgação institucional do EB é fundamental para o sucesso das atividades de Com Soc. Com isso, pretende-se apresentar ideias a cerca do assunto e contribuir para o desenvolvimento da doutrina de CS do EB.

Palavras-chave: Recursos Humanos. Comunicação Social. Divulgação Institucional. Exército

ABSTRACT

This paper aims to analyze the participation of members of the Army Social Communication System (SISCOMSEX) in events of interest to the Brazilian Army (EB) and propose a systematization of the use of human resources working in the areas of Social Communication of the various Military Organizations (OM) of the EB, coordinated by the Army Social Communication Center (CCOMSEx), at specific events and of interest to the Army. This research will be developed from the bibliographical and documentary research on the Army's Social Communication (Com Soc) structure, the documents that regulate Com Soc activities within the scope of EB and the CCOMSEx report on Com Soc do EB in the Games Olympic and Paralympic Games 2016, a great sporting event in which the EB participated and coordinated all the security, also participating with military athletes, at which time Com Soc do EB actively participated in the dissemination of the actions carried out by the Land Force At the end of this paper we intend to conclude that the use of human resources of OM in the planning and execution of the actions of institutional disclosure of EB is fundamental for the success of the activities of Com Soc. With this, it is intended to present ideas about the and contribute to the development of the Com Soc doctrine of EB.

Keywords: Human Resources. Social Communication. Institutional Disclosure. Brazilian army.

¹ Orientado. Tenente Coronel do Exército Brasileiro, formado pela Academia Militar das Agulhas Negras. E-mail: juliocomsoc@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Conforme previsto na Constituição Federal Brasileira de 1988 Art 142, o Exército Brasileiro é uma instituição nacional permanente e regular, organizada com base na hierarquia e na disciplina, sob a autoridade suprema do Presidente da República, e dentro dos limites da lei. Como instituição, e a cumprir sua missão constitucional, o EB participa de diversas missões, no território brasileiro e fora dele, que geram visibilidade e oportunidade de divulgação institucional do trabalho do EB (BRASIL, 1988, p. 90).

O Centro de Comunicação Social do Exército – CCOMSEX como órgão gestor do Sistema de Comunicação Social do Exército – SISCOMSEX é bastante solicitado para realizar a cobertura e a divulgação institucional da participação do EB em grandes eventos de interesse da Força Terrestre, e da sociedade em geral, tais como Copa do Mundo, Jornada Mundial da Juventude, Jogos Olímpicos etc. Para esse fim, é interessante que o CCOMSEX utilize os militares integrantes do SISCOMSEX.

Este trabalho analisa a participação dos integrantes SISCOMSEX nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos (JOP) Rio 2016. Busca-se mostrar que, utilizando os integrantes do SISCOMSEX, os seus meios e equipamentos, o EB poderá realizar uma divulgação institucional maciça da sua participação em grandes eventos, informar melhor a sociedade sobre como o EB atua e mostrar sua importância para a Nação Brasileira.

Visto que a comunicação de uma instituição pública difere daquela realizada no setor privado da mídia, porque a grande maioria dos meios de comunicação de massa depende da publicidade, pois tem nela sua principal fonte de recursos. O resultado disso é a submissão do conteúdo informativo às regras do mercado. Dessa forma, deixa-se de lado o comprometimento com o interesse coletivo, bem como o pressuposto de que a imprensa tem o dever de bem informar o cidadão para que ele possa compreender as discussões sociais, criticá-las e delas participar. Tal abordagem se justifica pela contribuição que pode trazer para o desenvolvimento da doutrina de comunicação social do EB, gerando ideias sobre como o CCOMSEX pode utilizar melhor os recursos humanos disponíveis nas Organizações Militares para auxiliar na divulgação institucional das atividades da Força Terrestre.

O objetivo deste trabalho é realizar uma análise sobre a participação dos integrantes do SISCOMSEX nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos (JOP) Rio 2016. Tal intento será alcançado por meio da pesquisa bibliográfica nos documentos de comunicação social do EB e no relatório dos JOP e JP 2016, onde se buscará demonstrar que é viável e eficaz a utilização de militares e/ou civis que integram o SISCOMSEX na divulgação da participação do EB em eventos de conhecimento do público em geral, como forma de maximizar o efeito das ações realizadas, levando à sociedade as informações sobre os eventos ocorridos.

2 A COMUNICAÇÃO SOCIAL NO EXÉRCITO BRASILEIRO

A comunicação social é uma ciência social aplicada e consiste em um conjunto de sinais ao serviço da formação e conservação do grupo social.

A comunicação social tem como objetivo estudar os fenômenos que ocorrem graças à relação entre a sociedade e os meios de comunicação de massa. A comunicação social abarca processos de informação, persuasão e entretenimento de indivíduos e grupos. A comunicação como parte do comportamento humano é de grande relevância, é a essência do Homem, o templo onde habita a linguagem e sociabilidade. Comunicar é pôr em comum, é aproximar distâncias. Por esse motivo, a comunicação social assume uma elevada importância, já que estuda a comunicação humana e a interação entre pessoas dentro da sociedade. Na sociedade civil, o profissional da comunicação social poderá trabalhar em agências de publicidade, na promoção de eventos, em assessoria de empresa, em editoras, institutos de pesquisa, gráficas, departamentos de comunicação e marketing de empresas, em veículos de comunicação, em produtoras de vídeo e som e, na assessoria publicitária e de comunicação de órgãos governamentais (SIGNIFICADOS, 2018)².

Um dos mais importantes autores da área de comunicação definiu a comunicação social como sendo a comunicação formal que se refere à troca e ao compartilhamento de informações de utilidade pública, assim como a manutenção do liame social cuja responsabilidade é incumbência das instituições públicas (BRANDÃO, 2009).

² Disponível em: <https://www.significados.com.br/comunicacao-social/>. Acesso em : 22/11/2018

2.1 Principais conceitos da comunicação social do Exército Brasileiro

2.1.1 Comunicação Social no Exército Brasileiro

O EB20-MF-03.103, 2ª edição – 2017 traz como sendo Comunicação Social o processo pelo qual se podem exprimir ideias, sentimentos e informações, visando a estabelecer relações e somar experiências. Ou seja, é a principal interface do Exército com a sociedade, especialmente seu público de interesse. (BRASIL, 2017)

A principal missão da Comunicação Social do Exército é preservar e fortalecer a imagem do Exército junto às comunidades nacional e internacional (BRASIL, 2017. p, 2-2), ideia visualizada em diversas publicações do EB.

a. Missão da Comunicação Social do Exército: A fim de preservar e de fortalecer a imagem da Força perante a sociedade brasileira, bem como a comunidade internacional, a CS do EB deverá conduzir atividades de relações públicas, de assessoria de imprensa e de divulgação institucional em todos os níveis de comando, difundindo o trabalho, a importância, os princípios, os valores e os atributos militares que embasam e norteiam o EB (MINISTÉRIO DA DEFESA, EXERCITO BRASILEIRO, 2018-2019).

Verifica-se a importância das relações públicas e assessoria de imprensa para a boa relação do EB com a sociedade. A comunicação social entre a sociedade e suas instituições está ligada a dois aspectos fundamentais: a necessidade de se divulgar opiniões e realizações de um indivíduo ou grupo de pessoas e a existência daquele conjunto de instituições conhecidas como meio de comunicação de massa.

Para o EB, são 3 as principais atividades de CS: Assessoria de Imprensa, Relações Públicas e Divulgação Institucional. A assessoria de imprensa tem como principais atribuições informar e responder aos questionamentos da mídia, bem como fornecer a resposta oficial da Força; a atividade de RP estabelece contato com os diferentes públicos de forma integrada com outras atividades da CS, por meio de diversos instrumentos e canais de comunicação; e a atividade de divulgação institucional implica elaboração e disseminação de produtos de CS e a utilização dos veículos de comunicação e dos canais de distribuição adequados para levá-los aos públicos-alvo (MINISTÉRIO DA DEFESA. EXERCITO BRASILEIRO, 2017).

Portanto o Exército Brasileiro compreende que a comunicação entre instituições e sociedade se faz necessária, em um contexto em que a transparência e a

democratização da informação, em especial, dos órgãos públicos, apresentem-se como meios de promover a cidadania e de cumprir o papel de bem informar o cidadão.

Tão importante quanto a missão e as atividades de CS são os itens instituídos pelo EB, no manual EB20-MF-03.103, como sendo os pilares da atuação da Comunicação Social do EB. São três esses pilares: credibilidade, transparência e oportunidade. Conforme prescrito no referido manual, a credibilidade é a garantia na manutenção da confiança das informações fornecidas pela instituição, fazendo com que o EB mantenha seus altos níveis de credibilidade junto à sociedade brasileira. A Transparência representa o respeito ao direito constitucional que permite ao público o conhecimento das atividades, observando as diretrizes de segurança da informação. E, por fim, a oportunidade que é o desencadeamento das ações no momento oportuno, sincronizadas no tempo e no espaço (MINISTÉRIO DA DEFESA. EXERCITO BRASILEIRO, 2017).

Pois como bem lembra Barbosa (2008, p. 120)

A sociedade é o motivo maior da existência dos Poderes Públicos. Nada mais justo, portanto, do que não medir esforços para aproximar-se dela e prestar contas à população. E uma das formas mais transparentes de prestar contas é comunicando atos, deixando claro como se dá seu funcionamento, quais serviços a instituição presta, como a sociedade pode fazer valer seus direitos e utilizar-se daquele Poder.

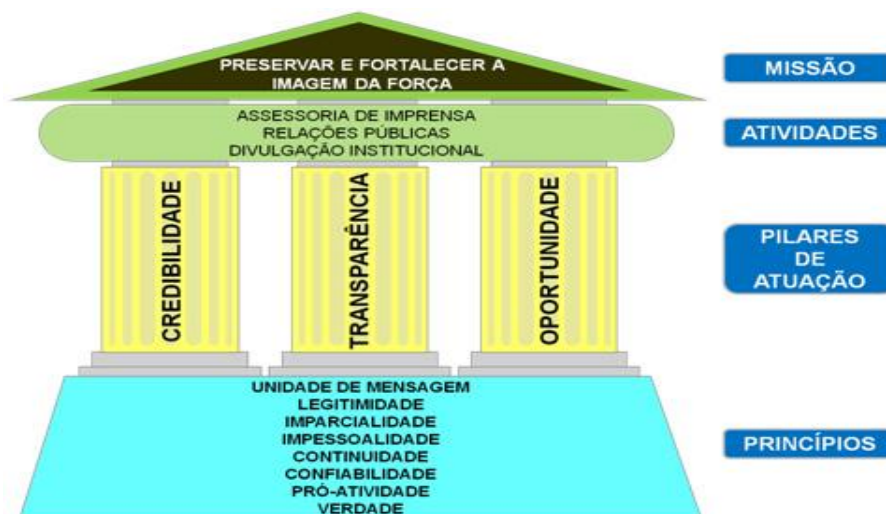
Segundo o manual EB20-MF-03.103, a “arquitetura da comunicação social do EB”, apresenta os princípios da Comunicação social no quadro 1.

Quadro 1. Princípios da comunicação social

PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO SOCIAL	
VERDADE	É a essência da atividade de CS, visto que a fidedignidade dos fatos como realmente ocorreram assegura coerência, credibilidade e confiança.
PROATIVIDADE	Postura que deve ser adotada, sempre que possível, antecipando-se aos futuros acontecimentos.
CONFIABILIDADE	Manutenção da credibilidade das informações perante os diversos públicos pela utilização de fontes idôneas.
CONTINUIDADE	Manutenção da atividade de CS e atualização constante das informações e dos produtos.
IMPESSOALIDADE	Desprovemento de qualquer intenção de promoção pessoal ou de um grupo, focando nos valores e tradições do Exército Brasileiro.

IMPARCIALIDADE	Manutenção da igualdade de tratamento dos diversos públicos e órgãos de mídia, sem distinção, privilégios ou exclusividade. É uma mentalidade imprescindível a todos os escalões da Instituição.
LEGITIMIDADE	Respeito às instituições nacionais, à ordem jurídica vigente, aos preceitos legais e aos fundamentos morais da nacionalidade em qualquer situação ou atividade.
UNIDADE DE MENSAGEM OU DE DISCURSO	Uso das mesmas ideias-força nas mensagens ou discursos, de forma coordenada em todos os escalões.

Figura 01 – Arquitetura de Comunicação Social do EB



Fonte: MINISTÉRIO DA DEFESA. EXÉRCITO BRASILEIRO(2017)

Sendo assim, o Manual de CS do EB, a arquitetura abrange a missão, as atividades, os pilares de atuação e os princípios, conforme ilustrado na figura 01.

2.2 O Centro de Comunicação Social do Exército Brasileiro

O Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEX), Órgão de Assistência Direta e Imediata (OADI) do Cmt Ex, é o órgão gestor da Comunicação Social do EB. O CCOMSEX, com seus profissionais, é o responsável pelas campanhas institucionais do Exército e pela divulgação de produtos confeccionados pela OM. Diversas OM do EB procuram o CCOMSEX com a finalidade de realizarem a cobertura de eventos e a confecção de produtos de divulgação institucional dos mesmos.

Com o seu pequeno efetivo, cerca de 100 (cem) homens e mulheres, é inviável para o CCOMSEX realizar a cobertura de todos os eventos importantes do Exército, cobrindo todo o território nacional e confeccionando produtos de Com Soc (fotográficos, vídeos e impressos gráficos) para todas as OM do SISCOMSEX. Para isso, o

CCOMSEX tem que se valer dos integrantes do SISCOMSEX para garantir a eficiência da CS do EB. Além do conhecimento técnico a respeito do assunto,

A credibilidade e o “capital de confiança” alcançados pelo EB perante a sociedade, em face de resultados obtidos nas mais diversas ações em que a Força Terrestre se fez e se faz presente, aumentam sua exposição na mídia. Dessa forma, cabe a cada integrante do EB atuar como um Agente de Comunicação Social, contribuindo e sendo responsável pelo fortalecimento e pela preservação da imagem institucional (MINISTÉRIO DA DEFESA, EXERCITO BRASILEIRO, 2018-2019)

Pelas orientações de Zémor (1995) apud Brandão (2006), verifica-se que a prática da comunicação pública baseia-se em uma relação entre a instituição e o cidadão pautada pelo interesse público, posicionado acima das necessidades da organização, e pela participação da sociedade. Isso significa que a ação comunicativa da corporação não deve ser de mera divulgação de informações, mas, sim, de estabelecimento de uma troca que seja capaz de tornar o cidadão não apenas receptor das mensagens, mas também parte integrante da construção de um discurso público.

2.2.1 Missão do CCOMSEX

O Plano de Comunicação Social 2018 traz que é imprescindível que o CCOMSEx, produza conteúdos regulares com linguagem jornalística, por meio da nova estrutura chamada Agência Verde-Oliva, voltados ao esclarecimento sobre o emprego da Força Terrestre e os valores da Instituição. Além disso, que mantenha os diversos públicos oportuna e efetivamente informados sobre as ações do EB e sobre outros conteúdos de interesse (MINISTÉRIO DA DEFESA, EXERCITO BRASILEIRO, 2018-2019).

O Art. 4º do Regimento Interno do CCOMSEX traz que compete ao Centro:

- I. Planejar, supervisionar, orientar, coordenar, controlar e promover as atividades de Comunicação Social no âmbito do Exército;
- II. Assessorar o Comandante do Exército nas atividades de Comunicação Social;
- III. Executar a Diretriz Estratégica de Comunicação Social;
- IV. Atuar como órgão central do Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEX);
- V. Articular a integração do SISCOMSEX com o órgão setorial do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM), encarregado da atividade de comunicação social no Ministério da Defesa (MD);
- VI. Ligar-se com os centros de comunicação social das demais Forças, buscando a conjugação de esforços nas atividades de interesse comum;
- VII. Propor diretrizes e documentos normativos de atuação do Exército nas áreas de Comunicação Social;
- VIII. Cooperar com o Estado-Maior do Exército (EME) na formulação e no desenvolvimento dos princípios doutrinários relativos à Comunicação Social;

IX. Ligar-se diretamente com o EME, com os Órgãos de Assistência Direta e Imediata do Comandante (OADI), com os Órgãos de Direção Setorial (ODS) e com os Comandos Militares de Área (C Mil A), para a troca de informações necessárias ao desenvolvimento dos estudos e projetos relativos à Comunicação Social;

X. Sugerir ao Departamento de Educação e Cultura do Exército (DECEX) e ao Departamento de Ciência e Tecnologia (DCT) os objetivos a serem atingidos e os temas a serem pesquisados, no que se refere à disciplina Comunicação Social, nos estabelecimentos de ensino da Força; e

XI. Apoiar o planejamento e a execução das atividades de comunicação social no preparo e no emprego da Força Terrestre nas operações singulares, conjuntas, interagências e combinadas, em conformidade com as diretrizes emanadas pelo Comando de Operações Terrestres (COTER) (MINISTÉRIO DA DEFESA, EXERCITO BRASILEIRO, 2018-2019)

O CCOMSEX, é subordinado diretamente ao Comandante do Exército, é vinculado administrativamente ao Gabinete do Comandante do Exército. Os integrantes do CCOMSEX são considerados, para todos os efeitos, como pertencentes a este Gabinete.

2.3 O Sistema de Comunicação Social do Exército

Para coordenar e integrar toda a CS do EB, existe um sistema que visa manter ativa e eficiente toda a estrutura de comunicação. “O SISCOMSEX integra estruturas, processos, rotinas e pessoas da Instituição, envolvidos no planejamento, preparo, execução e contínua avaliação das atividades de CS” (MINISTÉRIO DA DEFESA, EXERCITO BRASILEIRO, 2018-2019)

Percebe-se que o SISCOMSEX alinha seus objetivos à comunicação pública, Zemor (1995) identifica a informação como o objeto principal das estratégias de abordagem da comunicação de instituições públicas, que podem ser descritas como: (1) responder à obrigação que as instituições públicas têm de informar o público; (2) estabelecer uma relação de diálogo, de forma a permitir a prestação de serviço ao público; (3) apresentar e promover os serviços da administração; (4) tornar conhecida a instituição por meio da comunicação externa e interna; e (5) divulgar ações de comunicação cívica e de interesse geral.

Na visão de Duarte (2007, p. 61), a Comunicação Pública é abrangente, põe o cidadão no centro, sendo:

[...] um bem e um direito de natureza coletiva, envolvendo tudo o que diga respeito a aparato estatal, ações governamentais, partidos políticos, movimentos sociais, empresas públicas, terceiro setor e, até mesmo, em certas circunstâncias, às empresas privadas.

O autor entende que o conceito não deve ser confundido com o de Comunicação Política, que trata somente “[...] do discurso e da ação na conquista da opinião pública em relação a ideias ou atividades que tenham relação com o poder” (DUARTE, 2007, p. 62).

Portanto, o CCOMSEX é o responsável por gerenciar o SISCOMSEX, tornando-o um instrumento de CS efetivo para que o EB dialogue com seus diversos públicos de interesse. Fazem parte do SISCOMSEX todas as Organizações Militares (OM) do EB, sendo divididas, conforme seu grau de importância e suas possibilidades e limitações, em agências divididas em 4 classes, conforme demonstra na Figura 2.

Figura 2 – Estrutura do Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEX)



Fonte: (MINISTÉRIO DA DEFESA, EXERCITO BRASILEIRO, 2018-2019)

A Portaria Nº 101, de 18 de março de 2003 aprova Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEX), quem o compõem e quais são suas normas de Funcionamento. A portaria apresenta a organização e o funcionamento do SISCOMSEX, bem como a documentação básica inerente ao referido sistema.

A Comunicação Social é um multiplicador do poder de combate, pois previne erros de entendimento e de percepção dos nossos militares, interfere diretamente no moral da tropa, facilita a coesão, conforma a opinião pública, fortalece convicções e assegura a obtenção da vontade decisiva — instrumento essencial da vitória. (BRASIL, 2003).

O SISCOMSEX integra estruturas, processos, rotinas e pessoas da Instituição, envolvidos no planejamento, preparo, execução e contínua avaliação das atividades de CS. O Manual de CS do EB define como missões do SISCOMSEX:

- a. Coordenar e integrar o conjunto de atividades de Com Soc;
- b. Assessorar o Comandante do Exército (Cmt Ex) nos assuntos referentes à Com Soc;
- c. Executar as ações previstas no Plano de Comunicação Social do Exército;
- e
- d. Estabelecer um canal técnico entre os diversos escalões, racionalizando e agilizando os fluxos comunicacionais (MINISTÉRIO DA DEFESA. EXERCITO BRASILEIRO. Portaria Nº 101, de 18 de março de 2003).

2.4 A RESISCOMSEX

A portaria Nº 317, de 3 de julho de 2000, aprova as Normas para o Funcionamento da Rede do Sistema de Comunicação Social do Exército (RESISCOMSEX), regula o acesso aos produtos e serviços oferecidos pela rede e relaciona os objetivos da RESISCOMSEX. A RESISCOMSEX compreende um conjunto de produtos e serviços que, utilizando os meios de comunicação à disposição do CCOMSEX, proporcionará a interligação e integração do SISCOMSEX, implementando o canal técnico de comunicação social da Força (BRASIL, 2003).

A RESISCOMSEX é o meio pelo qual os integrantes do sistema estabelecem as ligações do canal técnico necessárias ao funcionamento do SISCOMSEX. Para realizar sua função, a RESISCOMSEX utiliza-se do canal técnico como recurso de ligação colaborativa e ágil entre os integrantes do SISCOMSEX, promovendo melhores condições de desempenho e eficácia do sistema.

O intenso uso da RESISCOMSEX, em tempo real, confere pronta resposta necessária aos acontecimentos que tenham repercussão imediata na imagem da Instituição.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Diante do objetivo deste estudo, a pergunta que norteou a realização da pesquisa foi: Como utilizar de forma eficaz os recursos humanos do SISCOMSEX na

divulgação dos grandes eventos em que haja a participação do EB? Para isso, decidiu-se pela realização de uma pesquisa qualitativa, exploratório-descritiva e alicerçada em uma pesquisa documental.

Está é uma pesquisa qualitativa, pois não procura enumerar ou mensurar os eventos estudados nem dados coletados.

A pesquisa qualitativa é fundamentada principalmente em análise qualitativa, caracterizando-se, em princípio, por não utilizar-se de instrumental estatístico na análise dos dados (VIEIRA; ZOUAIN, 2006, p. 17). O objetivo deste estudo é analisar como o CCOMSEX utilizou os recursos humanos do SISCOMSEX na divulgação da participação do EB nos JO e JOP Rio 2016. Perovano (2016, p. 290) destaca que, “a análise qualitativa implica na interpretação de dados até chegar a conceitos claros, compreensíveis e confiáveis, que ao fim seja possível atribuir sentido aos dados analisados”.

Esta pesquisa também é exploratória, uma vez que a pesquisa proporciona maior proximidade com o problema. De acordo com Perovano (2016, p. 153), a pesquisa exploratória é “quando ainda não foi explorado ou seus conceitos foram insuficientemente ou pouco desenvolvidos”.

É uma pesquisa documental, uma vez que está baseada na consulta aos documentos de Com Soc do EB e o relatório dos JO e JOP Rio 2016 do CCOMSEx. Perovano (2016, p. 187) aponta que a pesquisa documental, “consiste no desenho qualitativo, uma vez que se utiliza de artefatos documentais considerados passados ou históricos”.

Seguindo por esta linha, Mattar (1996, p. 23) define que

As pesquisas conclusivas descritivas são caracterizadas por possuírem objetivos bem definidos, procedimentos formais, serem bem estruturadas e dirigidas para a solução de problema ou avaliação de alternativas de curso de ação.

Nesta linha de pensamento exposta, esta pesquisa apresenta objetivos bem definidos para solução de um problema e não utilizará de instrumental estatístico para análise dos dados.

A seguir são apresentados e discutidos os resultados do estudo.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os Jogos Olímpicos Rio 2016, considerado o maior evento de mídia do mundo naquele ano, foram realizados na Cidade do Rio de Janeiro e em cinco cidades-sede do futebol (Belo Horizonte, Brasília, Manaus, Salvador e São Paulo), no período de 5 a 21 de agosto. No evento, ocorreram 42 campeonatos mundiais em 17 dias de competições. Houve a participação de 206 países, totalizando, aproximadamente, 11.000 atletas, 45.000 voluntários e 25.000 profissionais de mídia credenciados. (MINISTÉRIO DA DEFESA, 2016).

Logo em seguida aos jogos, no período de 7 a 18 de setembro, foram realizados os Jogos Paralímpicos Rio 2016, somente na Cidade do Rio de Janeiro. Na oportunidade, ocorreram 23 campeonatos mundiais em 12 dias de competições. O evento contou com a participação de 176 países, totalizando, aproximadamente, 4.300 atletas, 25.000 voluntários e 7.000 profissionais de mídia credenciados. (MINISTÉRIO DA DEFESA, 2016).

A concentração de dezenas de delegações Olímpicas e de milhares de repórteres e turistas, todos de diferentes nacionalidades, somada à presença de dezenas de Chefes de Estado e de intensa cobertura da mídia ao vivo, tornou o grande evento um catalisador de vantagens e de riscos para o Brasil como país-sede.

O Exército Brasileiro (EB) atuou em conjunto com a Marinha e a Aeronáutica, sob a coordenação do Ministério da Defesa (MD), em três grandes vertentes (Segurança e Defesa, Cessão de Instalações e Desporto), com destaque para a participação de atletas militares de alto rendimento, totalizando um efetivo aproximado de 22 mil militares.

Nesse contexto, o SISCOMSEX contribuiu para a realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 em ambiente pacífico e seguro, buscando manter a superioridade da informação em relação aos eventuais vetores de ameaça.

Para tanto, o SISCOMSEX buscou assegurar o emprego coordenado das ações de Comunicação Social, de modo a promover a sinergia de esforços na obtenção dos efeitos desejados, comunicando a atuação do EB nos eventos-teste e nos Jogos Rio 2016.

4.1 A missão da Com Soc nos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos/ Rio 2016

O EB, em função da amplitude das missões para os JO e JOP Rio 2016, decidiu que, no ano de 2016, os jogos representariam desafios de elevada prioridade para o Exército, para os quais a comunicação social constituiu-se em uma das ferramentas mais importantes, gerando a visibilidade necessária para o êxito do evento. (MINISTÉRIO DA DEFESA, 2016).

Com esse intuito, o SISCOMSEX envidou todos os esforços necessários, de forma a atuar como fator relevante para o sucesso das ações da Instituição, catalisando a opinião pública em prol da proteção e do fortalecimento da imagem da Força.

Dessa forma, a cobertura dos eventos permitiu o desenvolvimento de uma cultura de integração entre as Forças Armadas e a interoperabilidade interagências, destacando a participação da Força e enaltecendo os valores, os princípios militares e os sentimentos de cidadania e nacionalidade em toda a sociedade brasileira.

Em virtude da grandiosidade do evento, fez-se necessária a organização de uma estrutura peculiar, mediante a convocação de militares com capacidades técnicas específicas na área de comunicação, para integrarem destacamentos de comunicação social a serem empregados na divulgação do Exército, nas diferentes áreas de participação.

O Exército Brasileiro, em função da amplitude das missões para os jogos olímpicos/ 2016 e das peculiaridades da Cidade do Rio de Janeiro, estabeleceu, em sua estrutura militar, um Coordenador Geral de Defesa de Área (CGDA) e Comandos de Defesa Setoriais (CDS) correspondentes aos setores Olímpicos da Barra, Copacabana, Deodoro e Maracanã, com a finalidade de facilitar a integração das ações previstas no planejamento de segurança interagências.

Com base em recursos humanos selecionados criteriosamente dentro do SISCOMSEX, coube ao Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEX) estabelecer uma estrutura proativa capaz de desempenhar todas as atividades atinentes à Comunicação Social, tais como Relações Públicas (RP), Informações Públicas (Info Pub) e Divulgação Institucional (Div Inst).

Para a melhor interface com os diferentes públicos, foi desenvolvido um portal de notícias específico para a divulgação do emprego do EB em prol dos Jogos Olímpicos e

Paralímpicos Rio 2016 (<http://www.exercito-rio2016.eb.mil.br/>), que funcionou de forma ágil, dinâmica e envolvente. Artigos, vídeos e reportagens foram disponibilizados para acompanhamento *on-line*. Segundo o relatório dos JO do CCOMSEX, ao final dos eventos o *hotsite* contabilizou 228.000 acessos.

Ao realizar o levantamento junto aos documentos de CS do EB e o relatório dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos Rio 2016, foi possível entender que o procedimento adotado pelo CCOMSEx durante os referidos jogos possibilitou a confecção de uma quantidade considerável de produtos de CS, o que foi ao encontro do previsto no Plano de Comunicação Social do EB de 2016 que trazia “Os Jogos Olímpicos serão prioridade para o Exército em 2016. (BRASIL, 2016).

a) Vídeos confeccionados

A confecção de 125 (cento e vinte e cinco) vídeos, disponibilizando cerca de 244 (duzentos e quarenta e quatro) minutos audiovisuais editados é um indicador da forte produtividade dos Dst Com Soc do EB nos JO e JP Rio 2016. Todos os vídeos produzidos estão hospedados e podem ser assistidos no canal do EB no Youtube como o vídeo “Exército Brasileiro na Abertura das Olimpíadas #Rio2016” do link: <https://www.youtube.com/watch?v=GhgCLRxCmOQ>. (BRASIL, 2016).

b) Matérias jornalísticas escritas

Foram escritas 448 (quatrocentos e quarenta e oito) matérias como a matéria intitulada “3º Sgt Poliana Okimoto é bronze na maratona aquática”, que pode ser acessada pelo link <http://exercito-rio2016.eb.mil.br/web/ccfex/-/militar-da-maratona-aquatica-e-bronze-nos-jogos-olimpicos?inheritRedirect=true&redirect=%2Fweb%2Fccfex%2Fhome>. Todas as matérias escritas e disponibilizadas durante os JO e JP Rio 2016 podem ser acessadas no *hotsite* <http://www.exercito-rio2016.eb.mil.br/>. (BRASIL, 2016)

c) Postagens nas mídias sociais do Exército Brasileiro

No tocante às postagens nas Mídias Sociais do EB, foram 541 (quinhentas e quarenta e uma) postagens, com textos, matérias e/ou fotos no Twitter do EB ou no Facebook do Exército. Tais postagens possibilitaram o alcance de milhares de jovens

simultaneamente à ocorrência dos eventos em que o EB se fez presente. (BRASIL, 2016)

d) Alcance global de pessoas

Segundo o relatório do CCOMSEX a respeito dos JO e JP, os produtos confeccionados e divulgados durante os jogos pelo EB alcançaram cerca de 36.645.417 (trinta e seis milhões, seiscentos e quarenta e cinco mil, quatrocentos e dezessete) pessoas, dando visibilidade aos trabalhos da Força Terrestre perante seu público de interesse e reforçando à imagem e credibilidade do EB junto à população brasileira. (BRASIL, 2016)

e) Economia de recursos com mídia espontânea

Ainda citando os resultados apresentados no Relatório dos JO e JP 2016, no que diz respeito à exposição do EB nas mídias nacional e internacional, o CCOMSEX realizou um trabalho de pronta resposta eficiente, recebendo e respondendo às demandas da imprensa. Conforme consta no citado relatório, com a exposição do EB nas principais fontes jornalísticas do País, no período analisado de 1º Jan a 18 de Set 2016, o retorno em mídia espontânea positiva da ordem de R\$ 145.408.000,00 (cento e quarenta e cinco milhões, quatrocentos e oito mil reais) . (BRASIL, 2016)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É importante relembrar a intenção deste estudo de analisar a participação dos integrantes do Sistema de Comunicação Social do Exército nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos (JOP) Rio 2016. Neste sentido, foi possível perceber que a utilização dos integrantes do SISCOMSEX na divulgação da participação do EB nos Jogos Olímpicos e Jogos Paraolímpicos proporcionou resultados expressivos em termos quantitativos no que diz respeito à confecção de produtos de Comunicação Social.

Tais resultados nos levam a acreditar que a utilização dos recursos humanos e materiais do SISCOMSEX, coordenados pelo CCOMSEx, nos eventos cuja participação do EB sejam significativas, podem potencializar a divulgação dessa participação protegendo e reforçando a imagem da Força junto à sociedade.

Apesar dos fatores sociais que dificultam o acesso à informação, as novas estratégias de assessoria de comunicação ganham espaço com as mídias sociais, conseqüentemente, tem um aumento de acesso dos públicos de interesse. As ações desenvolvidas pelo SISCOMSEX, durante os JO e JOP Rio 2016, contribuíram para divulgar as ações desenvolvidas pelo Exército Brasileiro, informando a sociedade sobre o importante papel do EB naquele evento esportivo mundial. A Comunicação Social realizou uma comunicação integrada, utilizou ferramentas disponíveis nas mídias sociais, conforme a diversidade do público, e potencializou os resultados atingidos, tendo um alcance total bastante expressivo de cerca de 36.645.417 (trinta e seis milhões, seiscentos e quarenta e cinco mil, quatrocentos e dezessete).

O ato de contatar o público e mobilizar os assinantes das mídias sociais aproxima o cidadão das informações, propicia a criação e a consolidação de canais de comunicação entre as instituições e a sociedade civil, que revela suas expectativas, anseios e interrogações. Com este tipo de mobilização as pessoas dialogam com mais liberdade e interagem melhor com as instituições públicas.

Este trabalho requer um maior aprofundamento no estudo da convocação e da participação dos integrantes do SISCOMSEX em outros grandes eventos esportivos, operacionais, administrativos, humanitários etc. Portanto, no futuro, novos trabalhos poderão ser realizados com a finalidade, de melhor dimensionar os resultados obtidos pela Com Soc do EB com a utilização dos recursos humanos e materiais do SISCOMSEX.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Henrienne. **Poder judiciário e comunicação democrática**. Disponível em: <<http://www.comtexto.com.br/artigohenriannepoderjudiciario.htm>>. Acesso em: 28/11/2018.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

———. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública**: Estado, Governo, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Editora Atlas, 2007.

BRASIL, Centro de Comunicação Social do Exército. **Manual Técnico EB10-MT-11.001 - Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social**, 1ª Edição, Brasília, DF: EGGCF, 2017.

———. Centro de Comunicação Social do Exército. **Plano de Comunicação Social do Exército para os anos de 2018 e 2019 (EB10-P-11.001)**, Brasília, DF: EGGCF, 2017.

———. **Diretriz de Comunicação Social do Exército para o ano de 2018 (EB10-D-11.005)**, Brasília, DF: EGGCF, 2017.

———. **Diretriz do Comandante do Exército**. 2017-2018.

———. **Manual de Fundamentos de Comunicação Social**. 2ª Edição. 2017.

———. **Manual técnico, técnicas e procedimentos de comunicação social**. 1ª edição. 2017.

———. Gabinete do Comandante do Exército. **Diretriz do Comandante Do Exército 2017-2018**, Brasília, DF: EGGCF, 2016.

———. Centro de Comunicação Social do Exército. **Regimento Interno do CCOMSEX**, publicado no Boletim do Exército Nº 11/2014. Brasília, DF: SGEX, 2014.

———. Gabinete do Comandante do Exército. **Portaria Nº 089, de 5 de março de 2004** que aprovou a Política de Informação do Exército, integrante da coletânea de Políticas Específicas do Exército (SIPLEx3). Brasília, DF: SGEx, 2004.

———. Aprova as Normas para a Organização e o Funcionamento do Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEX). **PORTARIA Nº—101, DE 18 DE MARÇO DE 2003.**

———. Gabinete do Comandante do Exército. **Portaria nº 317, de 3 de julho de 2000** que aprovou as Normas para o Funcionamento da Rede do Sistema de Comunicação Social do Exército (RESISCOMSEX). Brasília, DF: SGEx, 2000.

———. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil:** promulgada em 5 de outubro de 1988. Organização do texto: Juarez de Oliveira. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1990.

———. Diretriz de Comunicação Social do Exército – 2018. PORTARIA Nº 1.464, DE 26 DE OUTUBRO DE 2017. EB10-D-11.005.

DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública:** Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2007.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de Marketing.** 1.ed. São Paulo: Atlas, 1996.

VIEIRA, Marcelo Milano Falão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa Qualitativa em Administração.** 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

ZÉMOR, Pierre. **La communication publique.** Paris: PUF, 1995.