1 INTRODUÇÃO

No ambiente operativo contemporâneo, “a opinião pública, tanto nacional quanto internacional, está menos propensa a aceitar o emprego da força para quais o Estado aplicava suas Forças Armadas e tem exercido papel de protagonismo no gerenciamento de crise e na solução de conflitos” (BRASIL, 2013, p.2-1).

A formação da opinião pública brasileira é tradicionalmente baseada nas informações transmitidas à população pela mídia regular (jornal impresso, rádio e televisão). Atualmente, esse espaço é dividido com as novas ferramentas de informação trazidas com o advento da rede mundial de computadores (*Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, Linkedin, YouTube*).

Alinhado com a evolução do combate e com a inserção das considerações civis como fator da decisão, o Exército Brasileiro (EB) ampliou as atividades do Centro de Comunicação Social do Exército (CComSEx). A finalidade desse órgão é preservar e fortalecer a imagem da Força. A produção de conteúdos jornalísticos fica sob responsabilidade de uma nova estrutura chamada Agência Verde-Oliva, subordinada CComSEX e voltada para a disseminação do emprego da Força Terrestre e dos valores da instituição.

A partir do ano de 2011, a Força Terrestre deparou-se com uma série de operações, sejam elas voltadas para os grandes eventos (Copa do Mundo e Olimpíadas) ou conflitos internos, que testaram a eficiência da Comunicação Social (Com Soc) do Exército na construção de uma narrativa dominante durante a solução dos conflitos.

Nesse contexto, a intervenção federal na segurança pública do Estado do Rio de Janeiro, no período de 16 de fevereiro a 31 de dezembro de 2018, foi o último e mais complexo desafio enfrentado pelos elementos de Com Soc. O Presidente da República Michel Miguel Elias Temer Lulia, por intermédio do Decreto Presidencial nº 9.288, de 16 de fevereiro de 2018, nomeou o General de Exército Walter Souza Braga Neto, Comandante Militar do Leste, como Interventor, e o General de Divisão Richard Fernandez Nunes, como Secretário de Segurança Pública, com a finalidade de estabilizar a crise fluminense.

O receio da mídia com os desdobramentos da intervenção, temendo, em especial, um retorno dos militares a cargos políticos do governo, levou a um

acompanhamento cerrado da evolução das operações com divulgação intensa dos resultados obtidos pelas tropas em operações.

Verificou-se, entretanto, um relativismo na apresentação dos resultados alcançados pelas forças federais, sendo divulgados com uma ênfase maior os dados negativos, enquanto os positivos foram minimizados pelos meios de comunicação de ampla propagação.

A atuação das agências de Com Soc, em todos os níveis, é de vital importância para que essa narrativa seja construída de forma verossímil e que as forças de segurança, em particular o EB, consigam divulgar para a sociedade como o trabalho está sendo desenvolvido e quais são os resultados obtidos.

1.1 PROBLEMA

Diante do pressuposto apresentado, observa-se que a Com Soc do Exército tem importância fundamental na construção da narrativa dominante dos acontecimentos para conquistar a opinião pública a favor das tropas federais e garantir o êxito das operações.

Entretanto, a mídia regular tem uma grande capilaridade para alcançar diversos públicos e impor a sua narrativa por sua estrutura robusta, construída ao longo de muitos anos

Diante do exposto e, visando propor a ampliação do impacto das informações institucionais do Exército durante suas operações militares, foi formulado o seguinte problema de pesquisa: **como o Exército Brasileiro, por intermédio da divulgação institucional, pode influenciar a narrativa dominante em suas operações?**

1.2 OBJETIVOS

A fim de determinar as necessidades inerentes à atividade de Comunicação Social - Divulgação Institucional no combate moderno, o presente estudo pretende discutir novas ferramentas de divulgação institucional para aumentar o impacto dos resultados positivos das ações da tropa perante a sociedade brasileira, levando em consideração as operações realizadas durante a intervenção federal na segurança pública do Estado do Rio de Janeiro no ano de 2018. Para viabilizar a consecução do objetivo geral de estudo, foram formulados os objetivos específicos, abaixo

relacionados, que permitiram o encadeamento lógico do raciocínio descritivo apresentado neste estudo:

a. identificar as Capacidade Relacionadas à Informação, enfatizando a Comunicação Social;

b. definir a atividade de comunicação social, Divulgação Institucional;

c. descrever os resultados obtidos durante a intervenção federal no Estado do Rio de Janeiro; e

d. registrar os resultados das pesquisas sobre o impacto da Divulgação Institucional do Exército durante a intervenção federal.

1.3 JUSTIFICATIVAS E CONTRIBUIÇÕES

O ambiente operativo contemporâneo “tornou-se congestionado e difuso, uma vez que as operações militares têm sido desenvolvidas, cada vez mais em áreas humanizadas” (BRASIL, 2014, p. 2-1). A opinião pública é fator determinante no sucesso das operações militares em todos os níveis.

O Exército possui o CComSEx como órgão central de comunicação, que assessora diretamente o Comandante da Força sobre os assuntos atinentes à comunicação social e coordena o trabalho de Com Soc nas suas agências subordinadas, tudo com a finalidade de passar uma mensagem harmônica e verdadeira ao público interno e externo por meio de suas atividades visando manter o prestígio da Força Terrestre.

Nesse contexto, as técnicas e procedimentos de comunicação são meios eficientes para divulgar a “imagem” da Força, durante as operações ou em situação de normalidade, traduzindo em seus produtos audiovisuais o trabalho realizado pelo EB.

Dessa forma, o presente trabalho se justifica pela importância do emprego dessa ferramenta tão nobre para conquista da narrativa dominante em um cenário difuso e incerto, buscando potencializar suas capacidades ampliando o impacto sobre a população brasileira.

Esta pesquisa poderá servir de inspiração para um estudo mais detalhado acerca do tema, com a finalidade de propor uma real mudança na diversidade de ferramentas utilizadas na atividade de Comunicação Social - Divulgação Institucional.

2. METODOLOGIA

Para colher subsídios que permitissem formular uma possível solução para o problema, o delineamento desta pesquisa visou ampliar o conhecimento acerca das técnicas e procedimento da Comunicação Social, contemplando a leitura analítica e o fichamento da consulta, a manuais doutrinários e artigos científicos referentes ao tema.

Quanto à forma de abordagem do problema, utilizar-se-ão, principalmente, os conceitos de pesquisa quantitativa e qualitativa, pois a tabulação dos resultados, obtidos através dos questionários, será fundamental para a compreensão do entendimento que os militares (público interno) e civis (público externo) possuem acerca do desempenho do EB na intervenção federal no Estado do Rio de Janeiro pelas forças de segurança pública e por qual meio de comunicação (TV aberta, TV a cabo, jornal, rádio, *Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, Linkedin* e canal no *YouTube*) as informações chegaram com maior facilidade e objetividade.

Quanto ao objetivo geral, será empregado o método sistêmico descritivo. Os resultados das operações da intervenção federal serão analisados, baseados nos dados fornecidos pelo Instituto de Segurança Pública, e serão comparados com os resultados quantitativos do questionário que aponta a percepção dos Públicos (interno e externo) sobre a atuação do Exército. Em um próximo estágio essas variáveis serão correlacionadas aos meios pelos quais as informações sobre o assunto mais se disseminaram, chegando à ferramenta mais eficiente para obter a narrativa dominante do evento.

2.1 REVISÃO DA LITERATURA

Inicialmente, para nortear a pesquisa proposta, procurou-se definir termos e conceitos, a fim de viabilizar a solução do problema de pesquisa, sendo baseada em uma revisão de literatura dos conceitos da Comunicação Social no Exército e da atividade de divulgação institucional. Após isso, será identificado como ocorreu a Intervenção Federal no Estado do Rio de Janeiro durante o ano de 2018 e serão apresentados os resultados obtidos por essa grande operação coordenada pelo

Exército Brasileiro.

2.1.1 A COMUNICAÇÃO SOCIAL NO EXÉRCITO

A relevância da dimensão humana e informacional nos conflitos fez com que o EB incluísse as Operações de Informação no rol de capacidades necessárias para a solução dos conflitos, com o objetivo de contribuir para “a obtenção da superioridade das informações” (BRASIL, 2014, p.7-3), por intermédio das Capacidades Relacionadas à Informação (CRI) “destacando-se: a Com Soc; As Operações de Apoio a Informação (OAI); a Guerra Eletrônica (GE); A Guerra Cibernética (G Ciber); e a Inteligência (Intlg)” (BRASIL, 2014, p. 3-1).

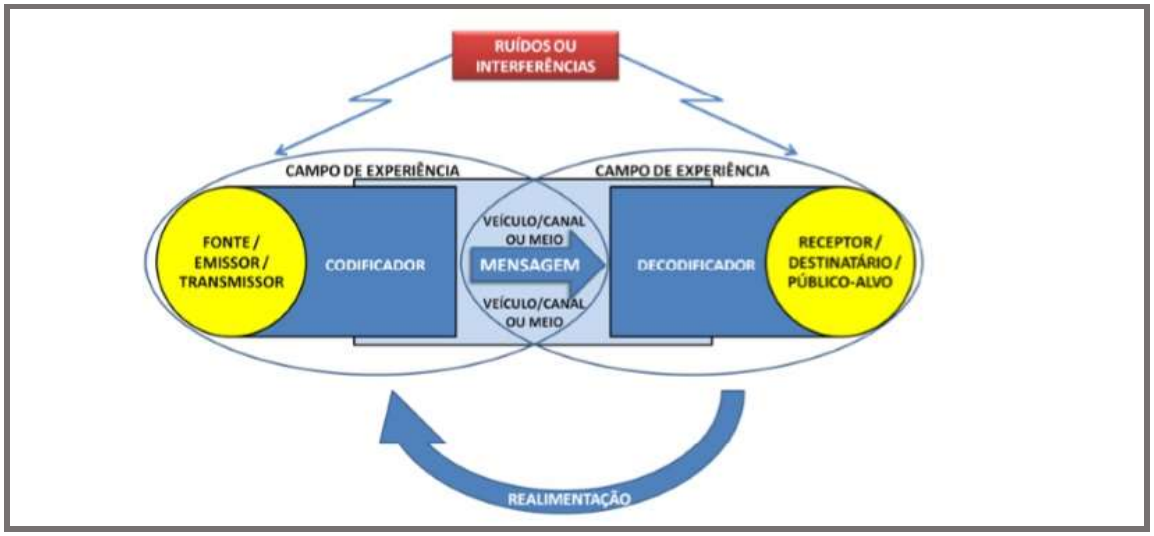
As CRI devem ter sinergia entre si para atingir a superioridade das informações. Nesse contexto, cabe à comunicação social a tarefa de relacionar-se diretamente com o público, interno ou externo, transmitir o posicionamento oficial da Força Terrestre e impactar nas impressões que a opinião pública tem sobre as ações das tropas empregadas em operações ou no serviço diário.

No manual de fundamentos da Com Soc, podemos ver o conceito de comunicação de uma forma mais abrangente:

> A comunicação pode ser descrita com um processo por meio do qual o emissor transmite estímulos para intencionalmente influenciar ou modificar o comportamento do receptor, suscitando-lhe a uma determinada ação.
> A Comunicação entre uma fonte emissora e um destinatário receptor é estabelecida por um veículo, canal ou meio transmissor, sujeito a ruídos ou interferências. Realimentando-se continuamente. (BRASIL, 2017, p.2-1)

A definição acima é esclarecedora ao percebermos que a base da comunicação é influenciar ou modificar o comportamento de um indivíduo ou grupo, ferramenta fundamental nos combates na era da informação, conforme mostra a Figura 1 logo abaixo.

Figura 1 - Processo Comunicacional



Fonte: (BRASIL, 2017, p. 2-1)

A Com Soc é definida no manual de fundamentos EB20-MF-03.103 da seguinte forma:

> Processo pelo qual se podem exprimir ideias, sentimentos e informações, visando a estabelecer relações e somar experiências. Compreende as atividades de Relações Públicas, Assessoria de Imprensa e Divulgação Institucional. É um campo de conhecimento acadêmico que busca aperfeiçoar o relacionamento entre os seres humanos com indivíduos ou como integrantes de um grupo social. (BRASIL, 2017, p.1-2).

Nesta conceituação pode-se perceber a divisão em três segmentos: Relações Públicas, Assessoria de Imprensa e Divulgação Institucional, que são as atividades de Com Soc do EB.

2.1.2 A ATIVIDADE DE DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL

Com a finalidade de trabalhar o tema proposto, o presente estudo será delimitado na atividade de Divulgação Institucional, que “implica na elaboração e disseminação de produtos de Com Soc e a utilização de veículos de comunicação e dos canais de distribuições adequados” (BRASIL, 2017, p.2-4) com a finalidade de levar o melhor produto ao público-alvo.

Com o advento dos grandes eventos e das constantes operações de Garantia da Lei e da Ordem (GLO) em território nacional, tornou-se imperioso que o EB aumentasse a atividade de Com Soc para atender as novas demandas. Realizou-se

um árduo trabalho de divulgação institucional, por intermédio de meios físicos e digitais, com a finalidade de permitir uma “crescente interação da Instituição com os seus públicos” (BRASIL, 2017, p.2-4) o que resultou na liderança no *ranking* de confiança nas instituições desde o ano de 2013 até o 1º semestre do ano de 2017, conforme relatório do Índice de Confiança na Justiça Brasileira (ICJ Brasil), 2017, da Fundação Getúlio Vargas.

O meio pelo qual o Exército divulga a sua imagem é Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEx), que tem o CComSEx como seu órgão central. A divisão desse órgão é feita em classes de agências: A, B, C e Especial, com responsabilidades distintas e complementares, conforme mostra a Figura 2 logo abaixo.

Figura 2 - Estrutura do SISCOMSEx

Fonte: (BRASIL, 2017, p. 3-2)

O CComSEx planeja, orienta, coordena, controla, promove e supervisiona as atividades de Com Soc no Exército. O trabalho desenvolvido sob a coordenação desse órgão é de vital importância para a conquista da “narrativa dominante”. A velocidade de propagação do dado, bem como uma mensagem clara, concisa e precisa, surte um efeito importante na conquista de “corações e mentes” da população civil. O Manual de Operações de Informação EB20-MC-10.213 diz que “Controlar a ‘narrativa’ é não apenas comunicar bem, mas comunicar primeiro.” (2014, p.2-6).

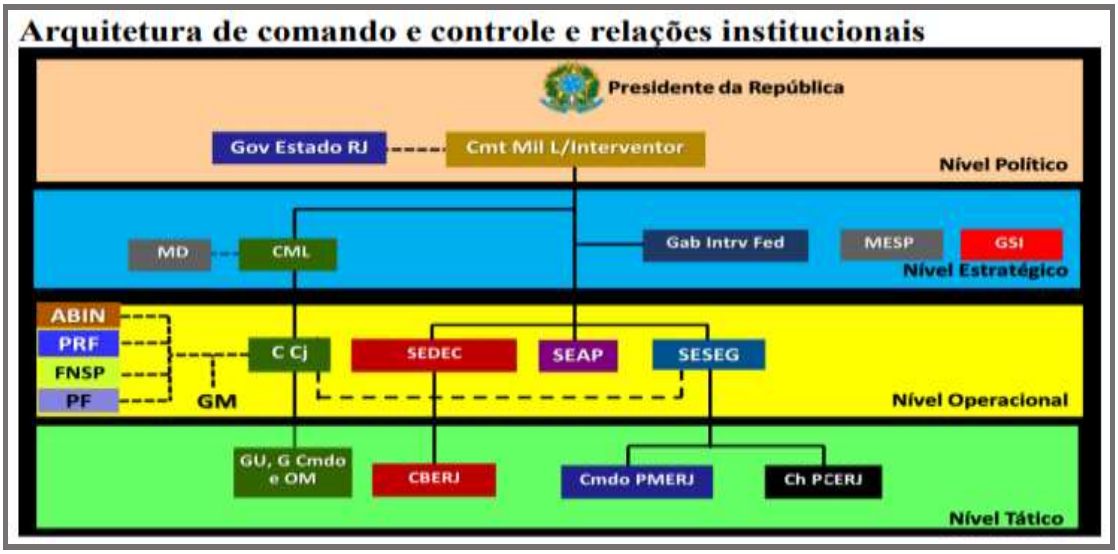
2.1.3 A INTERVENÇÃO FEDERAL NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

A Intervenção Federal no Estado do Rio de Janeiro foi um dos desafios mais complexos para o EB nos últimos anos. No dia 16 de fevereiro de 2018, o Presidente da República Federativa do Brasil, Michel Temer, assinou o Decreto Presidencial nº 9.288, instaurando a intervenção federal no Estado do Rio de Janeiro, com o objetivo de “pôr a termo o grave comprometimento da ordem pública do Rio de Janeiro” (Decreto nº 9.288/18).

O decreto nomeou o General de Exército Walter Souza Braga Neto, que exercia a função de Comandante Militar do Leste, como interventor. O General designou para o cargo de Secretário de Segurança Pública o General de Divisão Richard Fernandez Nunes e para Chefe de Gabinete da Intervenção Federal o General de Divisão Mauro Sinotti Lopes, que já ocupava o cargo de Comandante da 1ª Divisão de Exército, localizada na cidade do Rio de Janeiro. Os oficiais generais escolhidos pelo interventor gozavam de experiência nas operações de garantia da lei e da ordem (GLO), tendo o General Richard comandado a 14ª Brigada de Infantaria Motorizada, sediada em Florianópolis-SC, durante sua passagem nas operações no Complexo da Maré.

A intervenção teve uma estrutura muito robusta para que pudesse atingir seus objetivos principais que, segundo o General Braga Neto, eram “recuperar a capacidade operativa dos órgãos de Segurança Pública e baixar os índices de criminalidade” (Relatório, IPEA, 2019). Participaram da equipe no nível político: o Presidente da República e o Interventor; no nível estratégico: o Chefe do Gabinete de Intervenção Federal (GIF), o Gabinete de Segurança Institucional (GSI), Ministério da Defesa (MD) e o Ministério da Segurança Pública; no nível operacional: as Forças Armadas (FA), as Secretarias Estaduais da Segurança Pública (SESEG), de Administração Penitenciária (SEAP) e de Defesa Civil (SEDEC), a Polícia Federal (PF), a Polícia Rodoviária Federal (PRF), a Força Nacional de Segurança Pública (FNSP), a Agência Brasileira de Inteligência (Abin), e as Guardas Municipais (GM) dos municípios do Estado do Rio de Janeiro; e no nível tático: Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro (PMERJ), Polícia Civil (PCERJ) e Corpo de Bombeiros (CBMRJ).

Figura 3 - Estrutura da intervenção federal



Fonte: (Ramos; Silva; Santos, 2018)

A intervenção atuou nas deficiências da Segurança Pública do Estado, concentrando esforços em permitir que as forças de segurança locais conseguissem estar melhor treinadas e equipadas. Proporcionou treinamento para gestores das corporações, assim como equipamentos, viaturas blindadas para o Batalhão de Operações Policiais Especiais (BOPE), e aparelhou o serviço de inteligência.

Além disso, a intervenção foi marcada por grandes operações realizadas com o efetivo do Exército e das forças auxiliares. Foram 49 grandes operações, abordando mais de 60 comunidades no estado do Rio de Janeiro e empregando um grande efetivo da 1ª DE, polícias civis e militares. De acordo com os dados da assessoria de comunicação social do CML, a Operação que teve maior efetivo militar nas ruas foi nas comunidades Cidade de Deus e Gardênia Azul, no dia 07 de julho de 2018, com 4600 militares envolvidos.

Um número significativo de militares, suprimento e tempo do componente militar do gabinete de intervenção federal (GIF) foi empregado durante os 10 (dez) meses de trabalho para que o objetivo elencado pelo interventor fosse atingido. Um ponto estratégico da intervenção era neutralizar o roubo de carga no Estado. Esse tipo de crime tornou-se uma forma fácil de ganhar dinheiro e investir em outras atividades criminosas. A operação DÍNAMO foi a responsável por diminuir os índices de roubo de carga em todo o Estado e, em especial, na região de São Gonçalo.

2.1.4 RESULTADOS DA INTERVENÇÃO FEDERAL

A Secretaria de Segurança Pública era o órgão responsável pelo processamento e divulgação dos resultados das ações das forças de segurança pública durante a intervenção.

Uma análise fria dos dados pode comprovar a eficiência das ações tomadas pelos interventores nos 10 (dez) meses que o decreto vigorou. Todos os índices de criminalidade diminuíram a partir de abril, com exceção da letalidade violenta, este último indicando um maior número de confronto por parte das forças policiais. Vale ressaltar que os índices altos até final de abril e início de maio são reflexo da greve da PCERJ em 2018, tendo o seu serviço de tabulação de dados prejudicado em comparação ao mesmo período de 2017. Podemos verificar na Figura 3, logo abaixo, a tabela do ISP com um panorama geral dos índices até setembro de 2018.

Figura 3 - Indicadores de redução de violência

Indicador Estratégico	Ano	Mês								
		JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET
Homicídio Doloso	2017	479	503	498	436	425	390	374	397	458
	2018	468	441	508	476	423	375	408	358	380
Latrocínio	2017	25	26	28	22	20	18	23	16	12
	2018	23	21	20	14	13	11	9	13	11
Roubo de carga	2017	693	452 (3)	781	1.032	1.240	982	908	843	677
	2018	977	742	918	892	752	755	731	673	577
Roubo de veículo	2017	4.206	4 286	5 002	4 891	4 596	4 551	4.951	4.613	4.316
	2018	5.286	4 792	5 358	4 656	4 382	4 014	3.518	3.909	4.055
Roubo de rua (1)	2017	7.098	3.298 (3)	9.352	12.654	13.833	12.249	12.587	12.860	11.171
	2018	10.924	10.433	11.206	11.049	11.829	11.328	11.021	10.854	10.251
Letalidade violenta (2)	2017	603	618	655	539	543	507	461	487	578
	2018	654	569	643	593	583	547	552	552	504

Fonte: Instituto de Segurança Pública

(1) Roubo de rua (somatório de roubo de transeunte, a celular e a coletivo).

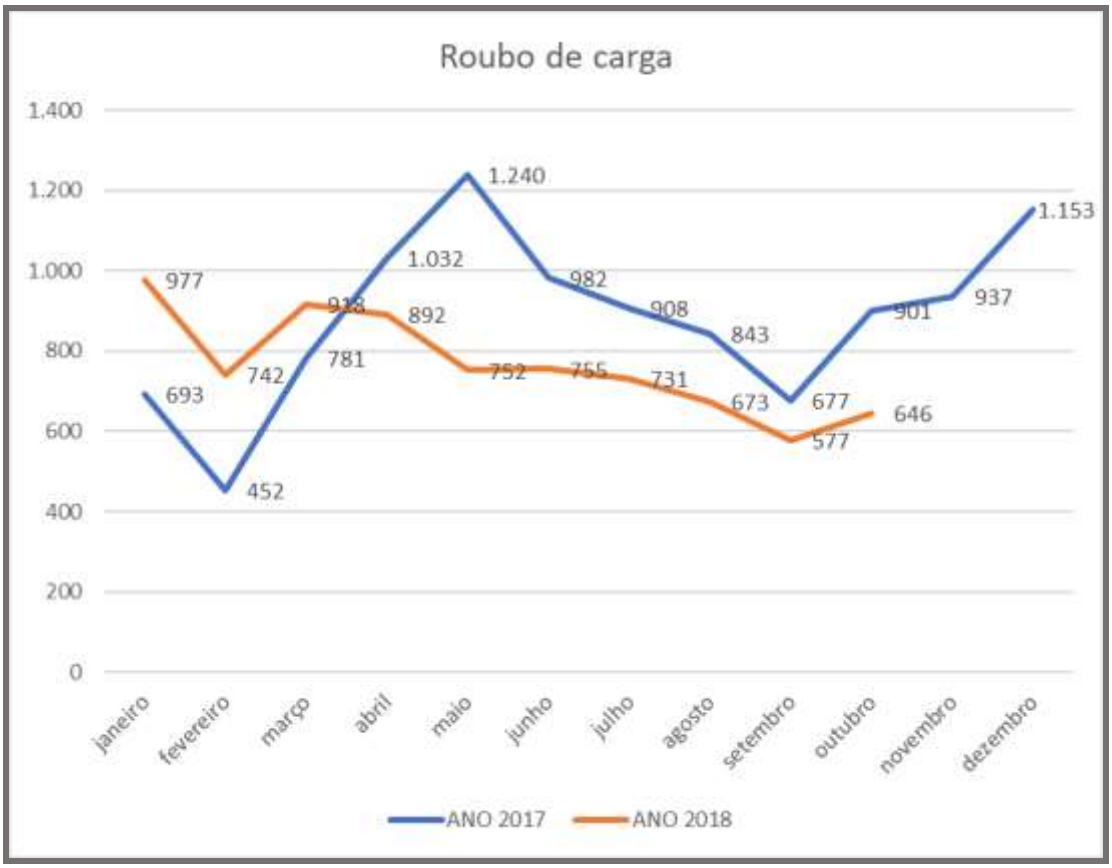
(2) Letalidade violenta (somatório de homicídio doloso, homicídio decorrente de intervenção policial, latrocínio e lesão corporal seguida de morte).

(3) Paralisação dos policiais civis ocorrida no 1º trimestre de 2017, causou atípica subnotificação no delito roubo de rua e roubo de carga.

Um indicador importante para a intervenção foi o de roubo de cargas. Nos

meses finais da intervenção o índice dessa modalidade criminosa permaneceu estável em um período que tradicionalmente aumenta, conforme mostra a Figura 4 logo abaixo.

Figura 4 - Tabela de roubo de cargas (2017/2018)



Fonte: Instituto de Segurança Pública

Desta forma, pode-se constatar que a intervenção cumpriu o seu papel em reduzir os índices de criminalidade mesmo em um período reduzido.

2.1.5 CÉLULA D7 COMUNICAÇÃO SOCIAL

Em 05 de junho de 2018, o Gabinete de Intervenção Federal (GIF) aprovou a sua portaria normativa Nr 02, que tratava do plano de comunicação social da intervenção federal. Este plano estipulava como missão “Desenvolver ações integradas visando difundir os objetivos, as ações e os resultados da IF e fortalecer a imagem dos órgãos de Segurança Pública do Estado do Rio de Janeiro” (Portaria Nr 02 GIF, 05 junho 2018, p.7) e como visão de futuro “A IF no Rio de Janeiro deve

ser reconhecida pela sociedade como instituição constitucional, cooperativa e gerencial, ao contribuir para a redução dos índices de criminalidade e para o fortalecimento dos órgãos de Segurança Pública do Estado" (Portaria Nr 02 GIF, 05 junho 2018, p.7).

O plano estabeleceu objetivos bem definidos na sua missão e visão de futuro. O peso das atividades estaria voltado para as ações integradas e cooperativas com o intuito de contribuir com a redução nos índices de criminalidade.

Um dos produtos previstos no plano de comunicação social era a reunião constantes com influenciadores digitais e formadores de opinião, além de um relatório mensal de monitoramento das mídias sociais.

O referido documento dedicou uma parte exclusivamente para as redes sociais, simplificando a importância das mídias digitais com a seguinte frase "Utilizando a comunicação digital, a Intervenção Federal pode informar sobre suas atividades, garantindo a transparência e, quando aplicável, prestar serviços ao cidadão. " (Portaria Nr 02 GIF, 05 de junho 2018, p.21).

Dentro desse espectro, "estruturou-se a arquitetura de relacionamento entre os diferentes atores do processo que agora haviam passado à subordinação de um único ente centralizador" (CINELLI, 2019, p.26). O nível o político ficava sobre a responsabilidade da assessoria de comunicação social do GIF; No nível estratégico essa atribuição era do E-7 do Comando Militar do Leste (CML); No nível operacional utilizava-se a célula de comunicação social do Comando Conjunto (D7- CCj) e a Secretaria de Segurança (AsCom SESEG); e no nível tático, as três Forças Armadas, o Comando Geral de Polícia Militar e a Chefia de Polícia Civil, todas em sinergia de atividades.

Na Célula D-7 do CML procurou-se ter como objetivo durante suas ações na intervenção:

> "Influenciar positivamente a narrativa, a fim de que fossem geradas publicações espontâneas nos veículos de comunicação, nas diversas plataformas existentes, tornando a opinião pública favorável as ações militares" (CINELLI, 2019, p.29).

Dessa forma a célula D-7 procurou manter os elevados índices de confiabilidade da Forças Armadas, em especial do Exército, fornecendo respostas adequadas e oportunas aos questionamentos da mídia e divulgando nota à imprensa sobre as operações, evitando que os repórteres ficassem com carência de

informações. Além disso, efetivou a participação de representantes da célula D-7, no planejamento das operações.

O relacionamento com a mídia foi buscado ao extremo pela célula de D-7. Evitou-se que a falta de informação fizesse a equipe de repórteres buscar informações em fontes não-confiáveis e levassem a público ideias deturpadas das ações da tropa durante as operações.

Outro objetivo, menos palpável, era passar à mídia o legado gerencial da intervenção, que por ser mais lento e silencioso não atraiu muita atenção das grandes empresas de comunicação.

2.2 COLETA DE DADOS

Na sequência do aprofundamento teórico a respeito do assunto, o delineamento da pesquisa contemplou a coleta de dados através de um questionário. A amplitude do universo foi definida a partir do efetivo de militares do Exército Brasileiro (oficiais e sargentos) e civis residentes na cidade do Rio de Janeiro.

Dessa forma, a população a ser estudada foi definida em 119 (cento e dezenove) indivíduos, englobando militares que participaram da intervenção (19,3%), que não participaram da intervenção (53,4 %) e uma amostra da população civil do Rio de Janeiro (27,3%).

A coleta de dados foi realizada através de um questionário *on-line*, por meio da ferramenta *Google Forms* e enviado a todos os oficiais de infantaria das turmas de 2009 e 2010 e sargentos servindo na guarnição do Rio de Janeiro.

Por se tratar de um questionário de preenchimento voluntário, buscou-se o máximo de adesão para o seu preenchimento, a fim de atingir uma amostra que conferisse credibilidade à pesquisa.

O questionário também contemplou civis que não trabalharam diretamente com o Gabinete de Intervenção Federal, com a finalidade de observar a opinião do público externo sobre os resultados das ações do Exército.

A amostra foi selecionada em diferentes Organizações Militares, de maneira a não haver interferência de respostas em massa ou influenciadas por episódios específicos.

Quanto aos civis, buscou-se uma amostra que contemplasse todas as regiões da cidade do Rio de Janeiro e de diferentes faixas salariais. Cabe ressaltar que a pesquisa foi enviada após o caso em que uma patrulha efetuou uma série de disparos em um carro civil na entrada da Vila Militar, próximo à comunidade do Muquiço, o que pode ter uma certa relevância no resultado final dessa pesquisa no que tange ao público externo.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesse capítulo serão apresentados inicialmente os dados e conceitos obtidos pela pesquisa bibliográfica da revisão de literatura e posteriormente os resultados obtidos pela aplicação do questionário aplicado a amostra de militares do Exército Brasileiro e civis voluntários para responder.

3.1 RESULTADOS DA REVISÃO DE LITERATURA

Acerca do tema exposto, podemos inferir que as Operações de Informações são compostas pelas Capacidades Relacionadas a Informação (CRI). O Exército Brasileiro relaciona como as suas CRI: as Operações Psicológicas, a Inteligência, a Guerra Eletrônica, a Guerra Cibernética, e a Comunicação Social. A sinergia entre essas CRI é responsável por manter a superioridade das informações e a narrativa dominante.

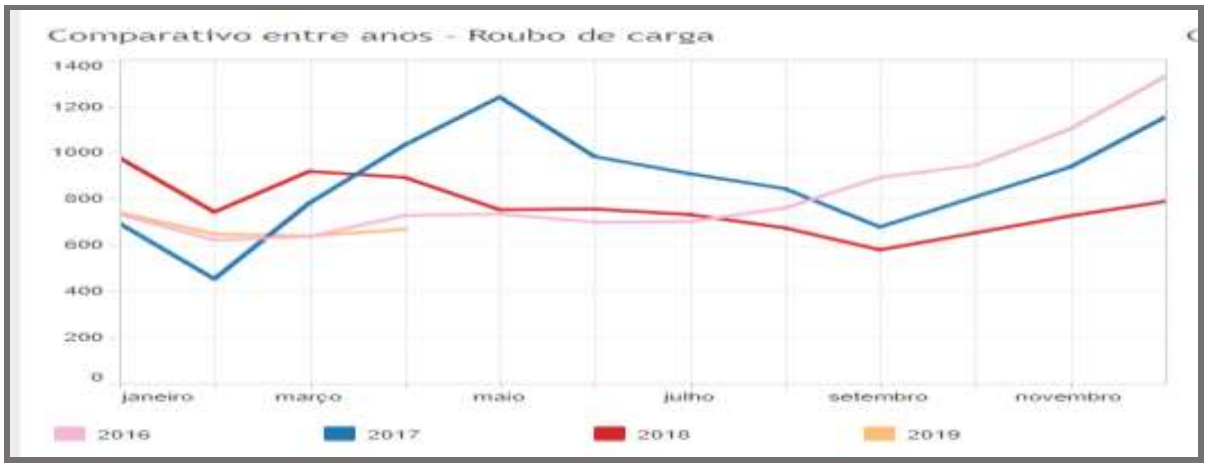
A Com Soc é dividida em atividades (Relações Públicas, Divulgação Institucional e Assessoria de Imprensa) sendo que atividade de divulgação instrucional é a que melhor se encaixa nesse novo cenário, sendo a principal responsável por divulgar a imagem da força para os públicos interno e externo e ganhar a opinião pública.

Nos últimos anos, o EB vem somando esforços para inserir as considerações civis, em especial a opinião pública, em seus objetivos estratégicos. A ampliação da robustez do CComSEx, durante as operações nos grandes eventos e de GLO no Brasil, foi primordial nessa meta.

A intervenção federal no Estado do Rio de Janeiro instaurada pelo Decreto Presidencial nº 9.288 durou 10 (dez) meses e atingiu os seus objetivos estratégicos. O índice de roubo de cargas no Estado diminuiu 40,8% no mês de dezembro de

2018, quando a série histórica apresenta um aumento considerável no roubo de carga nos meses de novembro até janeiro por conta do fluxo das festividades natalinas, conforme mostra a Figura 5 logo abaixo.

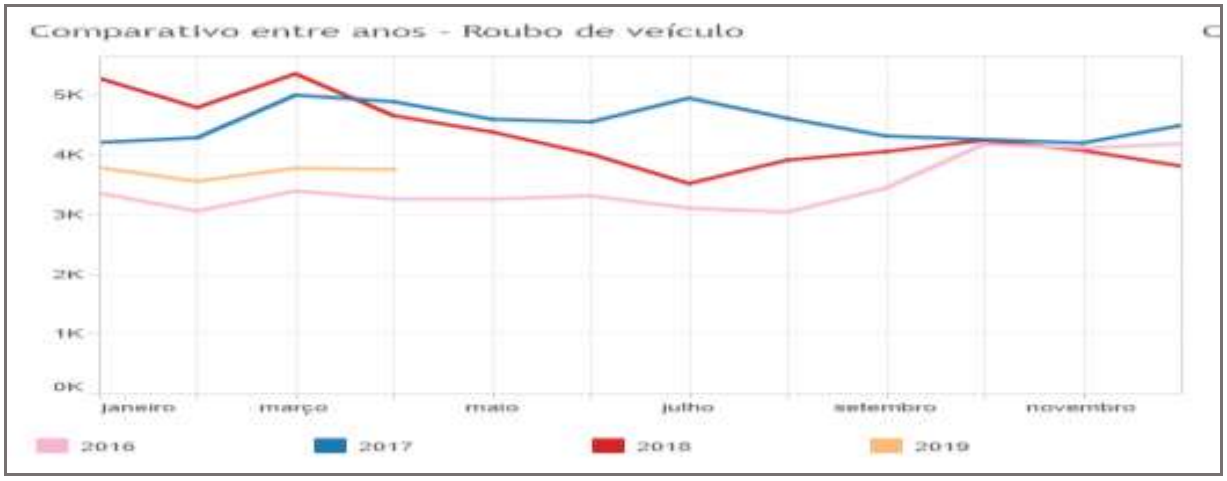
Figura 5 - Tabela de roubo de cargas (2017/2018/2019)



Fonte: Instituto de Segurança Pública

A redução do roubo de veículos nesse período foi menos expressiva, atingindo um patamar 15 %, porém não deixou de ser um resultado significativo para o GIF, conforme mostra a Figura 6 logo abaixo.

Figura 5 - Tabela de roubo de veículos (2017/2018/2019)

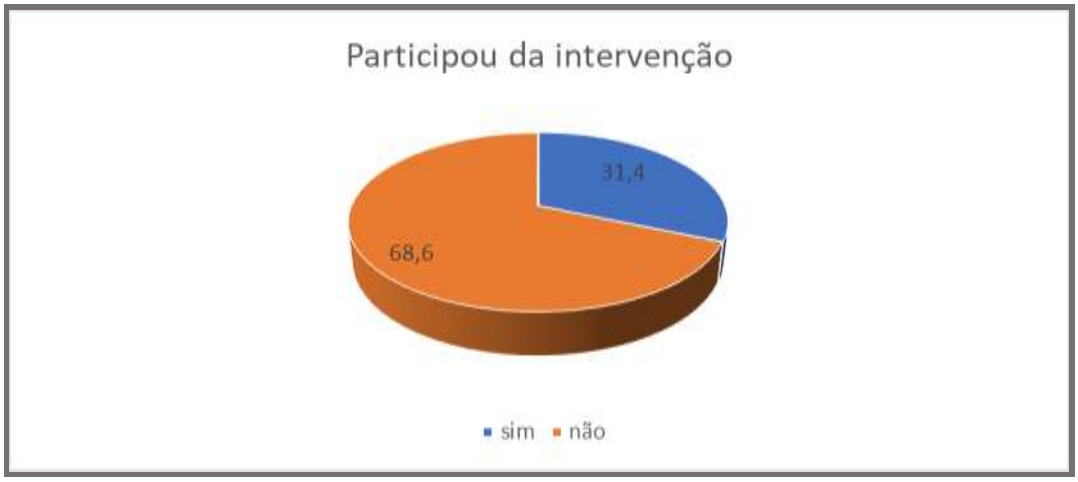


Fonte: Instituto de Segurança Pública

3.2 RESULTADOS DA COLETA DE DADOS

Consoante com o que já foi apresentado, foi idealizado o questionário para responder a seguinte lacuna de conhecimento: como o público interno e externo perceberam as ações do Exército Brasileiro e qual a ferramenta pode ser utilizada pela atividade de Com Soc – Divulgação Institucional para maximizar a imagem positiva da força? Com relação ao público interno, a pesquisa contemplou 86 (oitenta e seis) militares do Exército Brasileiro e obteve os seguintes resultados, conforme mostra o Gráfico Nr 1 logo abaixo.

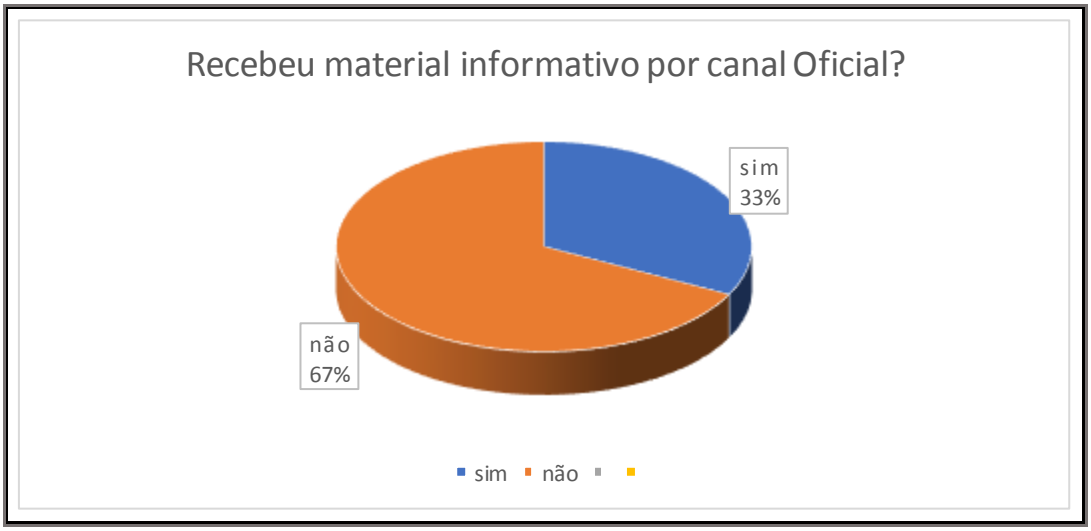
Gráfico Nr 1 – Participou da intervenção



Fonte: próprio autor

Dos militares que preencheram o questionário, 31,4% participaram diretamente da intervenção no Estado do Rio de Janeiro. Este padrão de gráfico é muito similar com do questionamento de quem recebeu informações da intervenção por canal oficial, conforme mostra o Gráfico Nr 2 logo baixo.

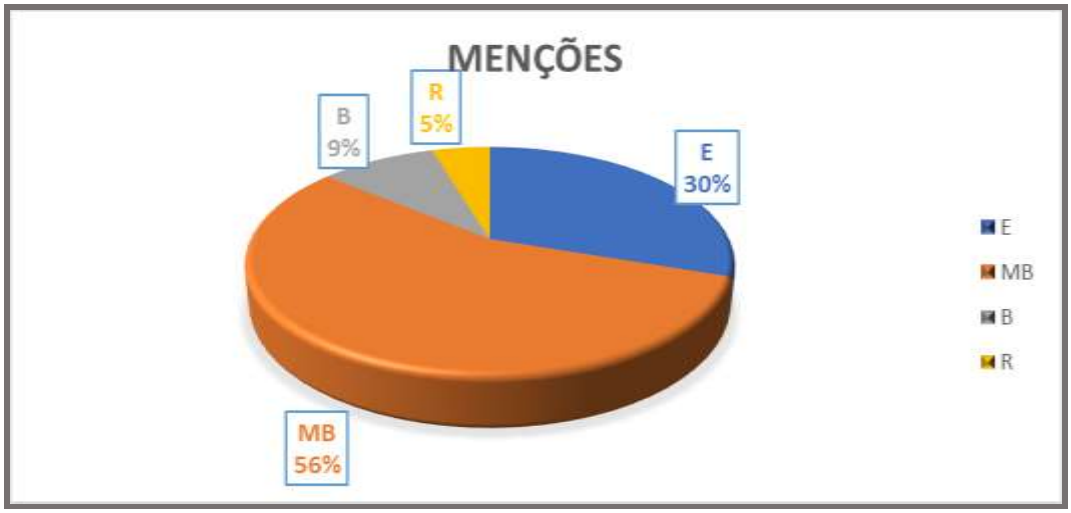
Gráfico Nr 2 – Material informativo



Fonte: próprio autor

A presente similaridade nos gráficos elucida que somente os militares diretamente envolvidos na intervenção obtiveram informativo por canal oficial sobre os resultados obtidos. Em um outro questionamento, percebe-se que o público militar aprovou a intervenção federal realizada no Estado. Mesmo com 68,8% dos participantes da pesquisa não tendo participado das operações a provação do trabalho é excelente, conforme mostra o Gráfico Nr 3 logo abaixo.

Gráfico Nr 3 – Desempenho da tropa

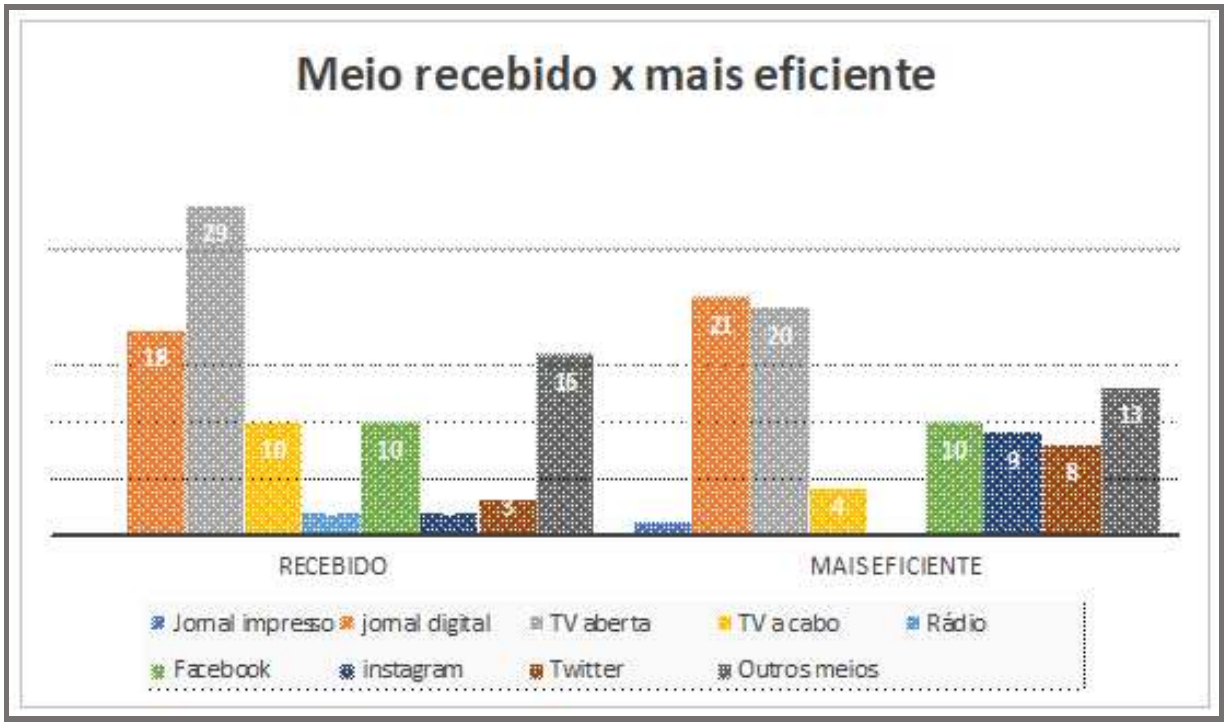


Fonte: próprio autor

Os militares também opinaram por qual meio de propagação de informação mais receberam informação e qual julga ser o mais eficiente para recebê-la,

conforme mostra o Gráfico Nr 4 logo abaixo.

Gráfico Nr 4 – Eficiência de meio de propagação de informação

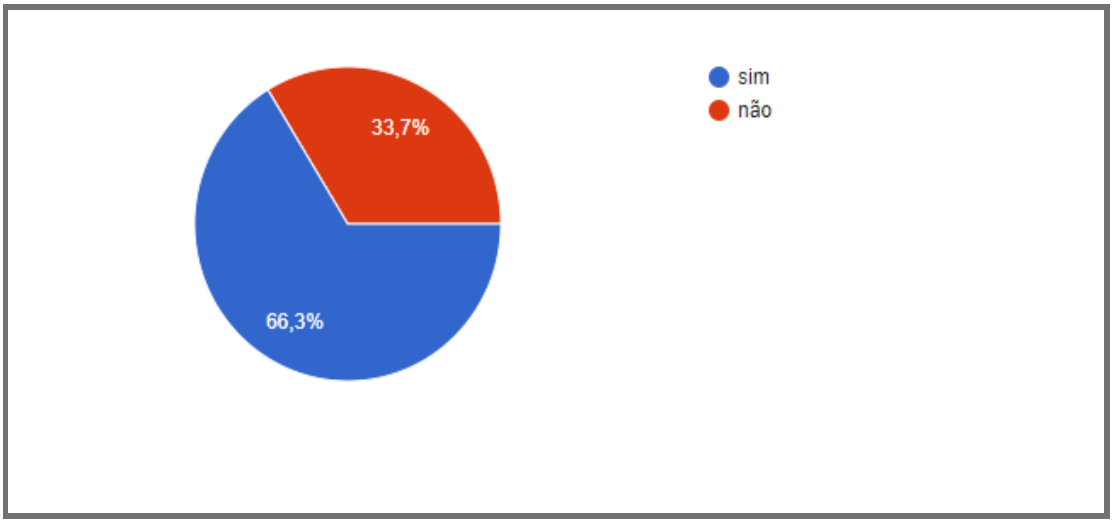


Fonte: próprio autor

No gráfico acima percebe-se que as redes sociais (*Instagram* e *Facebook*) aumentam o seu percentual entre o gráfico da esquerda e o da direita. Com isso, pode-se concluir que apesar de não ter sido grande o volume de informações recebidas pelo *Instagram* e *Facebook,* os militares acreditam que as redes sociais são meios alternativos eficientes para obter informação.

O processo inverso ocorre quando se analisa a TV aberta. A pesquisa também elucida que o jorna digital poderia ser melhor explorado, sendo considerado o meio mais eficiente para receber informação, conforme mostra o Gráfico Nr 4, visto anteriormente.

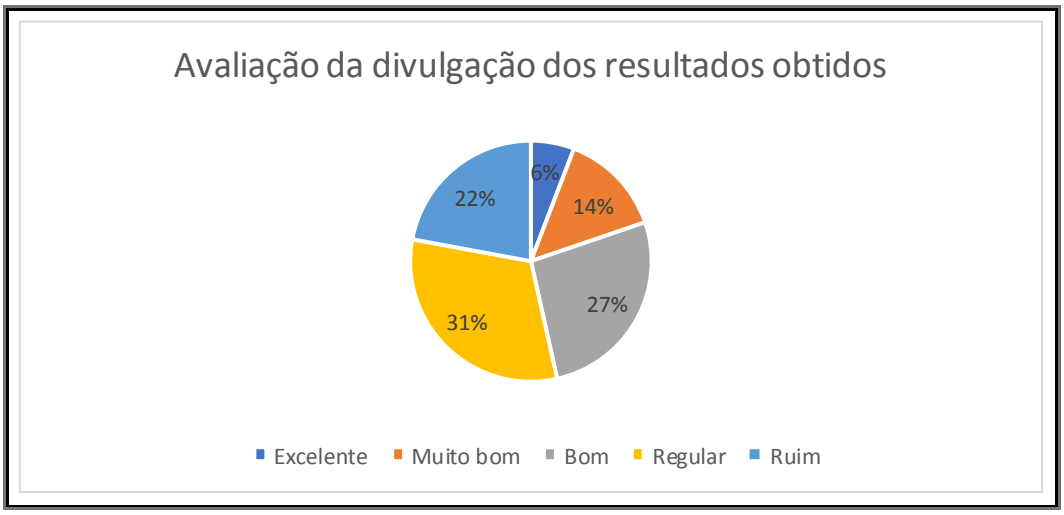
Gráfico 5 – credibilidade do Exército após a intervenção.



Fonte: próprio autor

Quanto à credibilidade da Força, 66,3 % do nosso público interno acredita que ela tenha aumentado após a intervenção federal, enquanto 33,7 % tiveram a percepção de uma redução dessa credibilidade, conforme o gráfico Nr 5. Quanto a divulgação dos resultados obtidos pela tropa pelo canal oficial, o público interno não teve uma percepção tão positiva. Conforme o gráfico abaixo somente 6% do público interno respondeu que a divulgação por canal oficial foi excelente. O ruim chega 22% e o regular a 31%, conforme mostra o Gráfico Nr 6 logo abaixo.

Gráfico Nr 6 – Divulgação dos resultados

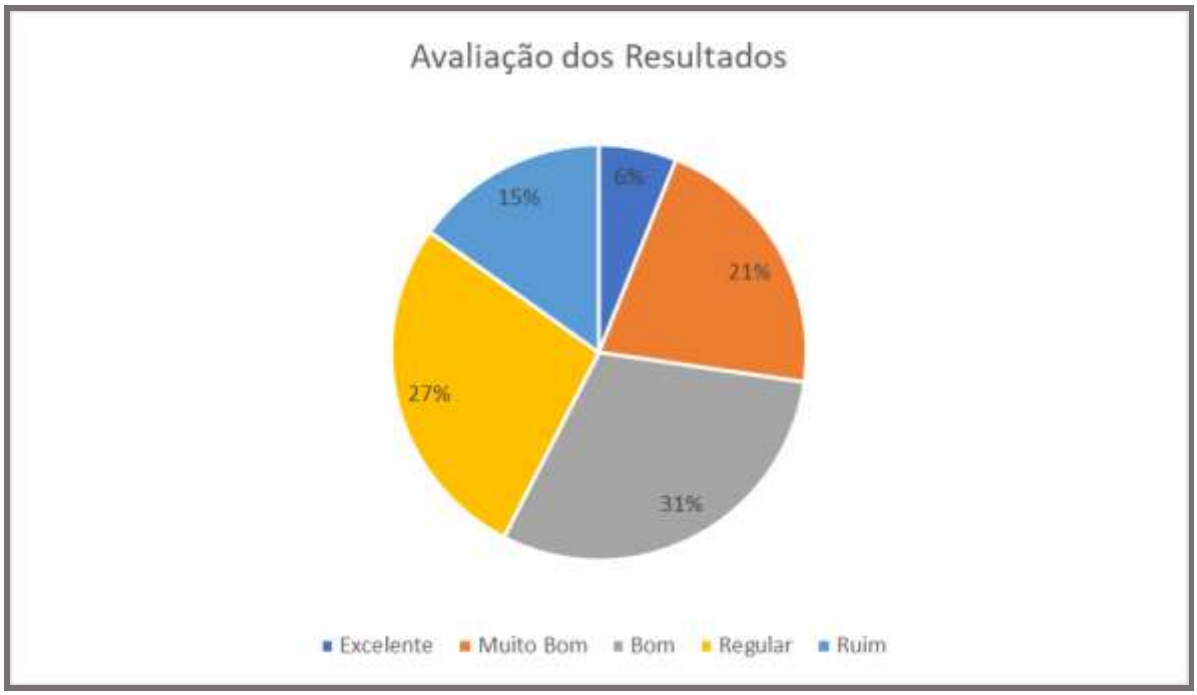


Fonte: próprio autor

Com relação ao público externo, a pesquisa contemplou 33 (trinta e três) civis

moradores do estado do Rio de Janeiro e que não tiveram vínculo direto com a intervenção federal, obtendo-se os seguintes resultados, conforme mostra o Gráfico Nr 7 logo abaixo.

Gráfico 7- Avaliação dos resultados



Fonte: próprio autor

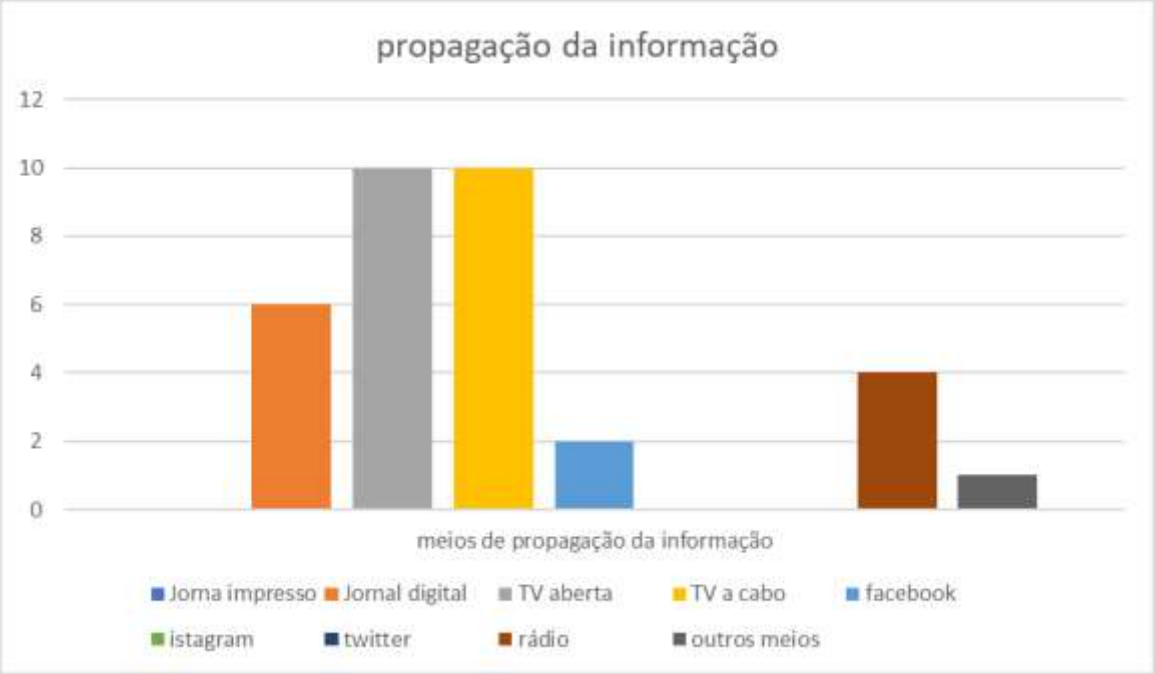
A avaliação do público externo para os resultados obtidos pela tropa foi bem diferente do público interno. O modo como a informação circulou fora do meio militar pode ter sido fator preponderante para essa discrepância entre os públicos. Somente 6% considerou o desempenho da tropa excelente contra 30% no público interno.

Quando incluímos o conceito muito bom na comparação, pode ser percebida a discrepância de uma forma mais abrangente. Os que consideraram, no público externo, a avaliação entre excelente (E) e muito bom (MB) foi de 27%, no público interno esse valor chega a 86%. Porém, não podemos concluir que a avaliação foi negativa. Somando os conceitos excelente, muito bom e bom, perfaz 86% do total contra 21% de entre regular e ruim.

Outro dado interessante é que nenhum dos questionados recebeu qualquer material de esclarecimento das operações realizadas bem como de seus resultados para ajudar na formação da sua opinião. O público externo também explicitou que

recebeu as informações sobre a intervenção federal prioritariamente por meio da TV a cabo e TV aberta. Esses dois meios somados perfazem 60,6 % do total, conforme pode ser visto no Gráfico Nr 8 a seguir.

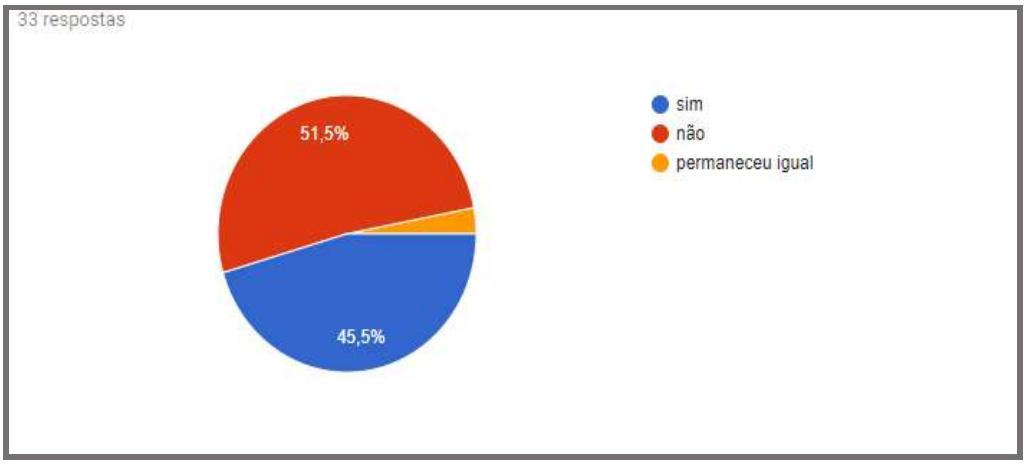
Gráfico Nr 8 – Eficiência de meio de propagação de informação



Fonte: próprio autor

O meio julgado pelo público externo como mais eficiente para receber a informação foi a TV a cabo, com 27 %. O *Instagram* segue com 21%, na segunda posição, e na sequência o jornal digital com 18%, conforme mostra o Gráfico 9 logo abaixo.

Gráfico Nr 9 – Credibilidade do Exército após a intervenção



Fonte: Próprio autor

A percepção do público externo com relação a credibilidade do Exército após a intervenção federal, mostrada no Gráfico Nr 9, apresenta uma divisão no pensamento da população civil sobre esse assunto.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quanto às questões de estudo e objetivos propostos no início deste trabalho, conclui-se que a presente investigação atendeu ao pretendido, ampliando a compreensão de como a comunicação social do Exército, por intermédio da divulgação institucional pode influenciar a narrativa dominante durante uma operação militar, assim com trouxe sugestões e inovações a serem implementadas para que a Com Soc atinja um público maior.

A revisão de literatura possibilitou identificar as CRI das operações de informação, definir as atividades de comunicação social, além de entender como se desenvolveu a intervenção federal no estado do Rio de Janeiro no ano de 2018. Possibilitou também analisar o plano de comunicação social do Gabinete de Intervenção Federal e analisar os resultados obtidos durante as operações militares.

Dessa forma, entende-se que o trabalho de comunicação social do Exército, junto com a Secretaria de Segurança Pública do Rio de Janeiro, foi muito bom. Seguindo um planejamento de comunicação social (plano de comunicação Social) e atingindo resultados satisfatórios.

Entretanto, como todo processo, precisa ser permanentemente avaliado e se possível, permanentemente evoluído. Nesse contexto, a compilação de dados permitiu identificar, a partir da opinião dos públicos interno e externos, os principais aspectos observados sobre a percepção desses públicos sobre a intervenção.

Os dados obtidos no trabalho de campo propriamente dito permitiram identificar que os públicos interno e externo perceberam de forma totalmente diferente os resultados da intervenção federal. O público interno apresentou uma visão mais otimista das operações, acreditando em uma melhora no índice de credibilidade e avaliando a participação como muito boa. Vale ressaltar que nesse universo, quase 67% da amostra não trabalhou na intervenção. O resultado da pesquisa demonstrou pouca divulgação institucional, tendo somente 33% da

amostra recebido algum material, por canal oficial.

O meio que o público interno julgou mais eficiente para obter informação foi a TV aberta, seguido do jorna digital. As redes sociais (*Facebook e Instagram*) somam 22,1 %, tornando-se um meio alternativo importante para a divulgação de dados, por ser de baixo custo e de fácil propagação de informações.

O público externo apresentou uma visão mais pessimista das atividades desenvolvidas em 2018. A credibilidade do Exército dividiu a opinião da amostra havendo um empate técnico. No que tange a avaliação da intervenção, o gráfico tendeu para o conceito bom, porém observa-se uma parcela considerável, 15% da amostra, que avaliou a atuação do Exército como ruim. O público externo da pesquisa afirmou não ter recebido qualquer material que ajudasse na sua formação de opinião sobre as operações realizadas pelo exército na intervenção.

No que tange a meio eficiente para receber informações, as redes sociais (*Facebook e Istagram*) somados, perfazem cerca de 30% da amostra. Dessa forma, mostra-se um eficiente meio de propagar informações para o público externo. Alinhado com as conclusões obtidas, recomenda-se a utilização das novas mídias, *Facebook, Instragram, YouTube e Twitter*, para ampliar a propagação das informações da comunicação social do Exército. Os eventos locais com Ações Cívico-sociais e a entrevista coletiva, são ferramentas eficientes de Com Soc, mas podem ser maximizadas se divulgadas por essas mídias de rápida propagação e baixo custo agregado, sendo essa uma forma eficaz de conseguir a narrativa dominante

Por fim, conclui-se que a ampliação do uso das novas mídias, como elemento agregador do plano de comunicação social, promove um aumento na capilaridade da comunicação social do Exército, sendo um meio eficaz para minimizar o impacto da mídia tradicional (TV aberta, rádio e TV a cabo) durante as operações militares. As novas mídias podem ajudar as Forças Armadas a controlar a narrativa dominante, fazendo a opinião pública ficar favorável às ações das forças federais.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Mario L. A. **Operações no amplo espectro: novo paradigma do espaço de batalha.** Revista Doutrina Militar Terrestre. Brasília, DF, ed. 1. p. 16-27, jan-mar 2013.

BRASIL. Decreto Nr 9.288. DE 16 DE FEVEREIRO 2018. **Intervenção Federal no Rio de Janeiro.** Brasília, DF.

_____. Exército. **EB20-MF-10.102: Doutrina Militar Terrestre**. 1. ed. Brasília, DF, 2014.

_____. Exército. **EB20-MC-10.213: Operações de Informação.** 1. ed. Brasília, DF, 2013.

_____. Exército. **EB70-MC-10.223: Manual de Campanha - Operações**. 5. ed. Brasília, DF, 2017.

_____. Exército. **EB70-MF-03.103: Manual de Fundamentos -Comunicação Social**. 2. ed. Brasília, DF, 2017.

_____. Exército. **EB10-MT-11.001: Manual Técnico –Técnicas e procedimentos de Comunicação Social**. 1. ed. Brasília, DF, 2017.

_____. Exército. **EB20-MC-10.201: Manual de Campanha- Operações em Ambiente Interagências**. 1. ed. Brasília, DF, 2013.

CINELLI, Carlos F. G; DIAS, André Luiz S. **A intervenção federal no Rio de Janeiro**. revista A Defesa Nacional, Brasília, DF, ed. 1. P.95-110, 2019.

CINELLI, Carlos F. G; **O relacionamento com veículos de comunicação social durante a intervenção federa**l. revista A ecobravo, Rio de Janeiro, RJ, ed. 1. P.26-29, 2019.