

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO**

**JÉSSICA BELTRAME NUNES**

**A COMISSÃO DA VERDADE: IMAGEM INSTITUCIONAL DO EXÉRCITO  
BRASILEIRO PERCEBIDA PELO FACEBOOK**

**São Leopoldo  
2018**

Jéssica Beltrame Nunes

A COMISSÃO DA VERDADE:  
imagem institucional do Exército Brasileiro percebida pelo *Facebook*

Trabalho de conclusão de curso  
apresentado como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharelado em  
Comunicação Social - Habilitação  
Jornalismo - da Universidade do Vale do  
Rio dos Sinos – UNISINOS

Orientadora: Profa. Dra. Sabrina Franzoni

São Leopoldo  
2018

## AGRADECIMENTOS

A finalização da graduação é um momento especial e marcante na vida acadêmica de todo estudante. Esse caminho não seria possível sem apoio, tanto financeiro quanto emocional. John Donne uma vez disse: “ninguém é uma ilha”. Esta frase se comprovou no decorrer dos meus longos sete anos de graduação na Unisinos, sendo cinco anos e meio no curso de Jornalismo. Se não fosse pelos meus pais, irmãos e amigos, este caminho certamente não teria sido concluído.

Todos amadurecemos no decorrer da vida acadêmica, seja pela cobrança excessiva, pelos “puxões de orelha” dos professores, ou até mesmo pela chegada da tão temida “vida adulta”. De fato, crescer não é tarefa fácil. Nestes anos de curso pude amadurecer, aprender com meus erros e, talvez o mais importante, enxergar o mundo com outros olhos. Os olhos que agora podem ver “fora da caixa” e ultrapassar as barreiras da minha realidade, graças aos ensinamentos de professores tão competentes e dedicados a arte de ensinar.

Não posso esquecer de agradecer a todas as amizades construídas nestes sete anos de graduação, seja com colegas de curso ou com professores que se tornam amigos e mentores no decorrer da vida acadêmica. À minha orientadora, Sabrina Franzoni, meu muito obrigada. A construção deste trabalho só foi possível com sua ajuda, dedicação, inúmeras correções e alguns “toques”, para que fosse desenvolvido da melhor forma possível.

Ao meu pai, Sr. Alceu, que sempre fez o possível para que eu conseguisse concluir meus estudos. Muitas vezes, pagar os boletos da faculdade não foi tarefa fácil, mesmo assim fez o que estava ao alcance para que eu não desistisse dos meus sonhos. A minha mãe, Sra. Valéria, por todo apoio psicológico e emocional, além, é claro, de todo amor e carinho que me deram forças para que eu pudesse enfrentar longos dias de trabalho e estudos. Janaina, Marcela, Suelem e Samuel, ter muitos irmãos sempre tem o lado bom e o lado ruim, vocês nunca me abandonaram ou saíram do meu lado independentemente da situação. Ao meu namorado, Paulo, por todo carinho e compreensão. A conclusão desta graduação só foi possível graças ao apoio de vocês na minha vida. Obrigada!

“Numa ditadura, não daria para fazer uma passeata pela democracia. Na democracia, você pode fazer uma passeata pedindo a ditadura”.

**(Mario Sérgio Cortella)**

## RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo entender como o *Exército Brasileiro* constrói sua imagem e reputação com base nos comentários de internautas em suas publicações nas redes sociais. O estudo investiga como a Instituição se comunica pelo *Facebook* e constrói sua imagem por meio desta plataforma, tomando como período histórico a divulgação do *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*, no governo Dilma Rousseff, em 10 de dezembro de 2014. No referencial teórico alguns conceitos são tomados como referência: *comunicação organizacional* e *imagem institucional* com Chaparro (2011) e Duarte (2011). Kunsch (2007), Mafei (2004) e Almansa (2010) também são utilizadas para construção do aparato metodológico de comunicação organizacional, imagem e reputação e assessoria de imprensa. Para o desenvolvimento da análise foi adotada a metodologia de Análise de Redes Sociais, de Amaral; Fragoso; Recuero (2013), juntamente com a aplicação de um questionário (GIL, 2008) à Assessoria de Comunicação do Exército. Por fim, percebe-se que há um silenciamento por parte do *Exército Brasileiro* durante a divulgação do *Relatório da Comissão Nacional de Verdade*, em 10 de dezembro de 2014, e com isso uma tentativa de manter apagada a memória sobre sua participação na ditadura militar.

**Palavras-chave:** Exército Brasileiro. *Facebook*. Imagem e reputação. Comissão da Verdade.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1</b> - Comentário sobre envio de tropas brasileiras ao Haiti .....	60
<b>Figura 2</b> - Comentário sobre segurança e tráfico .....	60
<b>Figura 3</b> - Comentário relacionado a falta de segurança pública.....	61
<b>Figura 4</b> - Comentário sobre a morte do soldado Mikami .....	62
<b>Figura 5</b> - Comentário afirmando que o regime militar foi o melhor para o Brasil ...	63
<b>Figura 6</b> - Comentário pedindo a volta do Exército ao comando do Brasil .....	63
<b>Figura 7</b> - Comentário relacionado ao tráfico de drogas e armas, e sobre a atuação que o Exército Brasileiro deveria assumir .....	63
<b>Figura 8</b> - Comentário sobre os anos de chumbo no Brasil.....	64
<b>Figura 9</b> - Comentário de ex-militar que participou em diligências da segunda seção e defende a volta do Regime Militar.....	65
<b>Figura 10</b> - Comentários de internautas exaltando as forças armadas brasileira .....	65
<b>Figura 11</b> - Comentário de internauta pedindo a volta dos militares ao poder e afirmando que o “povo não acredita mais em democracia”.....	66
<b>Figura 12</b> - Comentário pedindo uma nova ditadura militar e a volta do AI-5.....	66
<b>Figura 13</b> - Comentário exaltando o “fogo sagrado dessa instituição” .....	67
<b>Figura 14</b> - Comentário de internauta demonstrando confiança no Exército e afirmando que o país está nas mãos dos comunistas.....	67
<b>Figura 15</b> - Comentário exaltando a disciplina e amor à pátria.....	68
<b>Figura 16</b> - Comentário pedindo ajuda do exército brasileiro na saúde, educação e segurança.....	68
<b>Figura 17</b> - Comentário de internauta pedindo proteção do exército brasileiro para o Brasil .....	68
<b>Figura 18</b> - Comentário de internauta que conta o sonho de criança em servir às forças armadas.....	69
<b>Figura 19</b> - Comentário de três internautas reforçando a imagem de instituição de honra e caráter do EB .....	70
<b>Figura 20</b> - Comentário de internauta criticando o ex-presidente Lula (PT) e exaltando o exército .....	70

<b>Figura 21</b> - Comentário de internauta criticando a Comissão Nacional da Verdade e pedindo uma resposta do EB .....	72
<b>Figura 22</b> - Comentário de internauta criticando o silêncio do exército sobre o Relatório da CNV ao qual ele refere como “comissão da patifaria” .....	72
<b>Figura 23</b> - Comentário criticando a CNV e alegando que somente “o lado dos comunistas” foi colocado no Relatório.....	73
<b>Figura 24</b> - Comentário criticando a fala da ex-presidenta Dilma Rousseff na divulgação do Relatório da Comissão Nacional da Verdade. ....	74
<b>Figura 25</b> - Comentário de internauta afirmando que a comissão da verdade só julga um lado e pedindo atenção do EB para o Relatório divulgado .....	74
<b>Figura 26</b> - Comentário criticando o Relatório da CNV e referindo a comissão como “comissão da inverdade” .....	75
<b>Figura 27</b> - Comentário de internauta afirmando que a Lei da Anistia absolveu ambos os lados, mas a CNV não .....	75
<b>Figura 28</b> - Comentário de internauta alegando que o exército está sendo “injurado” pela CNV .....	76
<b>Figura 29</b> - Comentário de dois internautas criticando a CNV e alegando que o exército é inocente das acusações da comissão. ....	76
<b>Figura 30</b> - Comentário de internauta pedindo um posicionamento do EB após a derrubada da estátua do General Costa e Silva, na cidade de Taquari – RS .....	77
<b>Figura 31</b> - Comentário de internauta alegando que todas as estátuas em homenagem aos presidentes da Ditadura estariam sendo derrubadas .....	78
<b>Figura 32</b> - Comentário de ex-militar criticando o silenciamento do EB sobre a derrubada da estátua do General Costa e Silva e alegando que o Relatório teria divulgado inverdade sobre os “heróis de 64” .....	79
<b>Figura 33</b> - Nuvem de palavras. ....	80

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
<b>2 EXÉRCITO NA HISTÓRIA</b> .....	<b>13</b>
2.1 O SURGIMENTO DO EXÉRCITO BRASILEIRO .....	14
2.2 A DITADURA MILITAR DE 64.....	17
2.3 A COMISSÃO NACIONAL DA VERDADE .....	25
<b>3 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: CONSTRUÇÃO DA IMAGEM</b> .....	<b>29</b>
3.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: NOVAS TECNOLOGIAS.....	31
3.2 A COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO ESPAÇO INSTITUCIONAL .....	33
3.3 IMAGEM CORPORATIVA.....	38
3.4 ASSESSORIA DE IMPRENSA.....	40
<b>4 WEBJORNALISMO E JORNALISMO DIGITAL</b> .....	<b>44</b>
4.1 SITES DE REDES SOCIAIS .....	48
<b>5 METODOLOGIA: ANÁLISE DE REDES SOCIAIS</b> .....	<b>51</b>
5.1 CATEGORIA 1- CONTROLE DE SEGURANÇA PÚBLICA .....	59
<b>5.1.1 Subcategoria - Intervenção Militar</b> .....	<b>62</b>
5.2 CATEGORIA 2 – BRAÇO FORTE, MÃO AMIGA.....	67
5.3 CATEGORIA 3 – COMISSÃO NACIONAL DA VERDADE.....	71
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>81</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>88</b>
<b>APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO COM O EXÉRCITO BRASILEIRO</b> .....	<b>92</b>



## 1 INTRODUÇÃO

A partir da observação dos meios de comunicação *on-line* do *Exército Brasileiro* percebi que a instituição possui uma comunicação aparentemente efetiva e rápida com o público em geral, mantendo seus perfis atualizados diariamente, mas que esta resposta aos questionamentos de leitores, em suas páginas em *sites* de redes sociais, é muitas vezes seletiva, já que a instituição responde apenas a comentários pontuais sobre concursos militares, alistamento e formas de ingresso. É nas páginas do *Facebook* e do *Twitter* que ocorre a maior interação do público com o *Exército*. Com base nessa observação, decidi investigar como a Instituição interage através da rede social *Facebook* e constrói sua imagem por meio desta plataforma, tomando como período histórico a divulgação do *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*, no governo Dilma Rousseff, em 10 de dezembro de 2014.

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) visa compreender a interação, comentários dos internautas, e, também, como a Assessoria de Imprensa do *Exército Brasileiro* se comunica nos *sites* de redes sociais e constrói a imagem da instituição a partir dessa comunicação, relacionando com o passado político e a função social da entidade no cenário atual.

O *Exército* começa oficialmente com o surgimento do Estado Brasileiro. Formado inicialmente a partir de tropas coloniais portuguesas, tinha por objetivo defender o território na *Guerra da Independência* contra Portugal, entre 1822 a 1825. Atualmente o *Exército Brasileiro* compõe as Forças Armadas do Brasil, juntamente com a Marinha e a Aeronáutica. Juntos os três poderes militares são responsáveis pela defesa do país em operações terrestres, aquáticas e aéreas, respectivamente. O *Exército* está enquadrado no Ministério da Defesa, ao lado da Marinha e da Força Aérea, desde 1999 na estrutura do Governo do Brasil.

Tendo como lema *Braço Forte – Mão Amiga*, segundo o site oficial da instituição, o papel do *Exército Brasileiro* na atualidade é contribuir para a garantia da soberania nacional, dos poderes constitucionais, da lei e da ordem, protegendo os interesses nacionais e cooperando com o desenvolvimento nacional e o bem-estar social, o que inclui preparar a força terrestre, mantendo-a em permanente estado de prontidão.

Hoje a Instituição mantém perfis nos *sites* de redes sociais *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Google+*, *YouTube*, *Flickr* e *Blogger* com o objetivo de aproximar o contato

com o público e informar sobre as atividades e ações realizadas pelas tropas brasileiras, seja em missões, treinamentos, concursos públicos e escolas preparatórias de cadetes.

No *Facebook*, plataforma escolhida para análise, o *Exército Brasileiro* conta com 3.808.752 (três milhões, oitocentos e oito mil, setecentos e cinquenta e duas) curtidas. Na página do *Twitter*, somam-se 296.689 (duzentos e noventa e seis mil, seiscentos e noventa e oito) seguidores. A conta do *Instagram* conta com mais de 624 mil (seiscentos e vinte e quatro mil) seguidores, sendo estas as três contas de maior visualização e volume de interações do *Exército*.

É importante ressaltar que o *Exército Brasileiro* tenta passar uma imagem, pré-construída, conforme observado a partir dos comentários de internautas no *Facebook*, de honradez e honestidade. Nem toda população brasileira tem conhecimento das atividades realizadas pela força militar, bem como sua função para a nação e seu papel político. Além disso, muitas pessoas tem a imagem do *Exército* ligada somente ao golpe militar de 1964 e os anos de ditadura instaurados no Brasil entre 1964 e 1985, período em que as forças militares instauraram 17 atos institucionais, proibiram eleições para cargos executivos, censuram a imprensa, prenderam, torturaram e assassinaram militantes políticos, conforme divulgado no *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*, entre outras atitudes de “linha dura”. Dentre as ações dos governos militares no Brasil, as de maior impacto negativo foram as torturas físicas e psicológicas praticadas como forma de controlar a população que discordasse de sua atuação.

Passado este período da história recente do país, a discussão acerca do papel do *Exército Brasileiro* para a sociedade voltou à tona após as manifestações populares de 2013, conhecidas como *Jornadas de Junho*, que mobilizaram milhares de pessoas a reclamar direitos sociais contra o governo. Os movimentos tiveram início com reivindicações contrárias ao reajuste das tarifas de transporte público, desencadeando uma onda de protestos contra a corrupção. Em resposta ao clamor público, o Congresso Nacional votou uma série de medidas, dentre estas o projeto que torna corrupção crime hediondo<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> PLS 204/2011. De acordo com o Código Penal, a condenação por crime hediondo impede a concessão de anistia e o livramento mediante o pagamento de fiança. Para esse crime a pena deve ser cumprida inicialmente em regime fechado.

Já em 2015, novo movimento toma as ruas das capitais brasileiras, desta vez pedindo a cassação da presidenta Dilma Rousseff<sup>2</sup>. No que foi considerado, pelo jornal Folha de S. Paulo<sup>3</sup> e pelo portal de notícias do G1<sup>4</sup>, o maior protesto político desde as *Diretas Já*<sup>5</sup>, segundo os jornais da data, os manifestantes pediam o fim da corrupção e, uma parcela da população defendia a intervenção militar. Alguns discursos de ódio exaltavam ao ex-coronel do exército brasileiro, Carlos Alberto Brilhante Ustra, ex-chefe do DOI-CODI<sup>6</sup> e torturador de Dilma. Atualmente, o *Exército Brasileiro*, conforme determina a *Constituição Federal*, defende o estado democrático de direito e está subordinado à presidência da república.

Ao participar dois anos consecutivos (2015 e 2016) do ECAM – Estágio de Correspondentes de Assuntos Militares, no Comando Militar do Sul, promovido pelo *Exército Brasileiro* para estudantes de jornalismo, percebi a complexidade da instituição militar. O ECAM tem como objetivo proporcionar conhecimentos gerais sobre o Exército Brasileiro e especificidades da atividade jornalística relacionadas a assuntos militares em ambiente urbano e de selva. O EB ainda tem sua imagem ligada somente ao golpe militar de 1964 e os anos de ditadura militar instaurados no Brasil. O conceito que a instituição defendeu no curso é diferente da opinião pessoal que eu mantinha sobre o *Exército*, de uma instituição rígida e perversa, porém muitas pessoas ainda desconhecem a função do *Exército Brasileiro*.

Salvo exceções, os veículos de informação não costumam abordar notícias de serviço das tropas militares. Não é comum ler nos jornais notícias sobre as ações que o *Exército Brasileiro* desenvolve, seja em território nacional ou internacional. Porém, com a divulgação do *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*, o *Exército Brasileiro* voltou a mídia, mas não de uma forma positiva.

---

<sup>2</sup> A presidenta Dilma Rousseff, eleita por voto popular para seu segundo mandato nas eleições de 2014, foi destituída do cargo em 31 de agosto de 2016, após a votação do processo de impeachment ser aprovado na Câmara e no Senado Federal. Dilma havia sido presa e torturada nos anos de ditadura por lutar contra o regime.

<sup>3</sup> Jornal Folha de S. Paulo. Ato em SP atrai 500mil, supera Diretas Já e impulsiona Impeachment. Disponível em: < <https://goo.gl/2ok25u> > Acesso em: 25 de maio de 2018

<sup>4</sup> Portal G1. Protestos de domingo (13) foram o maior ato político da história do Brasil. Disponível em: < <https://goo.gl/NbtsGE> > Acesso em: 25 maio de 2018

<sup>5</sup> Diretas Já foi um dos maiores movimentos populares da história do Brasil. Ocorrido em 1983-1984, os protestos reivindicavam eleições presidenciais diretas.

<sup>6</sup> Destacamento de Operações de Informações do Centro de Operações de Defesa Interna, o DOI-CODI foi um órgão repressor do Regime Militar para prender e torturar aqueles que fossem contrários ao Governo Militar.

Em função disso justifica-se esta pesquisa: entender qual a mensagem que a Instituição transmite para o público e qual a opinião da população seguidora da Instituição em *sites* de redes sociais, visando identificar a imagem e a reputação do *Exército Brasileiro* na atualidade. Assim, o problema de pesquisa gira em torno da seguinte questão: de que maneiras o *Exército Brasileiro* constrói sua imagem institucional, sobretudo em um momento político em que volta à tona discussões de um passado da instituição ligado à ditadura militar e violação dos direitos humanos, conforme revela o *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*.

Como objetivo geral pretendemos analisar como o *Exército Brasileiro* constrói sua reputação por meio do uso dos *sites* de redes sociais. E como objetivos específicos pretendemos: mapear as postagens no *Facebook* durante o período da publicação do *Relatório da Comissão da Verdade*; identificar os sentidos predominantes neste período determinado por meio das conversações em rede social; e identificar que estratégias e discursos o *Exército Brasileiro* lança mão para construir sua reputação e imagem na rede social *Facebook*.

No segundo capítulo deste estudo, *Exército Brasileiro na história*, faço a contextualização do objeto e do período, utilizando como referência os autores Costa (1957) e Romancini; Lago (2007), JORGE (2008); além da Constituição Federal, dos *sites* do Ministério da Defesa e do *Exército Brasileiro* e o *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*, publicado em 10 de dezembro de 2014.

O terceiro capítulo, *Comunicação organizacional: construção da imagem*, trago os autores: Chaparro (2011) e Duarte (2011) e para tratar da comunicação organizacional e as novas tecnologias as autoras Kunsch (2007), Michel; Michel; Porciúncula (2013) e Mafei; Cecato (2011). Os conceitos dos autores Brandão (2012), Bucci (2015) e López (2012) são utilizados na construção do subcapítulo de *Comunicação Pública no Espaço Institucional*. Para o subcapítulo de Imagem Corporativa trago o aparato metodológico de Silva Neto (2010) e Bueno (2005) e finalmente para abordar a assessoria de imprensa Mafei (2004) e Almansa (2010).

O quarto capítulo apresentado neste trabalho aborda *Webjornalismo* e Jornalismo Digital. Os autores Prado (2011), Canavilhas, (2009), Fidalgo; Serra, (2003), Pinho, (2003) e Simone; Monteiro, (2001) são utilizados como referência para construção do tema. Para o subcapítulo *Sites de Redes Sociais* utilizei os conceitos dos autores Castells (2004), Recuero (2009) e Zanini (2016).

Finalmente, para a construção da Metodologia, apresentada no quinto capítulo deste TCC, os conceitos apresentados por Amaral; Fragoso; Recuero, (2013), e por Gil, (2008) foram utilizados como aparato metodológico.

## 2 EXÉRCITO NA HISTÓRIA

O artigo 142 da Constituição Federal situa o *Exército Brasileiro* como componente das Forças Armadas Brasileiras, juntamente com Marinha e Aeronáutica, sendo uma “instituição permanente e regular, organizada com base na hierarquia e na disciplina, sob a autoridade suprema do Presidente da República, e destina-se à defesa da pátria, à garantia dos poderes constitucionais e da lei e da ordem”. No entanto, devido ao apelo de uma parcela da população, o atual Comandante do Exército Brasileiro, general Eduardo Villas Bôas, declarou à imprensa que não há chances da volta dos militares ao poder<sup>7</sup>. Pelo artigo 142:

As Forças Armadas, constituídas pela Marinha, pelo Exército e pela Aeronáutica, são instituições nacionais permanentes e regulares, organizadas com base na hierarquia e na disciplina, sob a autoridade suprema do Presidente da República, e destinam-se à defesa da Pátria, à garantia dos poderes constitucionais e, por iniciativa de qualquer destes, da lei e da ordem.

“Cada um dos três Comandos Militares desempenha funções específicas na defesa da integridade territorial e dos interesses da nação”, cabe ao Exército a defesa do Brasil em operações terrestres em solo brasileiro, informa o site oficial do Ministério da Defesa. Ainda de acordo com o Ministério da Defesa, “A instituição militar atua também no apoio às atividades de Defesa Civil, participando de ações de socorro e assistência às vítimas de desastres naturais, bem como nos procedimentos de recuperação e reconstrução”.

Atualmente a força armada conta com um efetivo que passa dos 225 mil<sup>8</sup>, entre soldados e generais, homens e mulheres. A instituição “também tem atuação premente no apoio à política externa nacional, contribuindo com o maior número de efetivos militares brasileiros em operações de paz e de ajuda humanitária”.

É importante ressaltar também o serviço que o *Exército Brasileiro* realiza em regiões mais problemáticas, prestando serviços de cunho social para a população, além de serviços de fiscalização de produtos controlados, segurança da navegação, controle de espaço aéreo e atividades de busca e salvamento. Em entrevista para o

---

<sup>7</sup> COMANDANTE do Exército nega volta de militares Jornal do Comércio, Porto Alegre, 10 dezembro 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/4y43l1>>. Acesso em: 14 de abril 2017.

<sup>8</sup> Informações de Recursos Humanos. Exército Brasileiro, site oficial. Disponível em: <<https://goo.gl/rjZuuu>>. Acesso em: 30 de maio 2018

portal *Defesane*<sup>9</sup>, site de informação de ações militares, a 1ª tenente Rosimeire Medeiros Albuquerque Gonçalves, assistente social da Seção de Serviço de Assistência Social (SSAS) do Comando da 12ª Região Militar, explica que o Exército Brasileiro desenvolve uma importante missão de cunho social, através das muitas unidades militares implantadas por todo o território do Brasil, levando assistência médica, sanitária, educacional e de infraestrutura à regiões desfavorecidas. “O Exército Brasileiro passa a ser uma das principais ferramentas que possui a possibilidade de levar o apoio médico especializado à essas comunidades, bem como o atendimento odontológico, orientações jurídicas e outras necessidades”, refere a tenente.

## 2.1 O SURGIMENTO DO EXÉRCITO BRASILEIRO

O *Exército Brasileiro* surge oficialmente com a proclamação da república, quando se tem início o Estado Brasileiro. Porém, há registros de mobilizações de brasileiros para guerra desde a colonização de Brasil por Portugal.

A data da primeira Batalha dos Guararapes (19 de abril de 1648), no contexto da Insurreição Pernambucana, na qual o exército adversário dos Países Baixos foi formado genuinamente por brasileiros (brancos, negros e ameríndios), é tida como a origem do Exército Brasileiro. Em 1822 e 1823, o recém-criado Exército Brasileiro derrotou a resistência portuguesa à independência, nas regiões Norte e Nordeste do país e na província da província Cisplatina, assim como evitando a desfragmentação do território nacional nos anos seguintes. (CAMPANHA LEVE, 20º GRUPO DE ARTILHARIA DO EXÉRCITO BRASILEIRO).

Costa (1957, p. 33). Ressalta que “a participação dos militares na vida política do país constitui um fenômeno cujas raízes históricas se confundem com as próprias raízes da nacionalidade” Costa (1957, p. 3). Segundo o autor, não são muitos os dados do início da colonização, mas as informações permitem ter uma ideia geral sobre a “organização e evolução do aparelhamento militar daquela época”.

A primeira tropa de que se tem notícia na história do Brasil data de 1549, quando aqui chegou com o governador-geral Tomé de Souza um contingente de seiscentos voluntários, relativamente bem armados para a época. Não era

---

<sup>9</sup> MIRANDA, Hellen. Braço Forte e Mão Amiga na Amazônia. DefesaNet, Brasília, abr. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/SMY7mJ>>. Acesso em: 22 de abril 2017.

ainda uma tropa regular do exército, pois Portugal não possuía então exército permanente. (COSTA, 1957, p.33).

O autor salienta que foi somente após a descoberta do Brasil que se começaram a estabelecer as primeiras regras para formação dos exércitos permanentes na Europa. No Brasil, a chamada primeira linha do Exército era constituída por tropas Portuguesas. Porém, com a necessidade de complementar seus efetivos, brasileiros começaram a ser recrutados a força para integrar o corpo do Exército.

O recrutamento era feito à força, pelos processos mais violentos e arbitrários: de um momento para outro, sem maior aviso, as autoridades prendiam os homens válidos, invadiam fazendas e residências e daí tiravam os homens que deviam ser alistados. Segundo cronistas da época, houve ocasiões em que se prendiam todos os moradores da vila, que eram levados às prisões, procedendo-se nesses locais a seleção (...) Esses métodos entraram pelo Império a dentro, constituindo verdadeiro espantinho para a população que quando não fugia para os matos se mutilava, chagando alguns até a suicidar-se. Os lavradores chegavam a abandonar as roças, prejudicando enormemente a economia colonial. Já desde então isso contribuía para impopularizar o exército. (COSTA, 1957, p. 36).

Conforme Costa, a impopularização do Exército não era preocupação das autoridades da época, no caso a monarquia. Porém, os prejuízos que o recrutamento trazia às lavouras sim, por isso, no século XVIII, D. João VI criou o chamado alistado semestreiro, “que no primeiro ano servia somente seis meses e nos sete seguintes apenas três meses, para que nos meses restantes pudesse cuidar de suas lavouras”, Costa (1957, p.37).

Após a independência, D. Pedro I, com o intuito de incrementar o “voluntariado para a formação do exército imperial, reduziu ainda mais o tempo de serviço, fixando-o em três anos”.

“A vinda de D. João VI para o Brasil, em 1808 e a brusca elevação da colônia a categoria de reino não interrompe o processo revolucionário visando a emancipação”, afirma o autor (1957, p.75). A transferência da Corte para o Rio de Janeiro e a chegada de D. João ao Brasil, abre os portos brasileiros ao comércio. “A elevação do Brasil a sede da monarquia portuguesa, não é, por certo, um ato puramente nominal. Com ela abolia-se o regime da colônia e grande parte de sua engrenagem administrativa”, coloca Costa (1957, p.76).



O autor salienta ainda que tal ação serviu de correção para muitos dos desmandos vindos do reino português, “pois agora, com a presença do rei, reduzem-se os inconvenientes e abusos da distância entre soberano e seus súditos”.

Durante o governo de D. João VI as tropas militares eram mistas, formadas por portugueses e brasileiros, porém oficiais brasileiros não ocupavam as altas patentes do Exército. O autor salienta o medo da independência como um dos motivos de D. João para as ações que tomava. “O regresso da corte para Lisboa e a ideia de deixar o jovem príncipe D. Pedro no Brasil surgiu então como fórmula mais conveniente para distrair todos aqueles interesses” Costa (1957, p.89).

“Uma das primeiras preocupações do príncipe ao ficar (...) com um vasto e dividido país sob sua responsabilidade é conciliar os antagonismos entre brasileiros e portugueses, sobretudo evidente no meio militar”, explica o autor (1957, p.93). Em 24 de abril de 1821 a Corte Portuguesa declarou o governo provincial do Brasil independentes do governo de D. Pedro e sujeito unicamente a jurisdição de Lisboa. “Em 28 de julho decidem as Cortes que o exército brasileiro e português seja uma só corporação. O propósito é poder deslocar as tropas, transferindo corpos brasileiros para Portugal e vice-versa, de sorte a enfraquecer o nativismo militar”. Corta (1957, p.94).

Em pouco tempo, os principais pontos da costa brasileira estão sob ocupação de tropas portuguesas, “ficando D. Pedro com sua jurisdição de regente reduzida praticamente a capital<sup>10</sup>”. O autor (1957, p.95) salienta que a situação tornara-se intolerável. “O próprio ministro da justiça sente que somente as forças brasileiras seriam capazes de evitar aquele estado de crescente sufocação”.

O forte apelo brasileiro pela independência de Portugal gerou uma série de desavenças entre D. Pedro e o reino. “Oficialmente fez-se a independência no dia 07 de setembro. A 21 do mesmo mês D. Pedro foi proclamado Imperador Constitucional (...) Em 1º de dezembro solenemente se fez coroar”. Costa (1957, p.110).

Em 1823, após uma série de conflitos entre tropas portuguesas e brasileiras, as tropas portuguesas foram retiradas do território brasileiro. No começo de 1824 já não haviam mais tropas do reino no Brasil. “A única força, de origem portuguesa que havia ainda era a de D. Pedro, que como se sabe, renunciara à nacionalidade para se declarar brasileiro”. Costa (1957, p.115).

---

<sup>10</sup> No período colonial a capital do Brasil se localizava no Rio de Janeiro.

Por aí pode-se facilmente compreender que durante as lutas da Independência, quando todas as tropas portuguesas que integravam as forças de primeira linha existentes no país se puseram a serviço da dominação das Cortes de Lisboa, não tivéssemos um exército nosso. Os corpos de tropa com que se contavam estavam todos desfalcados e tiveram que ser preenchidos a última hora com a mobilização das milícias locais, desprovidas de maior preparação militar. (COSTA, 1957, p.119).

O autor salienta ainda que, de modo geral, “era um povo que acorria aos quartéis, vestia fardas e pegava armas tal qual acontecera durante memoráveis tempos de colônia”. O império recém-formado recebeu auxílio de voluntários para a formação de uma frente armada que defendesse a independência.

“A lei imperial de 1824, que procurou dar a primeira organização ao exército brasileiro”, nomeou formações militares com nomes populares, como “Libertos de Ouro Preto, Libertos de Paracatu, Pardos de Icó, Artilharia dos Henriques da Cortes”, entre outros. Segundo Costa (1957, p.121), assim se formava o exército brasileiro.

Entre os episódios de destaque do Exército Brasileiro na história, a Guerra do Paraguai (1864 a 1870) teve grande importância para a formação democrática atual da instituição. A Batalha travada por Brasil, Argentina e Uruguai contra o Paraguai foi o maior conflito armado internacional ocorrido na América do Sul e ficou conhecida como Tríplice Aliança, segundo reportagem especial do jornal Gazeta do Povo<sup>11</sup> sobre o fato histórico.

Além da Guerra do Paraguai, outro período de relevância para a história do Brasil e do Exército Brasileiro foi o regime civil-militar instaurado no Brasil em 1964 que durou 21 anos, até 1985.

## 2.2 A DITADURA MILITAR DE 64

“O Golpe de 1964 inicia um período no qual as liberdades civis e o jornalismo são seriamente cerceados. O controle dos meios de comunicação caracteriza o regime militar”, Contextualiza Romancini; Lago (2007, p. 119). Os autores destacam o papel da imprensa nos anos de ditadura.

---

<sup>11</sup> GAZETA DO POVO. Guerra do Paraguai, 15 dez. 2014. Disponível em: < <https://goo.gl/tp7DAK>>. Acesso em: 20 de julho de 2017.

A grande imprensa, em geral, apoiou o golpe de 64, assim como parte da população brasileira, principalmente setores das classes médias e grupos conservadores preocupados com os rumos esquerdistas do governo João Goulart e com os problemas econômico-financeiros do país (inflação, dívida pública). (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 120).

Os autores (2007, p.120) destacam ainda que o golpe de 64 não foi liderado apenas por militares, mas também por grupos que possuíam lideranças civis e pessoas que tinham expectativas de assumir cargos de poder no futuro.

“O marco da ditadura plena seria o final do ano de 1968, com a edição do AI-5. Mas já antes, como em rupturas institucionais passadas, a imprensa, bem como outros campos da atividade intelectual, seria novamente cerceada”. (2007, p.120).

O regime militar, via crescimento econômico, colabora indiretamente para o crescimento da imprensa, mas o ambiente repressivo do regime militar tenta controlá-la para legitimar-se. Em função disso, surge uma imprensa alternativa que procura transmitir informações que os grandes meios não queriam ou não podiam divulgar. (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 121).

“Em 9 de abril de 1964 é baixado o primeiro Ato Institucional (AI) pelos militares, ou seja, um decreto que alterava a estrutura institucional do país, sem a consulta do Congresso”. Romancini; Lago (2007, p.122) salientam que esta ação suspendeu imunidades parlamentares, cassações de mandatos e a suspensão de direitos políticos.

Posicionado contra o regime, o jornal carioca Correio da Manhã, realizou denúncias e críticas, “que tiveram como resposta perseguições, na forma de corte de publicidade e pressões contra jornalistas do Correio”. (2007, p.123). Os autores ressaltam que nos anos seguintes ao golpe ocorreram “apreensões de exemplares, ocupações da redação por policiais e um atentado a bomba na sede do jornal, que, aliados à pressão financeira, fizeram com que o Correio da Manhã fechasse em 1969”.

Os autores destacam também o esvaziamento das Comissões Parlamentares de Inquérito, instauradas em 1963. O objetivo seria investigar o financiamento estrangeiro ao IBAD e à imprensa. Romancini; Lago (2007, p. 123) ressaltam o envolvimento do grupo Globo com o governo militar. “O grupo Globo passou a contar com um *know-how* de gerenciamento e equipamentos que o diferenciaram das demais organizações de comunicação, o que facilitou a conquista da liderança no mercado de televisão”.

Romancini; Lago (2007, p. 124) ressaltam que “como consequência, logo este veículo seria o meio preferencial para a divulgação do Brasil “grande” imaginado pelos militares”, destacam Romancini; Lago (2007, p. 123). Em contraste ao caso Globo, os autores citam o exemplo da TV Excelsior, emissora nacionalista, que apoiava Jango e foi perseguida, invadida e censurada por militares, tendo sua concessão cassada pelo governo em 1969, “que não tinha interesse que um grupo de oposição tivesse uma rede de TV”.

Do ponto de vista econômico, o governo Castelo Branco lançou o Programa de Ação Econômica do Governo (PAEG), visando, por meio de medidas ortodoxas conservadoras, restaurar o equilíbrio das finanças do Estado e diminuir a inflação. Estas metas implicariam em uma série de medidas impopulares, mais facilmente impostas por um regime autoritário, como fórmulas de reajuste salarial que não garantiam a reposição da inflação, fim da estabilidade no emprego após dez anos (anteriormente uma garantia da Consolidação das Leis Trabalhista – CLT) e extremos limites ao direito greve. Além disso, o governo contaria com a ajuda norte-americana, o que garantiria um acordo com o FMI, para reestruturar as finanças públicas. Dessa forma, o PAEG alcançou seus objetivos, a inflação anual de 1964 que fora de quase 92% caiu para 34,5%, no ano seguinte, por exemplo. (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 124).

Conforme explicam os autores, o sucesso do plano não foi o suficiente para promover o governo militar, já que nas eleições para o governo dos estados, em outubro de 1965, a população elegeu candidatos identificados com o getulismo ou com Juscelino Kubitschek. O resultado das urnas alarmou os militares, fazendo com que Castelo Branco (atual presidente do regime militar na época) decretasse o AI-2.

“O novo ato institucional estabeleceu em definitivo as eleições indiretas para presidente e extinguiu os partidos políticos existentes, instituindo o bipartidarismo. Um partido governista, a Aliança Renovadora Nacional (Arena), e outro de oposição, o Movimento Democrático Brasileiro (MDB), substituíram todas as outras agremiações partidárias. (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 125).

Em fevereiro de 1966 surge o AI-3, que, conforme Romancini; Lago (2007, p. 125) “estabelece eleições indiretas também para os governadores, além disso, ainda no governo Castelo, ocorrem a aprovação de uma nova Constituição que consolidava os Atos Institucionais”. Os autores citam também (2007, p. 125) a “Lei de Imprensa, editada em 1967, que cerceia a atividade, e de uma Lei de Segurança Nacional, que restringe as liberdades civis”.

No ano seguinte, em particular, ocorrem vários fatos que acentuam a oposição entre o regime e a sociedade civil: a Frente Ampla é declarada ilegal, em abril; são realizadas várias mobilizações pela democratização, como a chamada “passeata dos 100 mil” – que reuniu estudantes e membros do clero e classe média do Rio de Janeiro, em 25 de junho -; o governo reprime o que seria uma reunião clandestina de estudantes, em Ibiúna, em outubro; greves operárias ocorrem em Belo Horizonte e Osasco em meados de 1968, e começam as ações armadas contra o regime praticadas por grupos de esquerda (uma bomba explode no consulado dos EUA em São Paulo, e têm início as “expropriações”, ou seja, os assaltos para reunião de fundos que dessem sustentação aos grupos armados). (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 126).

Romancini; Lago (2007, p. 126) salientam que esses eventos dão combustível ao chamado “golpe dentro do golpe”: o famoso e temido Ato Institucional nº 5 – AI-5. Iniciando, em 13 de dezembro de 1968, por Costa e Silva, a fase mais repressiva da ditadura, os “Anos de Chumbo”.

O AI-5 não tinha prazo de vigência e, “entre outras medidas autoritárias, dava poderes ao presidente da República para fechar provisoriamente o Congresso ou intervir nos estados e municípios, e o Executivo poderia ainda suspender o *habeas-corpus*”. Romancini; Lago (2007, p. 127) destacam as cassações no Congresso e em lideranças civis, expurgos no funcionalismo público e professores universitários, prisões de líderes sindicais, estudantes e intelectuais como ações do governo militar. Torturas tornaram sistemáticas e a censura aos meios de comunicação foi institucionalizada também neste período.

Os autores citam ainda a censura prévia sofrida por veículos de comunicação na época. Como forma de tornar a censura algo dentro da normalidade, os veículos eram editados, por assim dizer, por examinadores da Polícia Federal.

Na prática, geralmente os censores viam todo o material que estava sendo preparado para a publicação no local em que ela era produzida, e liberavam, vetavam ou liberavam com restrições os textos, imagens ou fotos examinadas, a partir de instruções regulares emanadas pela Polícia Federal. (ROMANCINI; LAGO, 2007, p. 129).

“Corrupção no governo, greves, crises políticas, protestos estudantis, as condições de vida dos cidadãos comuns, citações a determinados indivíduos, além da própria informação sobre a existência da censura”, também eram assuntos vetados aos jornais na época de regime militar, ressaltam Romancini; Lago (2007, p. 130).

“Houve também circunstâncias em que, como forma de punição aos veículos, a censura prévia passou a ser feita em Brasília, para onde o material devia ser enviado”.

Além da censura prévia, Romancini; Lago (2007, p. 131) destacam outra modalidade aplicada à imprensa no período, a “autocensura”. Segundo os autores a modalidade foi mais geral e atingiu a grande imprensa, que “consistia no informe aos meios de comunicação sobre assuntos cuja veiculação era proibida”. Os jornalistas deveriam “suprimir estes temas da pauta de assuntos publicados, sob o risco de represálias”.

O conteúdo da censura era transmitido geralmente pelos “bilhetinhos” – e também por telefone ou telegrama. Estas notificações, depois de algum tempo, passaram a não ter sequer timbres ou carimbos oficiais (...). O texto com a proibição costumava ser levado às redações de jornais e outros meios de comunicação por um policial de nível inferior, que mostrava o bilhete e aguardava que ele fosse copiado. Depois o jornalista tinha que assinar um documento que comprovava a ciência da censura. O policial ia embora com o original da proibição, e assim, provas documentais da censura não ficavam nas empresas. (ROMANCINI; LAGO, 2007, P. 132).

Os autores citam a apreensão dos jornais e a retirada de emissoras de rádio e TV do ar, caso não fossem cumpridas as ordens de censura. “O expediente de “autocensura” terminaria em 1976, embora continuassem a existir veículos sob censura prévia”, destacam Romancini; Lago (2007, p. 133). Os autores destacam também outras formas de repressão sofridas pela imprensa, como os “atentados a bomba; invasões a redações e bancas de jornal; prisões, inquéritos arbitrários e violência física contra jornalistas e pressões contra os donos das empresas”.

Não seria possível ser contra o AI-5 sem ser contra o regime. E a imprensa, embora um ou outra discordância eventual, mais do que aceitou o regime: foi uma arma essencial da ditadura. (ROMANCINI; LAGO, 2007, P. 135 *apud* KUSHNIR, 2004, P. 51).

Conforme exemplifica Jorge (2008, p.17), o ex-presidente Médici, enquanto governante, só teve contato com a imprensa uma vez. Ernesto Geisel “apenas se mostrou cordial e expansivo, junto aos repórteres, quando se achava a bordo do trem-bala, no Japão”. O autor cita ainda os olhares furibundos do ex-presidente Figueiredo para com a imprensa e os jornalistas: “- o único problema que tenho tido são vocês”, afirmará o ex-presidente em 10 de abril d 1979, contra alguns jornalistas.

“Tancredo Neves, o primeiro presidente civil da República desde o golpe de 1964, além de haver expressado o desejo de efetuar a reconstrução democrática do país, apresentava condições para modificar a imagem de que o chefe do Executivo, no Brasil, em relação à imprensa, é um cidadão rude, agressivo, irritadiço, espinhento (...) Tal imagem foi criada pelo presidente Figueiredo, pois Castelo Branco, Costa e Silva, Garrastazu Médici e Ernesto Geisel, a rigor, quase não tiveram contato com os jornalistas. (JORGE, 2008, P. 17).

O presidente teria proferido ainda, de acordo com o autor (2008, p.18) a seguinte frase: “A imprensa usa de todos os meios para difundir o que é mau e esconde justamente aquelas coisas que o governo tem feito com sacrifício em benefício do povo brasileiro”, durante um discurso proferido em Cuiabá, em 19 de junho de 1980. Entre os ataques a jornalistas, o ex-presidente Figueiredo teria dito a uma jornalista que não fizesse pergunta, “se não leva coice”, enquanto fora votar, em 15 de novembro de 1982.

Em entrevista concedida a Alexandre Garcia, da TV Manchete, Figueiredo teria afirmado ainda que o trabalho da imprensa foi contra o seu governo: “O trabalho da imprensa foi um trabalho contra mim, contra o meu governo”. Jorge (2008, p.18). O autor apresenta ainda uma série de respostas do ex-presidente a jornalistas, sempre com ásperas e raivosas: “considero asnática esta pergunta”, “indague a Jesus Cristo”, “imbecis travestidos de intelectuais”, “vocês só entram trotando no meu gabinete”. Sempre demonstrando hostilidade e desprezo pelos profissionais da imprensa.

Jorge (2008, p.19) relembra que o primeiro presidente eleito após os anos de ditadura, Tancredo Neves, que não chegou a assumir o cargo, havia trabalhado como jornalista, por 14 anos, nos jornais Estado de Minas e numa “gazeta atrevidíssima”. Quando eleito presidente da República, Tancredo salientou o auxílio da imprensa na “reconquista do “bom e velho caminho democrático”, pois essa imprensa, embora sob a censura policial, a coação política e econômica, ousou bravamente enfrentar o poder para servir à liberdade do povo”.

As mais cruéis torturas eram praticadas com aqueles que ousavam a contrariar ou se opor ao governo. Em seu livro, Fernando Jorge (2008, p. 162 a 167) narra a tortura sofrida pelo jornalista Milton Coelho da Graça - que teve os dentes arrancados-, do líder camponês apelidado de Índio – que teve os testículos “amassados com tenazes”-, do professor Assis Lemos, da Paraíba – que teve um papel molhado em álcool enfiado no ânus e depois aceso. Prática chamada de

churrasquinho. “Dos canais auditivos do cidadão Gildo Rios saía pus, em consequência da ruptura dos seus tímpanos, dos golpes que recebera nas orelhas”. Jorge (2008, p.162).

Entre os vários relatos de torturas que o autor apresenta, uma das mais brutais retratada foi a do líder comunista Gregório Bezerra, proferidas pelo coronel Darcy Villocq Viana, comandante do Batalhão Motomecanizado.

Este foi acolhido, no quartel do Batalhão Motomecanizado, com golpes de cano de ferro na cabeça, pontapés e coronhadas por todo o corpo, sobretudo no estômago, no abdômen e nos testículos. Após a recepção, Gregório ficou estendido no cimento de um xadrez, mas Villocq continuou a surrá-lo, exibindo baba pelos cantos da boca e vomitando “termos pornográficos” (...) Depois a fera quis introduzir a barra de ferro no ânus da vítima, porém não conseguiu. Gregório lutou de modo épico (...) Colocaram o líder comunista de bruços e embora ele estivesse encharcado de sangue, com os dentes todos partidos, Villocq pisou na sua nuca, enquanto os demais algozes sapateavam naquele pobre corpo moído. Em seguida, cumprindo o ritual, fizeram Gregório tombar na cadeira. Três sargentos o seguraram para trás, para que Villocq, com alicate, pudesse ir arrancando os cabelos do prisioneiro. Terminando este trabalho, ergueram o homem e o obrigaram a pisar numa poça de ácido (...) (JORGE, 2008, p.164).

Os relatos de torturas apresentados pelo autor no decorrer da obra são imensamente pesados e difíceis de imaginar. Assim como Bezerra, outros tantos foram torturados e mortos pelo regime. Outro ato de censura contra a imprensa brasileira relatado por Jorge (2008, p.167) foi o bombardeio a sede do jornal Correio da Manhã, em 1968. “E no começo do ano seguinte houve a prisão de sua proprietária, Niomar Muniz Sodré Bittencourt, bem como dos jornalistas Nelson Batista e Osvaldo Peralva, membros da direção da folha”.

Seguiu-se por anos a situação de extrema censura e perseguição política. “Cresceu, após a queda de João Goulart, a aversão de certos políticos pela imprensa”, relata Jorge (2008, p. 172). Conforme cita o autor, assim que assumiu o governo do Amazonas, em junho de 1964, Arthur César Ferreira Reis, “apadrinhado por Castelo Branco, (...) a fim de mostrar competência, ordenou o fechamento de A Gazeta e de O Trabalhista, jornais da oposição. Os dois tinham publicado denúncias de caráter administrativo”.

O autor (2008, p.172) refere-se a Lei de Imprensa, sancionada pelo então presidente Castelo Branco, como “repressiva, intolerante, plena de ranço autoritário, (...) está ligada, por xifopagia, a um regime que a empregou como instrumento de



arbítrio, de torturas, de perseguições políticas”. Constatam no documento, entre os delitos enumerados de “crimes contra a pátria”, “abusos” na liberdade de informar e de expressar o pensamento. “Garante o artigo 63, além disso, à sua excelência, o “sábio” e “infallível” ministro da Justiça, o direito de apreender edições de jornais e revistas”.

Golpe forte contra a liberdade da palavra veio do Ato Institucional nº 5, promulgado em 13 de dezembro de 1968, cujo texto é da autoria de Gama e Silva, ministro da Justiça. Documento característico de arbítrio, classificado de antilei pelo jornalista Pedro Dantas, além de restabelecer as cassações de direitos políticos e de mandatos legislativos, outorgou ao presidente da República a iniciativa de impor a censura prévia à imprensa. (JORGE, 2008, p. 173).

A Operação Bandeirantes, “uma iniciativa do general José Canavarro Pereira, instrumento extralegal de repressão contra o terrorismo”, também é citada por Jorge (2008, p.180). A tortura sofrida pelo repórter Antônio Carlos Fon, em setembro de 1969, foi relatada detalhadamente pelo autor (2008, p.181). “Albernaz, salientou o repórter, “foi um dos torturadores mais ferozes que passaram pelo DOI-CODI”.

Antônio Carlos Fon foi torturado pelo sargento Paulo Bordini e o capitão Benone de Arruda Albernaz, ambos da Operação Bandeirantes. Jorge (2008, p.181) ressalta que “Albernaz, depois de exercer as funções de adido militar do Brasil na Bélgica, tinha sido internado numa clínica destinada à doentes mentais”.

Após ter permanecido dezessete dias no 34º Distrito Policial, o repórter foi levado para o DOPS, onde aguentou o pau-de-arara pelo espaço de duas horas e recebeu choques elétricos, aplicados por um delegado e por um investigador. Devido a tudo isto, Antônio Carlos Fon ficou com as pernas paralisadas, durante vários dias. (JORGE, 2008, p.183).

Os relatos demonstram que muitas pessoas foram torturadas, outras tantas mortas, pelo estado durante o regime militar. Centenas de presos políticos desapareceram, ou tiveram em seu atestado de óbito a causa morte como suicídio. Anos depois as vítimas e as famílias das vítimas brigam na justiça para que os responsáveis fossem punidos. Movimento esse que leva a instauração da *Comissão Nacional da Verdade*, que teve como objetivo investigar quem foram os responsáveis pelas atrocidades cometidas durante a ditadura militar.

A última presidência militar foi do General João Batista Figueiredo, antigo chefe do Serviço Nacional de Informações. Uma das primeiras medidas tomadas por Figueiredo foi a discussão da Lei da Anistia, que visava reverter punições aos cidadãos brasileiros que foram considerados criminosos políticos no decorrer do regime militar.

A Lei nº 6.683, de 28 de agosto de 1979, concedeu anistia para:

É concedida anistia a todos quantos, no período compreendido entre 02 de setembro de 1961 e 15 de agosto de 1979, cometeram crimes políticos ou conexo com estes, crimes eleitorais, aos que tiveram seus direitos políticos suspensos e aos servidores da Administração Direta e Indireta, de fundações vinculadas ao poder público, aos Servidores dos Poderes Legislativo e Judiciário, aos Militares e aos dirigentes e representantes sindicais, punidos com fundamento em Atos Institucionais e Complementares. (BRASIL, Decreto de lei nº 6.683).

Segundo o *site* do Governo do Brasil<sup>12</sup>, a lei também garantia o retorno de exilados políticos ao país, assim como o restabelecimento dos direitos políticos e civis. Entretanto, a Lei da Anistia Política também vale para aqueles que praticaram atos criminosos, como torturas, assassinatos e atentados a vida entre os anos de militarismo no Brasil.

No subcapítulo a seguir, iremos tratar sobre a *Comissão Nacional da Verdade* e a publicação de seu *Relatório*.

### 2.3 A COMISSÃO NACIONAL DA VERDADE

Instituída em 16 de maio de 2012, a *Comissão Nacional da Verdade*, ou CNV, foi criada pela Lei nº 12.528 de 18 de novembro de 2011<sup>13</sup> e tem por finalidade apurar a violação de direitos humanos no período de Ditadura Militar no Brasil. Segundo o site oficial da CNV, o foco principal foi na apuração de casos de desaparecidos políticos no período de 1946 a 1988.

De acordo com o livro-documento *Direito à Memória e à Verdade*, elaborado pelo governo federal, há 150 casos de opositores do regime militar que

<sup>12</sup> Governo do Brasil. Lei da Anistia Política reverteu punições da época da ditadura. Disponível em: <<https://goo.gl/RsLHkV>> Acesso em: 30 de março de 2018

<sup>13</sup> BRASIL, Decreto de lei nº 12.528 de 18 de novembro de 2011. Cria a Comissão Nacional da Verdade no âmbito da Casa Civil da Presidência da República. Disponível em: <<https://goo.gl/2x2bD8>> Acesso em: 30 de maio de 2018.

desapareceram após serem presos ou sequestrados por agentes do Estado. Não há registro da prisão deles em nenhum tribunal ou presídio, os advogados não foram notificados e os familiares até hoje procuram esclarecimentos sobre onde estão os corpos das vítimas (VERDADE, COMISSÃO DA.)

A lei que institui a *Comissão da Verdade* foi criada após a condenação do Brasil da Corte Interamericana de Direito Humanos da OEA, em 2010, quando familiares de mortos e desaparecidos da Guerrilha do Araguaia – ação armada desencadeada pelo partido político PCdoB, entre 1972 e 1974, no Pará – moveram ação contra o país, em busca de respostas.

Os trabalhos da CNV procuraram responder às reivindicações de perseguidos políticos, presos durante a ditadura, que se arriscaram denunciando a tortura sofrida nas dependências militares. Alinharam-se aos esforços dos familiares na incessante busca de informação a respeito das circunstâncias da morte e do desaparecimento de seus entes queridos. (...) A redemocratização do regime tornou pública uma importante iniciativa que vinha sendo desenvolvida a partir da Lei de Anistia, o projeto Brasil: nunca mais. Capitanado pela Arquidiocese de São Paulo e pelo Conselho Mundial de Igrejas, sob a coordenação do cardeal d. Paulo Evaristo Arns e do reverendo Paulo Wright, o Brasil: nunca mais é considerado a maior iniciativa da sociedade brasileira na denúncia das graves violações de direitos humanos praticadas durante a ditadura militar e se tornou obra de referência quando se debate o papel das organizações não governamentais na agenda da Justiça de Transição. (VERDADE, vol. 1, 2014, p. 23 e 24).

Conforme explica o *Relatório*, após anos de pesquisa e investigação, “a instituição da CNV deu-se no momento em que o Brasil se via – e ainda se vê – obrigado a lidar com o legado de graves violações de direitos humanos, verificando-se resistência por parte de alguns setores do Estado, até mesmo de instâncias judiciais.” Relatório da Comissão Nacional da Verdade (2014, p. 30).

Cabe ressaltar que, no Brasil, o processo de expansão e desenvolvimento dos direitos humanos foi fortalecido pela promulgação da Constituição federal de 1988, cujo texto expressamente incorpora ao rol dos direitos fundamentais os direitos e garantias estabelecidos nos tratados internacionais de direitos humanos dos quais o Brasil é parte (artigo 5º, parágrafo 2º). Nesse sentido, aliado ao ordenamento jurídico interno, o direito internacional dos direitos humanos tem sido um importante instrumento na luta pela proteção dos direitos fundamentais no Brasil e tem cumprido um papel relevante no debate sobre memória, verdade e justiça. Há violações de direitos humanos que, de acordo com a natureza e a gravidade do fato ilícito, são especialmente avaliadas. A expressão “graves violações de direitos humanos” é utilizada para designar violação a direitos considerados inderrogáveis, como o direito à vida e à integridade pessoal, não sendo passíveis de suspensão mesmo em situações excepcionais – a guerra, o estado de emergência, o estado de perigo etc. (VERDADE, vol. 1, 2014, p. 37).

O *Relatório da Comissão Nacional da Verdade* é dividido em três volumes, sendo o primeiro sobre explicações acerca da CNV e sua instauração, o segundo sobre os textos temáticos de violação de direitos humanos e o último volume sobre os mortos e desaparecidos no Regime Militar. A CNV traz o nome de 434 mortos e desaparecidos políticos de 1946 a 1988, no Brasil e no exterior, além dos nomes dos 377 agentes do Estado acusados de violações de direitos humanos.

Buscou-se o esclarecimento circunstanciado das graves violações de direitos humanos praticadas nesses casos. Os perfis apresentam, muitas vezes, as falsas versões oficiais divulgadas à época e suas incongruências, bem como os resultados das investigações realizadas nas últimas décadas. (VERDADE, vol. 3, 2014 p. 26).

Com o intuito de levar justiça às vítimas e seus familiares, bem como de responsabilizar o Estado por graves violações de direitos humanos, a *Comissão Nacional da Verdade compreende por morte*:

1- Execuções sumárias ou arbitrárias (incluindo mortes decorrentes de tortura); 2- mortes em conflitos armados com agentes do poder público; 3- suicídios na iminência de prisão ou de tortura e em decorrência de sequelas de tortura. Essas modalidades, por sua recorrência no período da ditadura militar (1964-85). (VERDADE, vol. 3, 2014, p. 26).

A *Comissão* considera também como desaparecimento forçado toda privação de liberdade perpetrada por agentes do Estado, “ou por pessoas ou grupo com autorização, apoio ou consentimento do Estado, seguida da recusa em admitir a privação de liberdade ou informar sobre o destino ou paradeiro da pessoa”. A CNV classifica a atuação do Estado, sob esta prerrogativa, como clandestina. “Retira a vítima da esfera da proteção da lei e impede que seus familiares e a sociedade conheçam as circunstâncias do desaparecimento”.

Segundo o documento oficial, “tratam-se de padrões que pretendiam eximir a responsabilidade da repressão, com montagem de versões oficiais falsas para mortes sob tortura”. Muitos foram considerados desaparecidos, pois a CNV destaca que seria “necessário que se encontrem os restos mortais da pessoa desaparecida e se realizem exames que garantam satisfatoriamente a identificação”, não presumindo a morte da vítima por meio de certificados, atestados ou declarações. “Com base

nessas definições, foram consideradas desaparecidas inclusive vítimas cujos documentos oficiais de morte, como certidão de óbito e laudo cadavérico, foram emitidos, mas seus restos mortais não foram encontrados ou identificados”. Relatório da Comissão Nacional da Verdade – Volume III (2014, p. 26).

No capítulo a seguir falarei sobre comunicação organizacional e construção de imagem, para entender como o *Exército Brasileiro* constrói sua reputação e imagem institucional.

### 3 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: CONSTRUÇÃO DA IMAGEM

Este trabalho visa compreender como o *Exército Brasileiro* se comunica com o público via *site* de rede social do *Facebook*, e, mediante essa interação, de que forma constrói uma imagem e reputação na mídia *on-line*. Para isso, além deste conceito, abordaremos também conceitos sobre assessoria de imprensa, comunicação organizacional e os *sites* de redes sociais a partir dos estudos da comunicação.

A questão das relações entre as organizações e a imprensa não é nova. Como tema e problema, é até coisa velha, de quase um século. Na verdade, se nos identificarmos como profissionais ou estudiosos da comunicação chamada empresarial, institucional ou organizacional, somos mais ou menos herdeiros de um jornalista americano chamado Ivy Lee. (CHAPARRO, 2011, p. 3).

Manuel Carlos Chaparro (2011, p. 4) explica o surgimento da assessoria de imprensa ou assessoria de comunicação, como conhecemos hoje, como sendo um “bem-sucedido projeto profissional de relações com a empresa” criado por Ivy Lee, em 1906. Para o autor, o conceito de assessoria de imprensa criado por Lee foi de grande valia para o jornalismo.

Ivy Lee não se limitou a cuidar bem do relacionamento com a imprensa. Homem de comunicação, sabia que a imagem das pessoas, como a das instituições, não se muda com conversa fiada e notas em jornais. Por isso, desenvolveu habilidades e técnicas de criar fatos noticiáveis, de preferência retumbantes. Com eles alterou os valores de referência associados à imagem pública de John Rockefeller (seu cliente). E fundou a escola das relações públicas. (CHAPARRO, 2011, p. 8).

Com a crise de 1929, nos Estados Unidos, a informação tornou-se uma necessidade estratégica, segundo o Chaparro (2011, p. 9). O autor explica que com as demissões em massa no período de crise econômica, os jornalistas na função de assessores precisavam informar a real situação das empresas em questão. “Sob tal pressão, as empresas se organizaram para atuar como fontes. E a demanda social de informação foi devidamente aproveitada pelas relações públicas”.

No Brasil o surgimento do profissional de relações públicas<sup>14</sup> se deu apenas em 1964. “Com as RPs, generalizou-se, na iniciativa privada e no serviço público, a prática da assessoria de imprensa. E as duas atividades atraíram muitos jornalistas”, esclarece Chaparro (2011, p. 11). Entretanto, a profissão ganhou força em 1968, inserida como campo de estudo nos cursos de comunicação e estimulada pela estratégia de propaganda e divulgação do governo militar.

Lembremos que, àquela época, a Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República (Aerp) ganhou espaço e força de superministério. A então afamada Aerp detinha largo poder sobre verbas e vagas. Coordenada a rede governamental de divulgação, criando e difundindo “verdade” oficiais, que o ambiente de autocensura e adesismo favorecia. (CHAPARRO, 2011, p. 12).

Com a ascensão da profissão no período militar brasileiro, a Aerp tornou-se modelos para estados e municípios, bem como para grandes empresas. Chaparro (2011, p.12) salienta que inicialmente a profissão de RP trabalhou “sempre administrada em favor da imagem popular da ditadura”. Chaparro (2011, p. 19) salienta ainda que, “a notícia tornou-se produto abundante nas relações humanas globalizadas. Inundou as redações. Porque hoje noticiar é a forma mais eficaz de interferir no mundo”.

Se tratando de assessoria de imprensa, Jorge Duarte (2011, p. 51) explica que a profissão “busca, essencialmente, atender às demandas por informação relacionadas a uma organização ou fonte em particular”. O autor classifica a atividade de Assessoria de imprensa como “gestão de relacionamento e dos fluxos de informação e imprensa”.

A valorização da capacidade profissional do jornalista para atuação no relacionamento com a imprensa e na comunicação institucional é etapa recente, num processo um pouco mais longo, sustentado no interesse das organizações e pessoas em divulgar suas informações e opiniões para a sociedade por meio da imprensa. (DUARTE, 2011, p. 52).

---

<sup>14</sup> BRASIL, Decreto de lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967. Disciplina a Profissão de Relações Públicas e dá outras providências. Disponível em: <<https://goo.gl/Gr3mCr>>. Acesso em: 21 de setembro de 2017.

Em 1989, em meio a uma constante onda de demissões nos jornais, a busca por assessores de imprensa por parte de empresas e organizações aumentou<sup>15</sup>. Boletins, jornais, revistas, vídeos, rádios, estavam entre os trabalhos fornecidos pelos assessores de imprensa, atividades até então distantes de muitas empresas da época. Segundo Duarte (2011, p. 61) os assessores de imprensa se tornaram ponto de apoio de repórteres e editores, “ajudando a implantar uma cultura de transparência nas relações entre organização e a sociedade”.

### 3.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: NOVAS TECNOLOGIAS

A comunicação organizacional é toda ação, atividade ou estratégia promovida por uma entidade para reforçar a sua imagem junto ao público alvo. Segundo Michel, Michel e Porciúncula (2013 *apud* BUENO, 2003, p. 72), a “comunicação empresarial (organizacional, corporativa ou institucional) compreende um conjunto complexo de atividades, ações, estratégias, produtos e processos desenvolvidos para reforçar a imagem de uma empresa ou entidade, junto aos seus públicos de interesse, ou junto à opinião pública”. O processo de industrialização no Brasil foi fundamental para a prática efetiva da comunicação nas organizações, como refere Kunsch (2007, p. 42):

A comunicação organizacional, na forma em que se acha configurada hoje em dia, é fruto de sementes lançadas no período da Revolução Industrial, que ensejaria grandes e rápidas transformações em todo o mundo. Esta, com a conseqüente expansão das empresas a partir do século XIX, propiciou o surgimento de mudanças radicais nas relações de trabalho, nas maneiras de produzir e nos processos de comercialização. Nesse contexto é que se devem buscar as causas do surgimento da propaganda, do jornalismo empresarial, das relações públicas e da própria comunicação organizacional como um todo.

As mudanças provocadas com o processo de industrialização obrigaram as empresas a buscar outras formas de comunicação interna e externamente. A comunicação organizacional engloba diferentes formas de comunicação, como a administrativa, a interna, a institucional e a mercadológica.

---

<sup>15</sup> Duarte (2011, p. 60) ressalta que o principal exemplo para o enxugamento de vagas nas redações teria sido uma “greve malsucedida na imprensa paulista em maio de 1979”, causando a demissão de centenas de profissionais, que procuraram emprego como assessores de imprensa.



A comunicação organizacional é ferramenta fundamental e estratégica de comunicação para captação de consumidor. Utilizada de forma a atingir o público alvo, é responsável pela imagem institucional da empresa.

Assim como a propaganda teve um papel fundamental após a revolução industrial, a comunicação organizacional no sentido corporativo começou a ser encarada como algo fundamental e como uma área estratégica na contemporaneidade. As ações isoladas de comunicação de marketing são insuficientes para fazer frente aos novos mercados competitivos e para se relacionar com os públicos estratégicos. Estes são cada vez mais exigentes e cobram das organizações responsabilidade social, atitudes transparentes, comportamentos éticos, graças a uma sociedade mais consciente e uma opinião pública sempre mais vigilante. E, neste contexto, a comunicação passa a ser estratégica e a sua gestão tem que ser profissionalizada e dirigida com competência. (KUNSCH, 2007, p. 43).

Kunsch (2007, p. 44) explica ainda que a comunicação nas organizações, assim como a sociedade, sofre todos os impactos provocados pela revolução digital. Conseqüentemente, o modo de produzir e de veicular as mensagens organizacionais também passam por profundas transformações.

Os atores e produtores das indústrias das comunicações, bem como os agentes responsáveis pela comunicação corporativa/organizacional se deparam com novos instrumentos ou suportes, jargões e novas palavras, siglas etc. do mundo digital [...] entre tantos outros meios e instrumentos disponíveis. Todos estes novos suportes podem e estão sendo utilizados por organizações e públicos. Tudo vai depender das realidades sociais e da acessibilidade no contexto onde vivemos.

Com a evolução das tecnologias de informação, as organizações utilizam cada vez mais novos meios e instrumentos de comunicação. O surgimento da internet e seu uso massificado provocou mudanças também na comunicação organizacional. A utilização da internet permite às empresas e organizações interagirem com o público-alvo de maneira mais informal e direta.

Mais do que nunca, os públicos têm uma participação cada vez maior no resultado organizacional: podem elogiar, reclamar, compartilhar, passam a fazer parte do processo e não se constituem mais em grupos passivos como antes. Se por um lado, o surgimento das redes sociais tirou das organizações o poder e o privilégio exclusivo de divulgarem suas mensagens, pois estas são comentadas de forma positiva ou negativa neste mundo virtual. (MICHEL; PORCIÚNCULA, 2013, p. 119).

Mafei; Cecato (2011, p. 18) coloca que “o processo de comunicar, quando bem integrado, cria uma identidade para a empresa e suas marcas, que passam a ser reconhecidas pelos atributos informados”. Para a autora, a comunicação corporativa engloba uma série ações para interagir com os públicos que são essenciais para sua reputação. Uma boa comunicação é essencial para manter um relacionamento com o público alvo, destaca a autora.

A comunicação corporativa exerce um papel essencial porque promove a interação, a troca com os públicos que são o alvo para o negócio ou reputação. As ferramentas da web precisam ser escolhidas levando em conta esse contexto. É essencial avaliar cada uma delas, qual o perfil de usuários que a utiliza, como é o seu funcionamento e, sempre que for necessário, integrá-las às outras ações do plano (de comunicação), que podem ser de divulgação, relacionamento, gestão de crise ou imagem. (MAFEI; CECATO, 2011, p. 73).

“O velho jornalismo” - comparativo feito pelas autoras (2011, p. 81) entre o jornalismo tradicional e a imprensa na era da internet – Mafei; Cecato destacam a importância de um bom relacionamento com a imprensa para construção de reputação e imagem. “O relacionamento com a mídia é uma das áreas mais estratégicas da comunicação corporativa” (2011, p. 81).

Almansa (2010, p. 61) atribui o crescimento das assessorias de comunicação institucionais ou das administrações públicas a implantação da democracia. “Na realidade, a liberdade de expressão, o direito à participação e o acesso à documentação das administrações públicas são direitos dos cidadãos”.

Os objetivos básicos dos profissionais que trabalham nessas assessorias - não podemos esquecer que recebem seu salário dos cofres públicos - são atender o cidadão e facilitar-lhe o acesso a informações, assim como acabar ou minimizar o desencanto do cidadão pelas administrações públicas. (ALMANSA, 2010, p.63).

Para Almansa (2010, p. 63), dessa maneira, “a comunicação institucional desenvolve um papel básico na gestão da qualidade”.

### 3.2 A COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO ESPAÇO INSTITUCIONAL

Brandão (2012, p. 1) esclarece que o conceito de comunicação pública ainda não está claro e que pode variar “dependendo do país, do autor e do contexto em que

é utilizado”. Para a autora, comunicação pública seria ainda um conceito em construção.

Cinco áreas diferentes de comunicação pública são identificadas por Brandão (2012, p. 1). No primeiro conceito: “CP identificada com os conhecimentos e técnicas da área de Comunicação Organizacional”, a autora destaca que a comunicação pública está ligada diretamente a comunicação organizacional, “isto é, a área que trata de analisar a comunicação no interior das organizações e entre ela e seus públicos, buscando estratégias e soluções”.

Com esta acepção, a comunicação pública tem como objetivo primeiro o mercado, visando atingir os diversos públicos das corporações com o intuito de vender – seja uma imagem, seja um produto, seja uma ideia, seja uma fé – e obter lucro financeiro, pessoal, em status ou poder. Para isso, utilizar-se-á de todo o arsenal de instrumentos e tecnologias de comunicação de massa, de grupos e interpessoal, completado com técnicas de pesquisas diversas, de (opinião pública, mercado, clima organizacional etc.), bem como de todo o conjunto de conhecimentos e técnicas das áreas de marketing e de comunicação organizacional. (BRANDÃO, 2012, p. 3).

O segundo conceito abordado por Brandão (2012, p. 3) “comunicação pública identificada como comunicação científica”, a autora explana sobre o que se entende hoje por comunicação científica e aponta fatores de ligação da comunicação científica com a comunicação pública.

Como consequência do crescimento da importância da ciência junto à opinião pública, cresce também o papel do profissional de divulgação de C&T, cujo trabalho está submetido à noção de compromisso público e de prestação de contas à população, o que também explica a identificação com a área de Comunicação Pública. (BRANDÃO, 2012, p. 4).

“Com esta acepção, a comunicação pública está inserida no âmbito das discussões que dizem respeito à gestão das questões públicas e pretende influir na mudança de hábitos de segmentos da população”, salienta Brandão (2012, p. 4). A autora cita a tomada de decisão política e assuntos que influenciam diretamente na vida da população como exemplo de divulgação científica ligada a comunicação pública.

“Comunicação pública identificada com comunicação do Estado e/ou governamental”, é o terceiro tópico trabalhado por Brandão (2012, p. 4). A autora discute a responsabilidade do governo na comunicação com os cidadãos. A

pesquisadora (2012, p. 5) explica que deve-se “compreender comunicação pública como um processo comunicativo das instancias da sociedade que trabalham com a informação voltada para a cidadania”.

A comunicação governamental pode ser entendida como comunicação pública, na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômicos e social, em suma, provoca o debate público. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público. (BRANDÃO, 2007, p. 5).

“Comunicação pública identificada com comunicação política”, é o quarto tópico apresentado pela autora (2012, p. 6), que aborda a relação da comunicação política com a imprensa e as técnicas de comunicação utilizadas pelo que ela define ser “mídia e poder”.

Pode-se entender a área de comunicação política sob dois ângulos: (1) a utilização de instrumentos e técnicas da comunicação para a expressão pública de ideias, crenças e posicionamentos políticos, tanto dos governos quanto dos partidos; (2) as disputas perenes entre os proprietários de veículos e detentores das tecnologias de comunicação e o direito da sociedade de interferir e poder determinar conteúdos e o acesso a esses veículos e tecnologias em seu benefício. (BRANDÃO, 2012, p. 6).

Brandão (2012, p. 6) destaca a responsabilidade do Estado em gerir questões de políticas públicas de comunicação e telecomunicação, “entendidas, historicamente, como aquelas que tratam das questões jurídicas afeitas ao uso público da infraestrutura tecnológica das comunicações”. A autora cita este sentido como um dos mais conhecidos de comunicação pública, “advinda de uma tradição de estudos que analisa a questão da comunicação contraposta ao interesse público e o seu lugar de direito no espaço público”.

O último conceito abordado por Brandão (2012, p. 7) “Comunicação Pública identificada com estratégias de comunicação da sociedade civil organizada”, aborda a prática da comunicação a partir da consciência de responsabilidade pública, que segundo a autora seriam de responsabilidade de toda a sociedade, não apenas dos governos.

O reposicionamento de posturas e propostas leva a comunicação pública a assumir reivindicações e posições políticas bastante diversas daquelas defendidas historicamente pela área de Políticas de Comunicação e aqui reside a principal diferença entre os dois termos (BRANDÃO, 2012, p. 8).

O conceito de comunicação pública no Brasil, apontado por Brandão (2012, p.9) aponta o ponto comum de entendimento entre os vários conceitos de comunicação pública destacados anteriormente. A autora define esse entendimento como “aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania”.

Brandão (2012, p. 9) salienta a tendência de “identificar comunicação pública com o viés apenas da comunicação feita pelos órgãos governamentais”, mas descarta esse conceito como sendo o único de definição para comunicação pública.

A comunicação governamental no Brasil foi, historicamente, de natureza publicitária, isto é, de divulgação de suas ações e utilizou preferencialmente a propaganda com veiculação na grande mídia. Secundariamente foi também de cunho educativo, sobretudo nas áreas da saúde e da agropecuária, ou em situações bem específicas em que se confundia, de certa forma, com o apelo cívico, como na época dos governos militares quando surgiam campanhas como a do “sugismundo”, “mexa-se” e outras. (BRANDÃO, 2007, p. 10).

Diferente da ideia abordada por Brandão (2012) sobre comunicação pública, Bucci (2015) discorda que todos estes conceitos sejam relativos à comunicação pública. “Essa expressão, comunicação pública, tem servido de curinga dentro do jogo de cartas maradas do clientelismo nacional: pode dar nome a qualquer mensagem do governo ou, principalmente, a favor do governo” Bucci (2015, p. 39).

“(…) muita gente dá o nome de comunicação pública a práticas que nada têm de públicas e, não raro, pouco têm de comunicação propriamente dita”, critica o autor. Bucci (2015, p. 39) destaca o uso de dinheiro público para financiar propagandas do governo em emissoras e veículos comerciais. Para o ele, esta forma de comunicação não se encaixa na definição de comunicação pública, pois estaria “a favor do governo” unicamente.

Mesmo na universidade, o significado do que é (e do que não é) comunicação pública ainda é nebuloso, excessivamente multívoco. Uns dizem que qualquer mensagem sobre assuntos relativos a qualquer aspecto da vida em sociedade pode ser classificada sob essa rubrica. Para outros, basta que o Estado financie uma campanha, não importa sobre o que, para que tenhamos ali essa modalidade de comunicação. Há também aqueles que pontificam que

tudo o que tiver como conteúdo um tema comunitário ou social, desde que não tenha finalidade de lucro, pertence à mesma categoria, não importa se o Estado participa ou não. (BUCCI, 2015, p. 40).

Bucci (2015, p. 41) utiliza o conceito do renomado pesquisador Jaramillo López, da Universidade Externado da Colômbia, para definir o que seria de fato comunicação pública.

Muito já foi escrito sobre comunicação pública e os caminhos que aproximam e distanciam diferentes enfoques, permitindo identificar pelo menos três aspectos em comum: a noção de comunicação associada à compreensão do público; o que opera em diferentes cenários, entre eles o estatal, o político, o organizacional e o midiático; e o que é um conceito vinculado a princípios como visibilidade, inclusão e participação. (López, 2012, p. 247).

“Desde logo, podemos nos considerar avisados de que tudo pode ser chamado de comunicação pública”, explica o autor (2015, p. 41). Conforme cita Bucci, pode ser considerado comunicação pública tudo que empregue algo relacionado ao que é público, à esfera estatal, política, ao ambiente organizacional, e que dê visibilidade a ações que promovam a inclusão.

Comunicação pública é, no meu conceito, a que se dá na esfera pública, seja para construir bens públicos (política), para incidir na agenda pública (midiática), para fazer a comunicação das entidades do Estado com a sociedade (estatal), para construir sentido compartilhado ao interior da organização (organizacional), ou como resultado das interações próprias dos movimentos sociais (da vida social). (López, 2012, p. 247).

“(...)toda forma de comunicação social acaba adquirindo existência – ou se refletindo – na esfera pública, de um jeito ou de outro”. Bucci (2015, p. 44) explica que toda forma de comunicação acessível ao público poderia ser chamada de comunicação pública, se a teoria fosse seguida à risca. Para o autor (2015, p. 45) “a capacidade de atrair o público (no sentido de atrair audiência) não pode ser um requisito para que possamos definir o que é e o que não é comunicação pública.

Bucci (2015, p. 46) ressalta ainda que só poderia ser definido como comunicação pública a comunicação que não está sob o controle do poder privado. Citando a Constituição Federal de 1988, o autor aponta o art. 1<sup>a</sup>, que afirma que “todo o poder emana do povo”. (BUCCI, 2015, p. 47) A “Constituição nos ensina que os

interesses pessoais de autoridades não podem ser postos, jamais, acima do interesse público”.

Para contextualizar a definição de comunicação pública conforme a Constituição Federal, Bucci (2015, p. 47) salienta o artigo 37, inciso 1º:

A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

“O público é aquilo que não pode ter sentido pessoal, tanto econômica quanto politicamente”. Conforme explica Bucci (2015, p. 47) na comunicação pública deve prevalecer o interesse público e não o interesse particular. Conforme coloca o autor (2015, p. 48), “o dever de tornar pública a informação de interesse público está entre os princípios que devem nortear a atuação do Estado brasileiro e de seus agentes”. Para Bucci, os responsáveis pela gestão do Estado têm o “dever de tratar em público os assuntos que sejam do interesse de todos”.

O trabalho da assessoria de imprensa e da comunicação pública também está ligado à imagem corporativa de uma instituição, assunto abordado no subcapítulo a seguir.

### 3.3 IMAGEM CORPORATIVA

“A identidade de uma empresa é o resultado das percepções públicas, ou seja, como o público a enxerga por meio de suas ações de comunicação”. (SILVA NETO, 2010, p. 21). O autor defende ainda que toda empresa tem uma identidade própria conferida por seus públicos.

A comunicação corporativa foi desenvolvida justamente para atuar nesse cenário e defender as empresas, seja de forma antecipada, cuidando para que haja alinhamento e coerência em suas ações de comunicação, seja reativa, esclarecendo a sua versão dos fatos em uma tentativa de minimizar impactos negativos à sua reputação.

A imagem corporativa é a forma como a empresa é vista e avaliada pelo público e está ligada diretamente a comunicação organizacional. A reputação, positiva ou negativa, é definida pela visão que o público possui de uma organização ou

entidade. Essa imagem pode estar ligada aos produtos gráficos, identidade visual, logotipos, cores e forma de interação com o público alvo.

O reflexo dessa identidade é a imagem da empresa. Se a identidade inspirar confiança, coerência, alinhamento com interesses da sociedade, a imagem será positiva. Caso contrário, se for uma identidade associada à desconfiança, incoerência, falta de compromisso social, a imagem será negativa. (SILVA NETO, 2010, p. 21).

A identidade corporativa se distingue dos conceitos de imagem e de reputação porque se localiza em outra instância, fluindo da empresa para o mercado e para a sociedade. (BUENO, 2005). A imagem e a reputação são exterioridades, ou seja, representam percepções de pessoas, públicos ou da sociedade como um todo. O autor explica ainda que a imagem corporativa é a representação mental de uma organização constituída por um indivíduo ou grupo a partir de percepções e experiências concretas, informações e influências recebidas de terceiros ou da mídia.

É justo e apropriado admitir que uma organização, quase sempre, tem várias imagens, porque as experiências, vivências, informações que uma pessoa ou grupo associa a uma organização são múltiplas, distintas, particulares, e às vezes absolutamente contraditórias. (BUENO, 2005, p. 19).

Bueno (2005) também distingue a imagem pretendida da imagem real. Enquanto a primeira diz respeito a leitura ou representação que uma empresa gostaria de que as pessoas fizessem a seu respeito, a imagem real é aquela que efetivamente as pessoas tem de uma entidade. Há também a autoimagem, que é a imagem que os colaboradores e público interno tem de uma determinada organização.

A reputação é uma leitura mais aprofundada, mais nítida e mais intensa de uma organização. A construção da reputação de uma marca ou empresa resulta de uma maior interação, vivência e conhecimento. “A reputação é a síntese de vários contatos e leituras efetuados ao longo de um tempo”, e o autor continua:

O investimento afetivo, cognitivo, valorativo diante de uma imagem é, comparativamente, aquele que uma pessoa tem quando se relaciona com um colega; no caso da reputação, este investimento pode ser pensado como o que identifica o relacionamento entre irmãos ou entre filhos e pais. O comprometimento é maior na reputação do que na imagem, portanto, ela tem um peso maior. A reputação estabelece entre a organização e os públicos ou pessoas (ou a sociedade) um vínculo difícil de ser rompido. (BUENO, 2005, p. 20).



Todas empresas e organizações buscam uma reputação positiva perante a mídia e a sociedade. “O reflexo ou o acúmulo da imagem ao longo do tempo é o que constrói a reputação de uma empresa. Imagens positivas constroem reputação positiva”. (SILVA NETO, 2010, p. 21).

Bueno (2005), afirma que os profissionais de comunicação corporativa se empenham na construção de uma imagem positiva com a mídia, pois sabem a importância dos meios de comunicação de massa na construção da imagem e reputação de uma empresa.

### 3.4 ASSESSORIA DE IMPRENSA

A profissão de assessor de imprensa teve início com o mercado capitalista cada vez em maior ascensão. “(...) tanto a função de assessor de imprensa quanto a de relações públicas só passou a existir, de fato, na virada do século XIX para o século XX, no processo de consolidação do capitalismo”, Mafei (2004, p. 31). A autora destaca também que o desenvolvimento industrial propiciou a formação das massas de trabalhadores, o surgimento de sindicatos e o “*house organs* ou as ‘publicações da casa’, as revistas, folhetos, *folders* (...) dedicados a promover a comunicação direta entre a instituição e seus funcionários”, Mafei (2004, p. 32).

Com o avanço da imprensa sindical e da exigência por transparência nas atividades relacionadas ao bem comum e ao bem-estar da população, a comunicação empresarial surge como uma tentativa de dar resposta, uma satisfação a essas cobranças. (MAFEI, 2004, p. 33).

Segundo a autora (2004, p. 33), Ivy Lee aproveitou a oportunidade de negócio e passou a oferecer ao mercado “serviços inéditos: informações empresariais que as próprias empresas autorizavam ser apuradas e divulgadas, com o objetivo de atingir a opinião pública”. Por sua experiência e formação como jornalista, Lee repassava informações com caráter noticioso, apuração e credibilidade, tornando atrativo para os jornais.

O que até então se conhecia por relações públicas (e o trabalho de divulgação, que hoje corresponderia ao conceito-padrão de assessoria de imprensa) foi muito utilizado durante a primeira Guerra Mundial (1914-1918) para fomentar o patriotismo e arrecadar dinheiro para a assistência social. (MAFEI, 2004, p. 33).

“Na Segunda Guerra Mundial, as atividades de assessoria de imprensa voltaram a ser muito utilizadas, acomodadas aos interesses autoritários da propaganda fascista e nazista”, Mafei (2004, p. 34). No Brasil, os primeiros registros da profissão datam do início do século XX, durante o governo do Presidente Nilo Peçanha.

Com a Revolução de 1930 e a chegada de Getúlio Vargas ao poder, logo o Brasil assistiria ao maior esforço até então realizado para unir práticas de relações públicas e de assessoria de imprensa, com o objetivo de erguer a imagem pública de um governante. A “Voz do Brasil”, que conhecemos até hoje, por exemplo, foi criada nessa ocasião, mais especificamente em 1934, para reforçar a estratégia personalista de poder” (MAFEI, 2004, p. 35).

Mafei (2004, p. 35) destaca que o Golpe de 1937, e a instituição do Estado Novo fizeram com que “essas práticas fossem intensificadas, coincidindo com a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP)”. Conforme a autora, entre as funções atribuídas ao DIP, constava a divulgação das ações do governo e a censura. O Departamento de Imprensa e Propaganda foi extinto em 1945, com o fim do Estado Novo.

A Assessoria Especial de Relações Públicas, instituída no Governo Militar, sob o comando do General Médici, tinha por finalidade divulgar o regime autoritário de forma positiva. “Para tanto, fez uso ostensivo de assessores de imprensa para impor às redações *press releases* oficiais”, Mafei (2004, p. 35).

“A comunicação se fortaleceu e se tornou estratégica dentro das organizações”. A autora (20014, p. 39) destaca o conflito existente entre assessores de imprensa e repórteres. Para a autora “a partir do momento em que os assessores se mostraram cada vez mais “afinados” com o conceito de notícia e com a crescente migração dos jornalistas da grande imprensa para as agências de comunicação”, o preconceito entre ambos diminuiu, embora ainda seja existente nos dias de hoje.

Até a década de 1990, grande parte dos assessores de imprensa era formada por relações públicas, com uma cultura voltada mais para a administração de relacionamentos do que de informações. Com esse perfil, acabavam por não se ater ao conceito de notícia na hora de intermediar o “diálogo” com seus assessorados, contribuindo assim para aquilo que os jornalistas chamavam de “despreparo” para lidar com a imprensa. (MAFEI, 2004, p. 39).

“Na chamada ‘sociedade do conhecimento’ ou ‘sociedade da informação’, a comunicação é imprescindível em qualquer organização que se preze” Almansa (2010, p. 13). A autora destaca ainda que a comunicação tem um crescente valor na vida social. Para Almansa, (2010, p. 14) a comunicação é um elemento chave da modernidade.

Para gerenciar adequadamente a comunicação, surgem essas estruturas organizadas que são as assessorias de comunicação, as quais, como dissemos, têm crescido conforme se vai valorizando cada vez mais a comunicação. Porque é dentro da chamada “sociedade do conhecimento” que surge o fenômeno das assessorias de comunicação. (ALMANSA, 2010, p.14).

Almansa (2010, p. 16) salienta que a finalidade de uma assessoria de comunicação é “manter, consolidar ou melhorar a imagem corporativa de uma instituição, organização, administração, empresa, etc”.

(...) consideremos que a assessoria de comunicação é uma estrutura organizada, subordinada diretamente à alta direção, que coordena e interliga todas as ações de comunicação (internas e externas) para criar, manter ou melhorar a imagem da organização perante todos os seus públicos. (ALMANSA, 2010, p. 23).

A autora (2010, p. 23) salienta que a assessoria seria uma estrutura organizada, porque “tem estabelecidas formas de atuação e de relação”. Para Almansa, a subordinação à alta direção é muito importante para a realização adequada do serviço prestado. “Além disso, é na assessoria que se devem coordenar todas as ações de comunicação para que haja coerência entre elas”, explica Almansa (2010, p. 23).

(...) na atualidade, as relações com os meios de comunicação são uma função a mais das assessorias de comunicação. Uma a mais, não obrigatoriamente a mais importante. É certo que nas chamadas assessorias de imprensa um dos principais objetivos (ou melhor, seu principal objetivo) era enviar informação aos meios, à imprensa. (ALMANSA, 2010, p. 31).

Almansa (2010, p. 64) destaca que “é tão importante a recuperação da credibilidade porque um dos problemas principais enfrentados pelas assessorias na administração pública é a má imagem que acompanha os seus servidores”. Para a

autora seria “uma imagem injusta na maioria dos casos, mas com a qual os profissionais de comunicação sofrem diariamente”.

No próximo capítulo irei abordar *webjornalismo* e jornalismo digital, importantes meios de fazer jornalismo na atualidade. Trago também o conceito de *site* de redes sociais, para compreender como o *Exército Brasileiro* de comunica nesses meios.

#### 4 WEBJORNALISMO E JORNALISMO DIGITAL

“O *webjornalismo* foi sendo implementado a partir da segunda metade dos anos 1990; porém apenas no final da década é que se estabeleceu de forma abrangente, detectando um verdadeiro *boom* – contratação de profissionais com altos salários, aumento de equipes, etc.”. Prado (2011, p. 31) destaca que, inicialmente, “sob o olhar de desconfiança de muitos jornalistas e dos próprios consumidores de jornalismo, as empresas foram entrando na *web* vagarosamente”.

Primeiro a versão impressa foi sendo transposta para a internet, algo apenas como conversão de uma plataforma de mídia para a outra. Começou aos poucos também, entravam apenas os “abres” de página. O design era muito simples, digamos até simplório, e, em comparação aos dias de hoje, era de um leiaute muito feio. Além disso, ele vinha com as “subs”, e só mais para a frente foram entrando as matérias das outras páginas. As fotos, pesadas até então, eram publicadas pequenas, e no início nem todos tratavam o peso da foto para melhorar o tempo decorrido para visualizá-las. (PRADO, 2011, p. 31).

A autora (2011, p. 31) descreve o início da utilização da *web* pelos veículos de comunicação, que inicialmente apenas veiculavam *on-line* as matérias de maior relevância e “não atualização as matérias ao longo do dia, que a definição maior do *webjornalismo*, ou seja, aquele que publica notícias em tempo real”.

Com o surgimento da internet a forma de comunicação mudou. O jornalismo tradicional também sofreu mudanças e teve que se adaptar à nova era. A era digital. Falar de jornalismo *on-line* implica, obviamente, falar da internet e das transformações que a tecnologia provocou e provoca no jornalismo. *Webjornalismo*, jornalismo *on-line* ou *ciber* jornalismo é toda forma de fazer jornalismo na internet.

O aparecimento de novos meios de comunicação social introduziu novas rotinas e novas linguagens jornalísticas. O jornalismo escrito, o jornalismo radiofônico e o jornalismo televisivo utilizam linguagens adaptadas às características do respectivo meio. Com o aparecimento da internet verificou-se uma rápida migração dos mass media existentes para o novo meio sem que, no entanto, se tenha verificado qualquer alteração na linguagem. O chamado “jornalismo online” não é mais do que uma simples transposição dos velhos jornalisimos escrito, radiofônico e televisivo para um novo meio. Mas o jornalismo na *web* pode ser muito mais do que o atual jornalismo online. Com base na convergência de texto, som e imagem em movimento, o *webjornalismo* pode explorar todas as potencialidades da internet, oferecendo um produto completamente novo: a *web* notícia. (CANAVILHAS, 2003, p. 63).

O autor (2003, p. 65) salienta que “a máxima “nós escrevemos, vocês leem”, pertence ao passado”. Com o acesso a múltiplas plataformas e meios de comunicação, o leitor adquiriu um maior senso crítico e uma maior possibilidade de interação direta com o jornalista e com o jornal em si. “No *webjornalismo* a relação pode ser imediata e contínua. A própria natureza do meio permite que o *webleitor* interaja no imediato (...)”. Canavilhas defende ainda que no *webjornalismo* a notícia deve ser um ponto de partida para uma discussão com os leitores.

Uma pesquisa realizada pelo *Media Effects Research Laboratory* é citada pelo autor (2003, p. 66) para explicar mudanças do jornalismo tradicional para o jornalismo *on-line*. Canavilhas defende que os *webleitores* preferem matérias com recursos como áudio, vídeo e imagens, “a interatividade e a elementos adicionais alteram para melhor a percepção do utilizador acerca do conteúdo”. O autor explica que a pesquisa revela que os leitores “preferem navegar livremente num texto separado em blocos, a seguir obrigatoriamente a leitura de um texto compacto escrito seguindo as regras da pirâmide invertida”.

A possibilidade de conduzir a sua própria leitura revela uma tendência do utilizador para assumir um papel proativo na notícia, ainda que apenas por força do estabelecimento de sua própria pirâmide invertida. Este dado é importante, pois, como é sabido, a técnica da pirâmide invertida é a base do jornalismo escrito. No *webjornalismo* a pirâmide é substituída por um conjunto de pequenos textos *hiperligados* entre si. Um primeiro texto introduz o essencial da notícia, estando os restantes blocos de informação disponíveis por *hiperligação*. (CANAVILHAS, 2003, p. 66).

Canavilhas (2003, p. 66) ressalta um “estudo efetuado com Jacob Nielsen e John Morkes [Nielsen e Morkes, 1997]” que revela que a maioria dos *webleitores* (79%) não leem as notícias por completo, apenas fazem uma varredura visual (*scan the page*). Para o autor (2003, p. 70) a utilização de “novos elementos não textuais permite ao leitor explorar a notícia de uma forma pessoal”. Com essas mudanças, o jornalista passa de apenas escritor para produtor de conteúdo multimídia. O autor destaca que o *webleitor* não pode ser identificado apenas como “leitor, telespectador ou ouvinte, já que a *webnotícia* integra elementos multimídias, que exige uma leitura multilinear”.

“A comunicação *on-line*, simbiose de comunicação interpessoal (*e-mail* e *messenger*) e social (jornal, rádios, televisões e portais), altera profundamente a forma como hoje em dia se produz e se obtém a informação jornalística”, esclarece Fidalgo;

Serra (2003, p. 07). Os autores ressaltam que a atualização permanente das notícias, a interatividade, o acesso a dados e informações, “obrigaram a pensar as formas do jornalismo tradicional e a investigar outros tipos de jornalismo”.

Fidalgo; Serra (2003, p. 09) questionam se o jornalismo *on-line* está, de fato, alterando os gêneros clássicos do jornalismo e qual o futuro dos gêneros do jornalismo tradicional.

Este cenário midiático que progressivamente vem depurando formas, conteúdos, ferramentas e linguagens, com natural incidência no modo de produzir, apresentar, organizar e pesquisar informação, veio requerer de cada leitor/ouvinte/espectador novos modos de traçar percursos na exploração das enormes bases de dados e de contextualizar os diversos contributos com que vai compondo as suas perspectivas e referências da realidade. (FIDALGO; SERRA, 2003, p. 10).

Entretanto, Pinho (2003, p. 49) ressalta que a “velocidade de disseminação da internet em todo o mundo deve transformá-la efetivamente da decantada super estrada da informação”. Para o autor o novo meio de comunicação viria para rivalizar com os modelos já conhecidos de comunicação.

Cada um dos aspectos críticos que diferenciam a rede mundial dessas mídias – não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo – deve ser mais bem conhecido e corretamente considerado para o uso adequado da internet como instrumento de informação. (PINHO, 2003, p. 49).

“A internet não deixa de repensar também um novo e promissor campo de renovação para as práticas e as técnicas do jornalismo” destaca Pinho (2003, p. 58). Segundo aponta o autor, o jornalismo digital se diferencia do jornalismo tradicional “pela forma de tratamento dos dados e pelas relações que são articuladas com os usuários”.

Simone; Monteiro (2001, p. 20) destacam que a “agilidade com que se pode publicar uma notícia na rede acaba sendo o *pulo do gato* daqueles que trabalham com o jornalismo em tempo real”. Assim como ressaltado anteriormente, Simone; Monteiro (2001, p. 21) também destacam sobre o jornalismo *on-line*: “estamos todos experimentando mesmo sabendo que certos conceitos já estão aprovados e em uso, e outros que são abomináveis”.

No início da década de 90, o Brasil não imaginava uma evolução tão rápida e transformadora no meio jornalístico. Era inimaginável para leitores, telespectadores ou ouvintes a realidade que observamos hoje: uma outra mídia que reúne características de todas as demais e ainda oferece uma interatividade jamais vista em qualquer veículo de comunicação. (SIMONE; MONTEIRO, 2001, p. 19).

“No que diz respeito à informação jornalística convivemos com o fato de que, em tempos de internet, qualquer pessoa se torna um editor em potencial, podendo difundir informação noticiosa”, afirmam os autores (2001, p. 32). Esse vasto acesso a informação, que muitas vezes pode não ser confiável, é “negativo do ponto de vista da qualidade da informação, que tende a cair com a multiplicação descabida de dados”.

Prado (2011, p. 50) ressalta como uma das grandes características do *webjornalismo* a interatividade com o leitor e a possibilidade de dialogar com o internauta. “No momento em que ele (o leitor) pode comentar abaixo das matérias, criando um efeito nessa informação, a transparência cresce e aumenta seu raio de aproximação, pois o leitor que tem espaço para opinar fica satisfeito”.

A autora explica ainda que “nos primeiros tempos da rede, o internauta foi percebendo que poderia ter o mínimo de interação”, e destaca pontuações do jornalista Francisco Madureira para falar da interatividade:

No jornal impresso, o foro da interatividade com os leitores é a seção de cartas. A interação do usuário é folhear o papel, ir e vir no texto. Em geral, o papel é tido como veículo de mão única e segue a teoria da comunicação clássica. (...) O máximo da interatividade é mudar de canal ou estação, mandar SMSs ou usar o telefone para participar ao vivo ou votar. Na internet, a interatividade começa pelo clique, que libera o usuário a seguir o próprio caminho. Além disso, ferramentas como enquetes, fóruns, e-mails e blogs aumentam a sensação de participação na construção do noticiário. (PRADO, 2011, p. 185 *apud* MADUREIRA).

Prado (2011, p. 197) afirma que “as redes sociais tornaram o ambiente propício para os interlocutores deste século comunicarem-se com seus pares”. A autora descreve os *sites* de redes sociais como um “espaço adequado para discussões acaloradas sobre todo tipo de assunto, reforçando temas que nem sempre são relevantes”.

Podemos até dizer que aumentou a maneira de nos envolvermos com o noticiário; antes, muitos apenas comentavam em pequenas rodas; hoje, no



*twitter*, a roda cresce na proporção de quem acompanha as opiniões sobre os fatos noticiados, seja replicando uma informação (seguida de seu *link*) ou reforçando uma opinião, ou mesmo divulgando um fato como forma de disseminar a informação, principalmente aquela de última hora, ou melhor, de último minuto, própria da internet. (PRADO, 2011, p. 199).

Com o maior acesso a informação e as múltiplas formas de compartilhamento nos *sites* de redes sociais, emitir opinião sobre determinados assuntos ficou cada vez mais fácil e recorrente. É comum acessar o *Facebook* e ver compartilhamentos de matérias de *sites* jornalísticos por parte de usuários, que, muitas vezes, emitem uma opinião sobre o tema. Em *blogs* e portais de notícias os comentários por parte dos também se tornaram recorrentes.

No subcapítulo a seguir abordarei o conceito de *sites* de redes sociais, visando compreender como o EB se comunica neste espaço *on-line* e interage com seu público, construindo uma imagem e reputação *on-line*.

#### 4.1 SITES DE REDES SOCIAIS

A internet trouxe diversas mudanças para a sociedade. Castells (2004, p. 16), afirma que “o aparecimento da internet como um novo meio de comunicação permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos para muitos em tempo escolhido e a uma escala global”, e continua: “entramos agora num novo mundo da comunicação: a Galáxia Internet (...) como sistema de comunicação e como forma organizacional [que] transcende o número de utilizadores, pois o que interessa é a qualidade da utilização da rede”. (CASTELLS, 2004, p. 17).

Pessoas em espaços virtuais usam palavras projetadas em telas para trocar afeto e argumentar, engajar em discussões intelectuais, comercializar, trocar conhecimentos, dividir emoções, fazer planos, fofoca, conhecer pessoas novas, namorar, encontrar amigos e perdê-los, jogar, flertar, criar coisas muito boas e jogar papo fora. Pessoas em comunidades virtuais fazem praticamente tudo o que pessoas fazem na vida real, com exceção daquelas que exigem a presença física de seu corpo. Você não pode beijar nem dar um soco em ninguém, porém uma série de coisas podem ser feitas sem as fronteiras físicas. (RHEINGOLD, 1993, p. 3 apud ZANINI, 2016, p. 166)

As redes sociais na internet possuem elementos característicos e têm grande relevância na sociedade, possibilitando o compartilhamento de informações, conhecimentos, interesses e opiniões. Com os mais diversos *sites* de redes sociais

disponíveis gratuitamente na *web*, e em aplicativos para *smartphones*, a população está cada vez mais conectada e com acesso infinito a informação.

As redes sociais também devem ser diferenciadas dos sites que as suportam. Enquanto a rede social é uma metáfora utilizada para o estudo do grupo que se apropria de um determinado sistema, o sistema, em si, não é uma rede social, embora possa compreender várias delas. Os sites que suportam redes sociais são conhecidos como 'sites de redes sociais'. Embora quase todas as ferramentas de comunicação mediada pelo computador sejam capazes de suportar redes sociais, (...) esses sistemas (...) permitem a publicização da rede social, como característica diferencial. Esses sites permitem, assim, uma nova geração de 'espaço públicos mediados'. O conceito refere-se a 'ambientes onde as pessoas podem reunir-se publicamente através da mediação da tecnologia. (RECUERO, 2009, p. 3).

Os *sites* de redes sociais têm por finalidade o relacionamento entre pessoas por meio de páginas *on-line* e aplicativos. Eles vêm crescendo exponencialmente nos últimos anos, somando cada vez mais usuários e serviços, e se tornando uma fonte de valor social. Essas novas tecnologias ampliam e facilitam as possibilidades de comunicação entre empresa e público alvo, e são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões. Para Recuero (2009) essas conexões podem ser de dois tipos: emergentes, que caracterizam laços construídos através da conversação entre os atores; e de filiação ou associação, que são caracterizadas pela manutenção da conexão realizada pelo *software* ou *site* utilizados.

(...) a conversação [define-se] como 'uma interação verbal centrada, que se desenvolve durante o tempo em que dois ou mais interlocutores voltam sua atenção visual e cognitiva para uma tarefa comum'. Trata-se, assim, de trocas a respeito de um tópico realizadas pelos interagentes através de trocas de turnos. Embora a conversação seja imediatamente perceptível como prática falada, ou ainda, oral, ela também pode acontecer através da mediação. (RECUERO, 2009, p. 119).

As redes sociais *on-line* permitem aos usuários um anonimato e proporcionam um distanciamento físico. Os *sites* de redes sociais são, basicamente, comunidades que atraem usuários com interesses em comum. Esses interesses podem ser os mais variados possíveis. Os aplicativos *on-line* permitem a conexão entre pessoas que moram em lugares distantes, mas também pessoas próximas. Recuero (2009, p. 121) define essas interações como conversação mediada pelo computador.

É através dessa mediação que são estabelecidas e evidenciadas as trocas que darão origem às redes sociais observadas no ciberespaço (...). Essas

trocas informacionais são frequentemente associadas à construção de valor social, interação e à consequente construção (e expressão) de redes sociais na Internet através de seus laços e capital social.

A internet permite que todas as informações trocadas mediante *sites* de redes sociais permaneçam no espaço da *web* e possam ser acessadas a qualquer momento. Segundo Recuero (2009) em nenhum outro momento as pessoas conheceram e interagiram com tantas pessoas e tiveram tantos amigos reunidos como nos aplicativos disponíveis atualmente na *web*. Como diz Castells (2004, p.19) “a internet foi desenhada premeditadamente como uma tecnologia de comunicação livre, por uma série de razões históricas e culturais”, daí os indivíduos construíram as suas redes, *on-line* e *off-line*, de acordo com seus interesses, valores, afinidades e projetos. Por isso, de acordo com o autor, a internet adapta-se às características básicas do tipo de movimentos sociais que estão a surgir na era da informação.

## 5 METODOLOGIA: ANÁLISE DE REDES SOCIAIS

Observando os *sites* de redes sociais do *Exército*, surgiu a dúvida de saber como a instituição se comunica nestas plataformas de mídias *on-line*, construindo uma reputação nestes locais. No *Facebook*, a instituição mantém uma regularidade de publicações acerca das atividades desenvolvidas pelas tropas brasileiras. Em média três publicações diárias são realizadas com o intuito de informar sobre cursos e concursos, operações militares, e formas de engajamento com o público.

Para atender aos objetivos desta pesquisa, utilizei a metodologia de Análise de Redes Sociais (AMARAL; FRAGOSO; RECUERO, 2013), partindo da observação das interações do *Exército Brasileiro* com o seu público receptor na página do *Facebook*.

Para tanto realizei a seleção das publicações da instituição no *Facebook*, no período de sete dias, uma semana após publicação do *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*, que revelou os nomes de muitos militares envolvidos em torturas e crimes contra a vida no período de ditadura militar no Brasil. A seguir, a definição da plataforma:

O Facebook é a plataforma de redes sociais mais utilizada globalmente. A Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 mostra que 83% dos brasileiros com acesso à internet possuem conta no site. Além disso, também é listado como o principal veículo de consumo de informações. Isso torna o site um laboratório riquíssimo de hábitos comunicacionais a serem monitorados. (ALVES, 2016, p. 69).

Conforme destaca Alves (2016), o site de rede social *Facebook* tem se mostrado uma grande ferramenta de *marketing*. O autor destaca (2016, p. 77) que o “*Facebook, Twitter e Instagram* são fundamentalmente *sites* de redes sociais”. Para ele isso significa que a comunicação entre “suas entidades se dá de ponto a ponto”. O autor destaca que ao curtirmos uma página, “criamos um laço na rede social, um canal para receber informações” (2016, p. 77).

Para aplicarmos a análise de redes sociais, foi preciso compreender as diferentes fases desta metodologia. Inicialmente foram selecionados os atores. Para Amaral; Fragoso. Recuero (2013), os atores de uma rede social podem ser indivíduos, instituições e grupos. O segundo passo foi selecionar o que serão consideradas as conexões.

Amaral; Fragoso; Recuero (2013) salientam que esse tipo de estudo tem um cunho estruturalista e parte do princípio de que, ao estudar as estruturas decorrentes das ações e interações entre os atores sociais, é possível compreender elementos a respeito desses grupos e, igualmente, generalizações a seu respeito. “Essa abordagem tem, assim, um forte viés empírico de estudo, com um expressivo foco na análise desses dados” (AMARAL; FRAGOSO; RECUERO, 2013, p. 115).

No caso do nosso estudo o ator é o *Exército Brasileiro*, representado por seu perfil no *Facebook*, e as conexões são as interações de seus seguidores no site de rede social. Com base nessas definições, analisei os dados extraídos do *Facebook*, a partir da interação dos internautas com o *Exército*.

A coleta de dados através do estudo de redes sociais é geralmente associada a um sistema de entrevistas ou questionários, com posterior análise dos dados (AMARAL; FRAGOSO; RECUERO, 2013.)

Apliquei, também, um questionário com a assessoria de imprensa de comunicação do *Exército Brasileiro*, responsável pelos conteúdos publicados nos sites de redes sociais da instituição. Com o questionário busquei compreender e coletar dados de como é realizado o planejamento de mídia *on-line* e como o *Exército Brasileiro* se comunica por meio do *Facebook*.

Gil (2008, p. 121) define questionário como uma “técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc.”

Construir um questionário consiste basicamente em traduzir objetivos da pesquisa em questões específicas. As respostas a essas questões é que irão proporcionar os dados requeridos para descrever as características da população pesquisada ou testar as hipóteses que foram construídas durante o planejamento da pesquisa. (GIL, 2008, p. 121).

O autor apresenta três formas de questionário: aberto, fechado e dependente. No questionário de forma aberta, segundo o autor, “solicita-se aos respondentes para que ofereçam suas próprias respostas”. Você faz a pergunta e o entrevistado tem liberdade para formular sua resposta. No questionário de forma fechada “pede-se aos respondentes que escolham uma alternativa dentre as que são apresentadas numa lista”. Já para o questionário de forma dependente a aplicação é uma junção dos dois

anteriores. São realizadas perguntas diretas com opção de marcação de alternativa, porém pede-se a justificativa da resposta.

O questionário foi aplicado de forma aberta, na qual a comunicação do *Exército Brasileiro* teve a liberdade de resposta sobre as perguntas realizadas. A seguir, transcrevo as principais perguntas e respostas feitas à CCOMSEx - Centro de Comunicação Social do Exército.

<b>PERGUNTAS E RESPOSTAS: ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DO EB</b>
<p><b>Pergunta.</b> Quais os veículos de comunicação próprios que o Exército Brasileiro possui e faz uso para se comunicar com a população (Jornal, boletim impresso, revistas, mídias <i>on-line</i>, etc)? Favor citar cada um deles.</p>
<p><b>Resposta:</b> “Site na Internet (<a href="http://www.eb.mil.br">www.eb.mil.br</a>); Revista Verde-Oliva (impressa e on-line); Revista em quadrinhos Recrutinha (impressa e on-line); Perfis nas mídias sociais Facebook, Twitter, Instagram e YouTube; Aplicativo do Exército Brasileiro (Android e IOS); E-mail e Telefone”.</p>
<p><b>Pergunta:</b> Qual dos veículos próprios tem maior abrangência em relação ao público e qual a frequência de publicação de informações?</p>
<p><b>Resposta:</b> “O Site do Exército Brasileiro é a mídia própria que possui maior alcance. Em média, são 40 publicações diárias”.</p>
<p><b>Pergunta:</b> Focando nas mídias online, quais os principais canais de comunicação do Exército Brasileiro nas mídias sociais?</p>
<p><b>Resposta:</b> “Facebook, Twitter, Instagram e YouTube”.</p>
<p><b>Pergunta:</b> Como o Exército Brasileiro se comunica com o público através do facebook? Qual a média semanal de postagens? Existe mediação das postagens do internauta, há interação (resposta para questionamentos)?</p>
<p><b>Resposta:</b> “O princípio que rege a comunicação do Exército por meio do Facebook é dar publicidade as ações da Força em todo o País. O Exército está presente em todo o território nacional e envolvido em uma extensa gama de atividades que englobam, dentre outras, o treinamento dos militares, as operações militares, os colégios militares, as escolas de formação, os concursos, o alistamento militar. Em média, são realizadas 26 postagens semanais. O diálogo é prioritário para as mensagens InBox. No entanto, nos comentários dos posts também são realizadas algumas interações. São moderados apenas mensagens que contenham xingamentos ou propagandas”.</p>

**Pergunta:** Quais os critérios e determinação para respostas oficiais do Exército Brasileiro a comentários de seguidores em sua página no facebook?

**Resposta:** “No Facebook, o principal critério para as respostas aos comentários é a utilidade pública, ou seja, as respostas sobre os temas públicos que estejam relacionados com a função do Exército. Por exemplo, tentamos dar respostas aos questionamentos sobre o alistamento militar, concursos das escolas de formação e sobre as operações em curso”.

**Pergunta:** Qual a importância da comunicação para o Exército? E, quais as vantagens de se ter um setor específico para esta atividade?

**Resposta:** “A Comunicação Social (Com Soc) não é uma atividade isolada, desencadeada somente em situações de crise. Ao contrário, é um conjunto permanente de práticas de comunicação organizacional, visando ao fortalecimento dos laços de interação entre a organização e seus públicos de interesse, bem como à consolidação e à preservação de uma imagem pública favorável. No Exército Brasileiro (EB), atua como mecanismo de coesão e de preservação do espírito de corpo, ao mesmo tempo em que exerce papel relevante, difundindo a imagem institucional e facilitando o cumprimento de suas missões constitucionais. Em 1951, surgiu de forma efetiva, com a criação da Divisão de Relações Públicas do Gabinete do Ministro da Guerra, que se modificou com o passar dos anos e adotou diversas denominações. Em 1975, tornou-se a Assessoria de Relações Públicas do Gabinete do Ministro do Exército. Entretanto, o marco na evolução da Com Soc no EB ocorreu em 1981, com a criação do Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEx), fruto da necessidade da Força de possuir uma estrutura mais adequada à realidade do País e do desenvolvimento dos meios de comunicação. O CCOMSEx constitui-se no principal órgão de assessoramento do Comandante do Exército e de orientação aos órgãos relacionados à difusão da imagem pública, bem como à comunicação e à interação com os diversos públicos de interesse da Força. Entre outros encargos, é de sua competência planejar, desenvolver e coordenar as atividades do Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEx). Atualmente, para cumprir sua missão, o CCOMSEx está estruturado nas seguintes Divisões/Seções: Divisão de Planejamento e Gestão (Div Plj Gst), Divisão de Relações com a Mídia (Div RM), Divisão de Relações Públicas (Div RP), Divisão de Produção e Divulgação (Div Prod Dvg), Agência Verde-Oliva (Agência VO), Divisão Administrativa (Div Adm), Serviço

de Informações ao Cidadão do Exército Brasileiro (SIC-EB) e Serviço de Tecnologia da Informação (Sec TI)”.

**Pergunta:** Quais os princípios que regem a comunicação do Exército?

**Resposta:** “Unidade de Mensagem; Legitimidade; Imparcialidade; Impessoalidade; Continuidade; Confiabilidade, Pró-Atividade e Verdade”.

O encadeamento entre as duas metodologias, os questionários e a análise de redes sociais, foram utilizadas para compreender como o *Exército Brasileiro* se comunica por meio do *site* da rede social *Facebook* para construir uma imagem institucional.

Para alcançar esse objetivo, citado acima, foram cumpridas quatro etapas da metodologia de pesquisa para internet, já referenciada. A primeira etapa constituiu-se em uma leitura e exploração inicial da página oficial da instituição no *Facebook*, em uma pré-análise, para selecionar as publicações analisadas e o recorte de tempo.

Na segunda etapa foram selecionadas as publicações que seriam analisadas, na qual iniciamos com o recorte de um mês de postagens no *Facebook* do *Exército*, no período de 10 de dezembro de 2014 a 10 de janeiro de 2015, mês posterior a data de divulgação ao *Relatório* da CNV. Para a extração dos dados do *Facebook*, por serem publicações de quatro anos atrás, utilizei a ferramenta *Fanpage Karma*, que me possibilitou resgatar as publicações da data referida.

No período de um mês selecionado inicialmente, identificamos 74 (setenta e quatro) publicações, entre fotos e vídeos institucionais, 1.362.966 (um milhão, trezentos e sessenta e dois mil, novecentos e sessenta e seis) curtidas total nas 74 publicações veiculadas, 33.131 (trinta e três mil, cento e trinta e um) comentários e 255.352 (duzentos e cinquenta e cinco mil, trezentos e cinquenta e dois) compartilhamentos de publicação. Também foram identificados o uso de seis *hashtags* diferentes para descrição das publicações. Foram elas: *#BraçoForte*, que aparece dezesseis vezes; *#ValoresMilitares*, que aparece oito vezes, *#SemprepeeloBrasil*, que aparece doze vezes, *#MãoAmiga*, que aparece uma vez; *#Patriotismo*, que aparece uma vez; *#Disciplina*, que aparece uma vez.

A terceira etapa do método de análise buscou dar um recorte de tempo mais preciso para a análise das publicações e interações no *Facebook* do *Exército Brasileiro*. Para isso, conforme citado no início da metodologia, foi selecionado



somente o período de uma semana de postagens. Selecionei o período de 10 de dezembro de 2014 a 17 de dezembro de 2014 para a realização da análise. Foram vinte e quatro publicações oficiais na página, sendo dezoito fotos, cinco vídeos e um link. As 24 publicações obtiveram 385.285 (trezentos e oitenta e cinco mil, duzentos e oitenta e cinco) curtidas, 10.173 (dez mil, cento e setenta e três) comentários, 57.742 (cinquenta e sete mil, setecentos e quarenta e dois) compartilhamentos. Apresentaram também o uso de *hashtags* para descrição da publicação, sendo elas: *#Disciplina*, *#Patriotismo*, *#BraçoForte* e *#HangoutDefesa*. A publicação com mais curtidas na semana referida obteve 34.262 (trinta e quatro mil, duzentos e sessenta e duas) curtidas e apresentava a *#Disciplina* em sua descrição. Essa também é a publicação com mais compartilhamento, sendo 13.312 (treze mil, trezentos e doze).

Na tabela, a seguir, listo as postagens selecionadas:

Tabela 1 - Lista de postagens analisadas

<b>Assunto:</b>	<b>tipo</b>	<b>data</b>	<b>curtidas</b>	<b>Comentários</b>	<b>Compartilhamentos</b>
Colégios Militares	Vídeo	10/12/14	6.055 mil	237	1.100 mil
Premiação dos alunos do Colégio Militar de Curitiba	Foto	10/12/14	18.911 mil	311	1.417 mil
Exército Brasileiro! <i>#BraçoForte</i>	Foto	10/12/14	24.622 mil	867	3.633 mil
Campanha de doação de sangue e medula óssea	Vídeo	11/12/14	3.160 Mil	84	285
Exercício de apresentação da Reserva 2014	Foto	11/12/14	12.258 mil	383	1.670 mil
<i>#Disciplina</i>	Foto	11/12/14	34.262 mil	605	13.312 mil
Missão no Haiti	Vídeo	12/12/14	4.933 mil	324	488
Novo comandante do 41º Batalhão de Infantaria Motorizado, Jataí/GO	Foto	12/12/14	30.935 mil	814	2.369 mil

<b>Assunto:</b>	<b>tipo</b>	<b>data</b>	<b>curtidas</b>	<b>Comentários</b>	<b>Compartilhamentos</b>
Rádio Verde Oliva	Foto	12/12/14	3.363 mil	75	275
Escola de Aperfeiçoamento de Sargentos das Armas, Cruz Alta/RS	Foto	12/12/14	15.812 mil	275	5.167 mil
13 de Dezembro - Dia do Marinheiro!	Foto	13/12/14	12.144 mil	272	1.460 mil
Novos Aspirantes do Núcleo de Preparação de Oficiais da Reserva do 4º Grupo de Artilharia de Campanha Leve, Juiz de Fora/MG	Foto	13/12/14	17.320 mil	278	1.119 mil
#Patriotismo!	Foto	13/12/14	42.886 mil	948	4.720 mil
Dragões da Independência (1º Regimento de Cavalaria de Guardas)	Foto	14/12/14	15.250 mil	397	1.801 mil
Resposta à matéria intitulada "Se quiser mato um por dia", veiculada na Revista Veja	Foto	14/12/14	21.039 mil	860	2.936 mil
Exército Brasileiro assina contrato com a Avibras para a produção de viaturas MK6.	Vídeo	14/12/14	5.099 mil	155	484
Estágio de Operação e Montagem da Portada "Ribbon Bridge", no 2º Batalhão de Engenharia de Combate, Pindamonhangaba/SP.	Foto	15/12/14	26.472 mil	418	2.123 mil
Chamada para o <i>hangout</i> com o general Santos Cruz, o comandante da Força de Paz na Missão de Estabilização das Nações Unidas na República Democrática do Congo	Foto	15/12/14	15.639 mil	718	1.832 mil

<b>Assunto:</b>	<b>tipo</b>	<b>data</b>	<b>curtidas</b>	<b>Comentários</b>	<b>Compartilhamentos</b>
16 de Dezembro - Dia do Reservista	Link	16/12/14	4.532 mil	256	291
#HangoutDefesa com o General de Divisão Santos Cruz, comandante da Força de Paz na Missão de Estabilização das Nações Unidas na República Democrática do Congo	Foto	16/12/14	11.030 mil	411	609
"E quando ele se põe em marcha, à sua esquerda vai a coragem, e à sua direita a disciplina."	Vídeo	16/12/14	1.773 mil	134	330
O 1º Batalhão de Infantaria de Selva (Manaus/AM) - #BraçoForte!	Foto	16/12/14	21.087 mil	687	2.174 mil
Aeronaves Esquilo passam por processo de modernização que inclui piloto automático e substituição do painel analógico pela arquitetura Glass Cockpit.	Foto	17/12/14	23.574 mil	369	2.006 mil
#BraçoForte	Foto	17/12/14	13.129 mil	295	6.141 mil

Na quarta e última etapa realizei a leitura dos comentários destas publicações e destaquei os mais relevantes para a análise, além de propor três categorias de análise, reunido os sentidos mais presentes nos comentários dos internautas: **Categoria 1: Controle de Segurança Pública, subcategoria: Intervenção Militar, Categoria 2: Braço Forte, Mão Amiga, Categoria 3: Comissão Nacional da Verdade.** A seguir, defino cada categoria:

A primeira categoria de análise se refere ao pedido de **Controle de Segurança Pública**, no qual muitos usuários pedem que o *Exército* tome o controle da segurança pública no Brasil. São inúmeras as reclamações da falta de segurança e os pedidos para que as forças militares tomem alguma providência sobre esse assunto.

Dentro desta categoria também destacamos a subcategoria de **Intervenção Militar**, na qual inúmeros pedidos de que o *Exército Brasileiro* tome o poder de governo do Brasil foram proferidos por usuários do *Facebook* na página oficial da Instituição. Alguns internautas alegam que somente com o exército no poder os problemas seriam resolvidos. Outros alegam que no período ditadura militar a população tinha mais segurança e o Brasil mais obras e crescimento. Muitos declaram que no período ditatorial somente bandidos e “pessoas que mereciam” foram punidas e que há uma grande inverdade de fatos apresentada pela mídia e por historiadores sobre os abusos da época.

A segunda categoria de análise selecionada foi a **Braço Forte, Mão Amiga**, na qual a maioria dos comentários feitos por internautas nas publicações do *Exército Brasileiro* transmite uma imagem de confiança e segurança desses usuários na instituição. O *Exército Brasileiro* é enaltecido por seus atos, parabenizado por suas ações e cobrado a ser mais presente na política brasileira, com os pedidos de acabar com a corrupção no Brasil.

A terceira categoria identificada foi a **Comissão Nacional da Verdade**, na qual os internautas comentam e criticam o *Relatório* divulgado pela CNV, que cita as ações do *Exército* no período de ditadura militar no Brasil. Muitos usuários do site de rede social demonstram descontentamento e se mostram contrários as divulgações feitas pela *Comissão*.

Na sequência, na análise propriamente dita dos comentários dos internautas nas postagens do *Exército* no *Facebook*, trago exemplos para caracterizar cada uma das categorias e subcategorias. Os nomes dos internautas foram apagados a fim de proteger a identidades dos usuários do *site* de rede social.

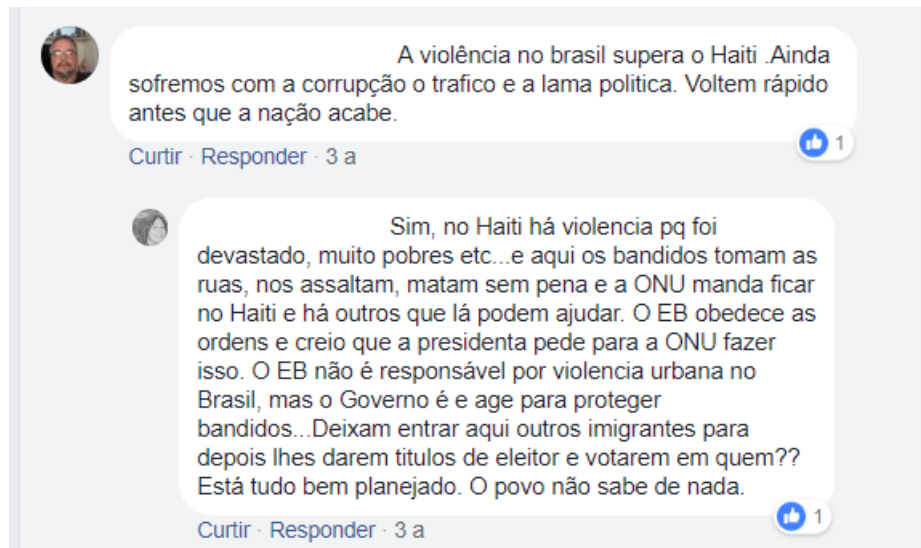
## 5.1 CATEGORIA 1- CONTROLE DE SEGURANÇA PÚBLICA

O maior número de comentários dos internautas está ligado a pedidos de controle de segurança pública. Dentre os comentários o descontentamento com a falta de segurança é ressaltada pelos usuários do site de rede social, que cobram um posicionamento da instituição.

Na postagem do dia 12 de dezembro de 2014, que trata sobre o envio de tropas brasileiras para missão de paz no Haiti, é possível visualizar inúmeros comentários

criticando o envio de efetivo para o país destruído pelo terremoto, enquanto o Brasil, segundo os internautas, está à mercê da violência.

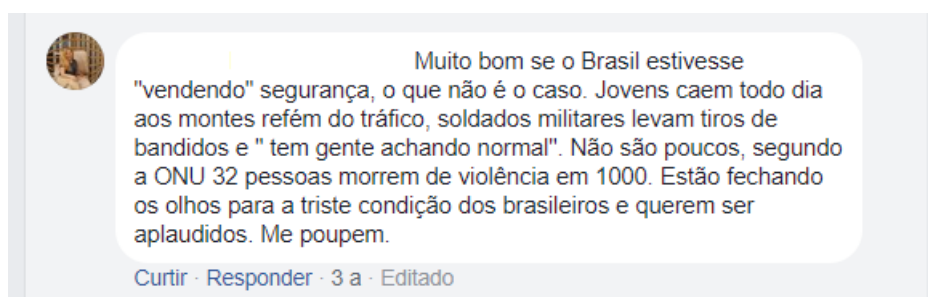
Figura 1 - Comentário sobre envio de tropas brasileiras ao Haiti



Muitos exaltam que a missão de enviar tropas militares ao Haiti é uma missão honrosa, mas defendem que primeiro o exército deveria estabilizar o Brasil. No diálogo entre os dois internautas, no *print* destacado acima, é possível perceber que os usuários pedem que a instituição interfira na segurança do nosso país, antes de intervir em outros países.

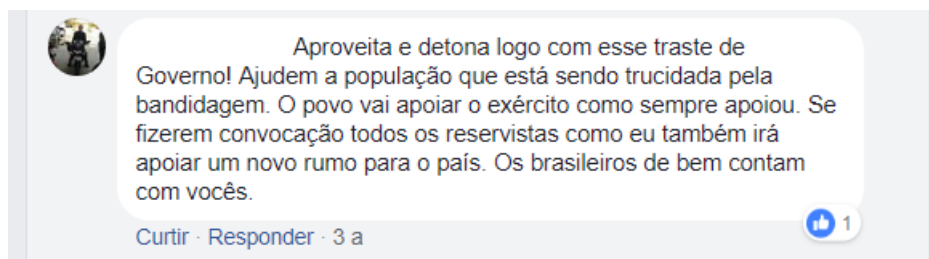
A desaprovação ao governo também é destacada no segundo comentário, que afirma que o “governo age para proteger bandidos”. O mesmo pode ser percebido na fala a seguir. A internauta comenta que o exército estaria “fechando os olhos para a triste condição dos brasileiros” ao enviar tropas brasileira para o país caribenho ao invés de intervir na segurança pública.

Figura 2 - Comentário sobre segurança e tráfico



A postagem do dia 14 de dezembro fazia alusão aos Dragões da Independência, unidade militar que participou da independência do Brasil, da Guerra Cisplatina e da Proclamação da República, mas muitos dos comentários eram relacionados ao governo e a “bandidagem”. No comentário abaixo também é possível destacar frases como “o povo vai te apoiar”, relacionado ao fato do exército intervir no governo, e “brasileiros de bem”, ou “cidadãos de bem”, para descrever a parte da população que é a favor de ações do exército no âmbito político.

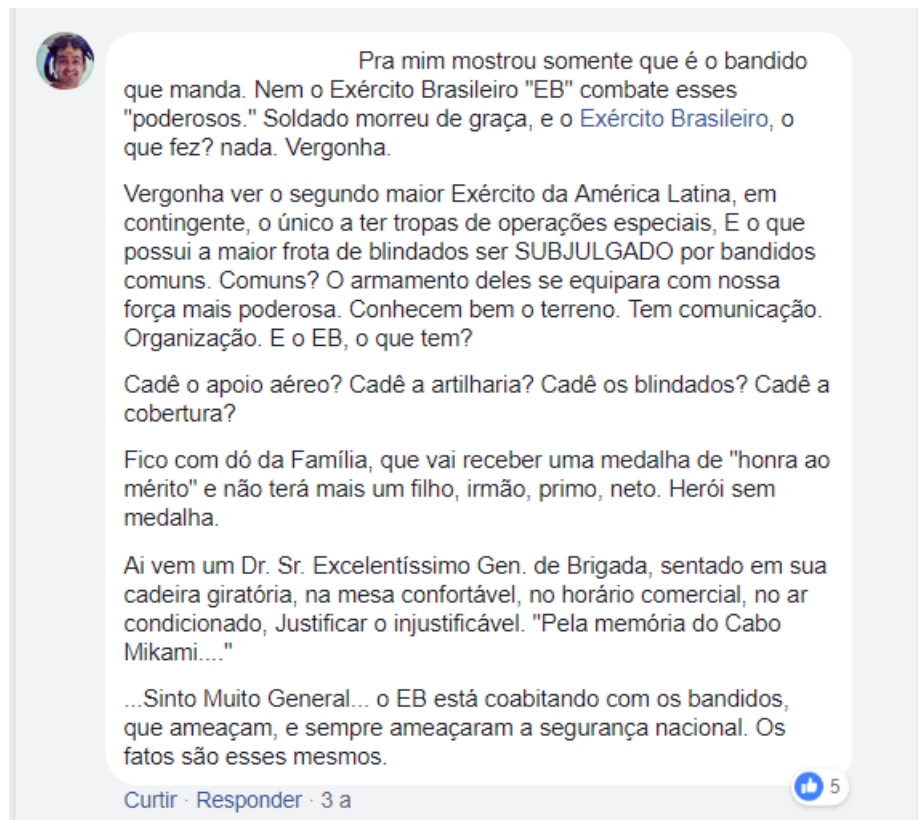
Figura 3 - Comentário relacionado a falta de segurança pública



Assim como no comentário do internauta, destacado acima, o comentário abaixo, realizado em publicação de 14 de dezembro de 2014, na qual o *Exército* publica uma resposta à matéria “Se quiser mato um por dia”, veiculada em 10 de dezembro do mesmo ano na Revista Veja, o internauta também demonstra descontentamento com a segurança pública. Na publicação o *Exército* esclarece a atuação das Forças nas UPPs – Unidades de Polícia Pacificadora, na qual o Cabo Mikami foi morto em serviço.

Os pedidos de que o *Exército* tome alguma atitude com relação a falta de segurança são constantes na rede social. No *post* o internauta critica também o fato de “bandidos” usarem o mesmo armamento que as forças militares.

Figura 4 - Comentário sobre a morte do soldado Mikami

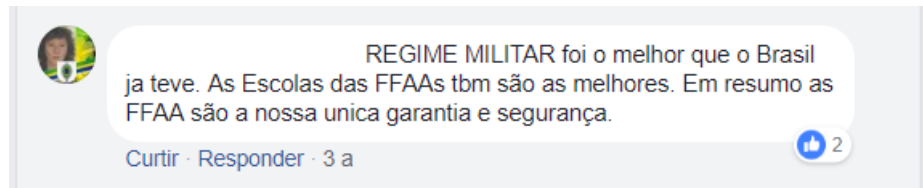


A maioria dos internautas que interagem nas publicações do Exército em sua página oficial no *Facebook* acreditam que a solução para questões de segurança pública e corrupção na política é a volta do governo militar. Essas primeiras postagens já indicam que há um silenciamento por parte do *Exército* diante da solicitação dos internautas de controle da segurança, o que pode indicar uma concordância e/ou ausência de posicionamento diante da questão.

### 5.1.1 Subcategoria - Intervenção Militar

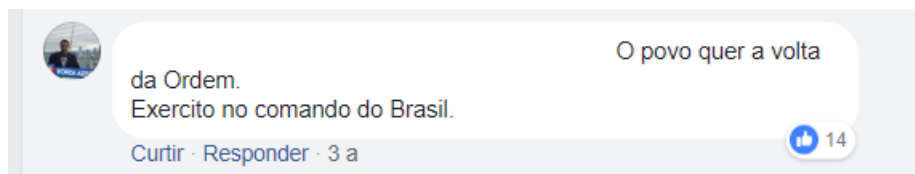
Na postagem de 10 de dezembro de 2014, sobre os colégios militares, uma internauta destaca que as forças armadas seriam a única garantia de segurança do Brasil e que o "Regime Militar foi o melhor que o Brasil já teve". Apesar da publicação ter sido veiculada no mesmo dia em que foi divulgado o *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*, que traz a público as atrocidades da ditadura militar no Brasil, o fato não foi comentado, indicando um apagamento desse fato que está diretamente relacionado ao *Exército Brasileiro*.

Figura 5 - Comentário afirmando que o regime militar foi o melhor para o Brasil



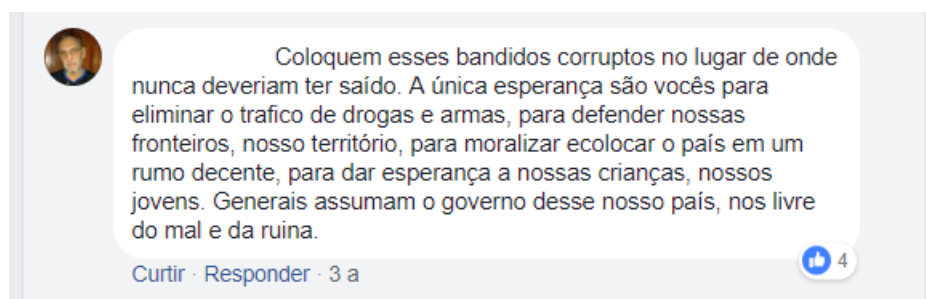
Em outra publicação também realizada em 10 de dezembro, com o uso da *#BraçoForte*, afirmando a presença do *Exército* em todo território nacional, os comentários são de apoio as ações da força militar e pedidos de que o exército reestabeleça a ordem no país. No comentário, na imagem abaixo, o internauta destaca que o povo quer um governo militar comandado pelo EB.

Figura 6 - Comentário pedindo a volta do Exército ao comando do Brasil



Outro comentário da mesma publicação destaca que o Exército seria a única “esperança para acabar com o tráfico de drogas e armas”. O internauta, no comentário abaixo, também pede que o EB tome alguma providência com relação a “esses bandidos corruptos”. Ambos usuários da rede social acreditam que com os generais no comando do país a realidade seria de um Brasil sem violência e corrupção.

Figura 7 - Comentário relacionado ao tráfico de drogas e armas, e sobre a atuação que o Exército Brasileiro deveria assumir



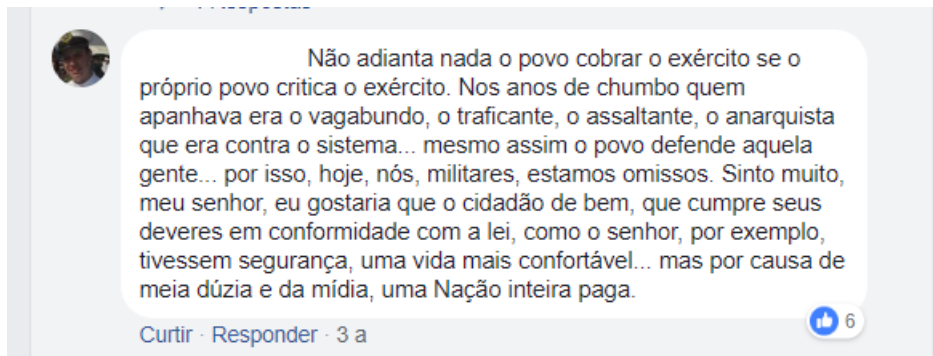
A publicação de 11 de dezembro de 2014, traz em seu título a *#Disciplina*, seguida de uma foto de um batalhão fardado, em posição de sentido, com os dizeres “disciplina: fundamental para alcançar bons resultados em todas as áreas da vida”.



Assim como o título da publicação, muitos internautas do *Facebook* do Exército pedem por disciplina em diversos âmbitos, seja na política, na educação e no convívio de modo geral. Muitos acreditam que somente a instituição tem o poder de “salvar” o Brasil da corrupção e estabelecer a disciplina no país.

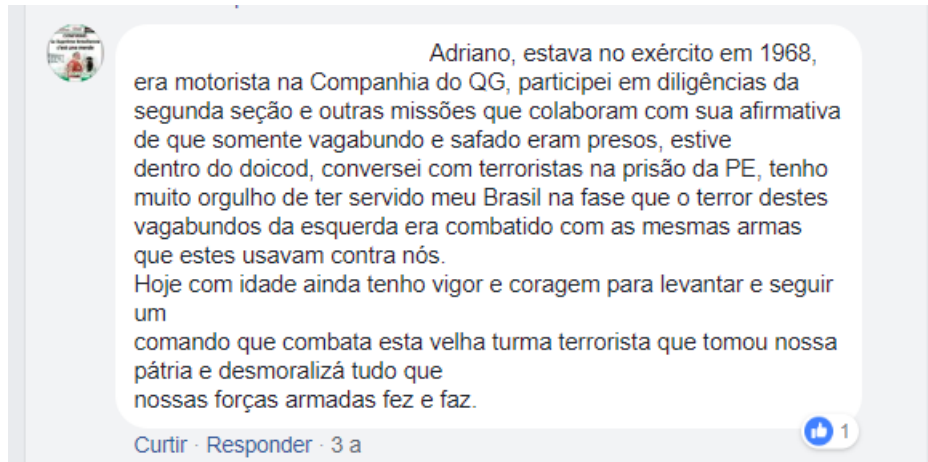
O internauta, no comentário abaixo, cita que nos “anos de chumbo quem apanhava era o vagabundo, o traficante, o assaltante, o anarquista que era contra o sistema”, mas que o povo defende “aquela gente”. Em sua fala é possível perceber que o internauta é ou foi militar, ao citar “nós, militares”, se incluindo no discurso do *Exército*. Ele também afirma que o “cidadão de bem” é prejudicado por ações da mídia (que defende “bandido”).

Figura 8 - Comentário sobre os anos de chumbo no Brasil



Na mesma publicação, em resposta ao comentário acima, outro internauta, no comentário abaixo, concorda com as afirmações feitas pelo militar de que somente “vagabundo” que apanhava e ressalta que participou de missões e que esteve dentro do DOI-CODI, órgão de repressão ligado ao *Exército* no período militar. Novamente podemos ver que é um militar ou ex-militar, se incluindo no espaço de discussão e defendendo a instituição.

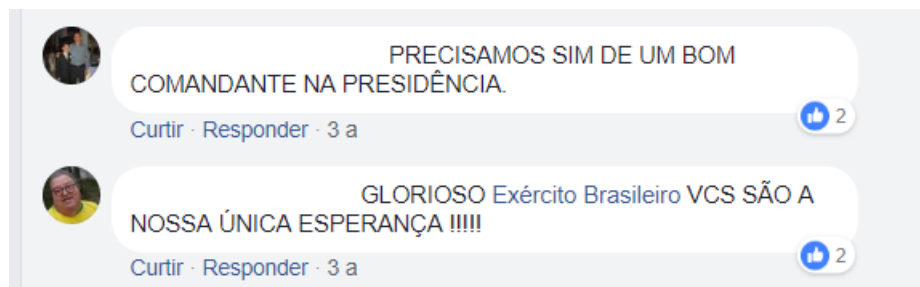
Figura 9 - Comentário de ex-militar que participou em diligências da segunda seção e defende a volta do Regime Militar



Em sua fala o militar se orgulha dos feitos à serviço do exército e comenta que ainda teria vigor para seguir ordens novamente e combater a “velha turma terrorista que tomou nossa pátria”.

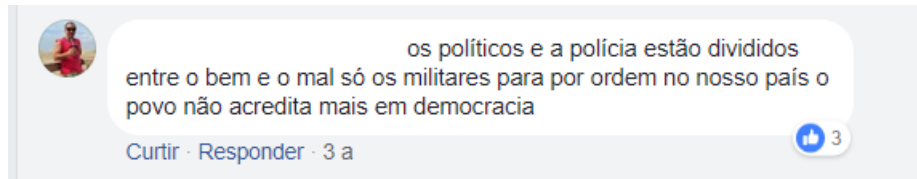
Na publicação de 12 de dezembro de 2014, dois internautas exaltam as forças armadas. O primeiro enfatiza que o Brasil precisa de um “bom comandante na presidência”, enquanto o segundo afirma que o EB é a “única esperança”.

Figura 10 - Comentários de internautas exaltando as forças armadas brasileira



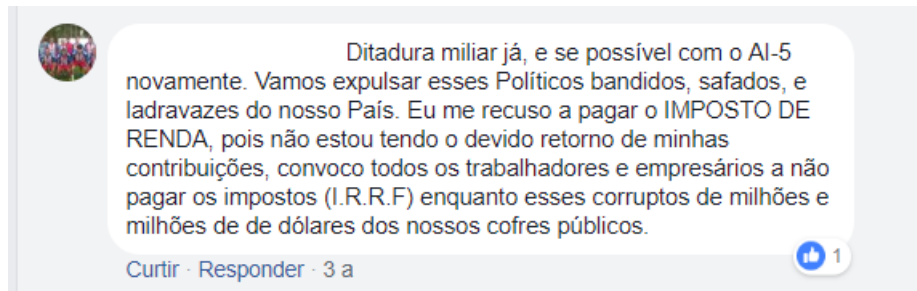
A postagem em questão se refere ao novo comandante do 41º Batalhão de Infantaria Motorizado, de Jataí - GO, o Ten. Cel. Marcelo Luiz Zeni. Na mesma publicação outro internauta também demonstra descontentamento com a política e afirma que “o povo não acredita mais em democracia”. Ele também compartilha do sentimento de que somente o Exército Brasileiro poderia realizar um bom governo.

Figura 11 - Comentário de internauta pedindo a volta dos militares ao poder e afirmando que o “povo não acredita mais em democracia”



Com a #Patriotismo, a publicação de 13 de dezembro de 2014 traz a imagem de uma mulher fardada portando a bandeira do Brasil. Entre os comentários sobre a mulher no serviço militar e de parabenização pela escolha de profissão da soldada em questão, alguns comentários também de pedidos de intervenção militar se destacam.

Figura 12 - Comentário pedindo uma nova ditadura militar e a volta do AI-5



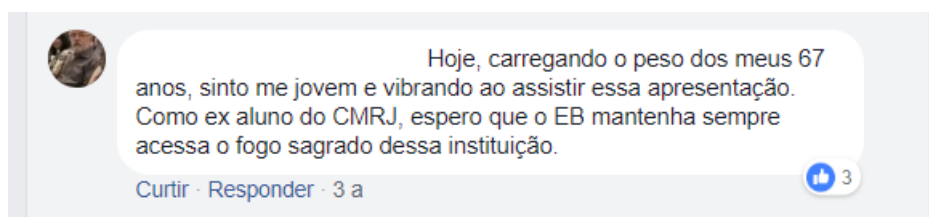
O internauta no comentário acima pede por ditadura militar e a volta do AI-5. O Ato Institucional nº 5, conforme explicado no subcapítulo 2.2 deste trabalho, foi instaurado pelo Gen. Costa e Silva em 1968 e representa a fase mais repressiva do Regime Militar, conhecido como “Anos de Chumbo”. O usuário da rede social também expressa sua insatisfação com o pagamento de impostos e com a corrupção e o rombo nos cofres públicos.

Os pedidos de intervenção do *Exército* na política, no governo e na segurança pública também transmite uma imagem de confiança por parte dos internautas na instituição. Termos como “instituição honrosa”, “braço forte, mão amiga”, “#patriotismo”, “glorioso Exército”, entre outros, reforçam a imagem do usuário do site de rede social no EB. Construindo uma imagem de “honra e caráter” para os seguidores do Exército no *Facebook*.

## 5.2 CATEGORIA 2 – BRAÇO FORTE, MÃO AMIGA

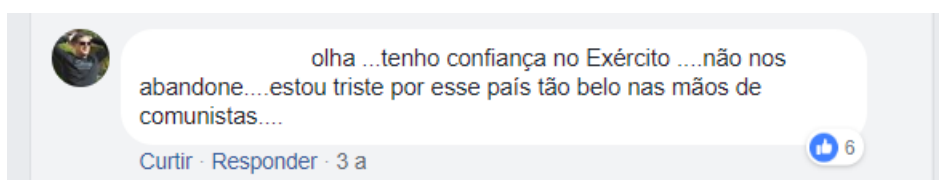
A segunda categoria, Braço Forte, Mão Amiga – Lema do *Exército Brasileiro* – traz comentários de internautas relacionados a confiabilidade do órgão militar e a imagem de segurança atribuída à força militar. Na publicação de 10 de dezembro de 2014 sobre os colégios militares, o internauta destaca, no comentário abaixo, a emoção de ser um ex-aluno de colégio militar e pede que o Exército Brasileiro mantenha sempre aceso o “fogo sagrado dessa instituição”.

Figura 13 - Comentário exaltando o “fogo sagrado dessa instituição”



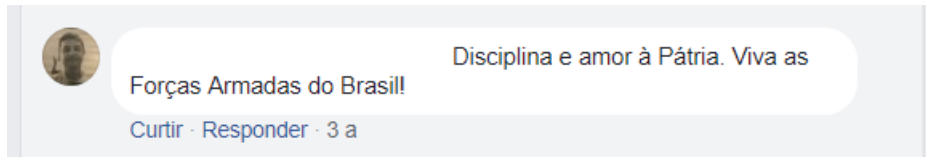
Outro internauta, no comentário abaixo, se mostra descontente com o governo e diz que o país está nas “mãos dos comunistas”, se referindo ao governo de Dilma Rousseff (PT), conhecido por ser um governo de esquerda. A publicação de 10 de dezembro de 2014 fala sobre 5º Batalhão de Suprimento de Curitiba-PR, que premiou alunos do Colégio Militar, porém o comentário não tem a ver diretamente com a publicação, mas é utilizado como forma de demonstração de opinião, neste caso relacionada a política contra um governo petista, como outras postagens relacionadas nas quais é possível identificar os termos “corruPTos”, “comunistas”, “petralhas”, entre outros termos utilizados para se referir ao governos e militantes de esquerda.

Figura 14 - Comentário de internauta demonstrando confiança no Exército e afirmando que o país está nas mãos dos comunistas



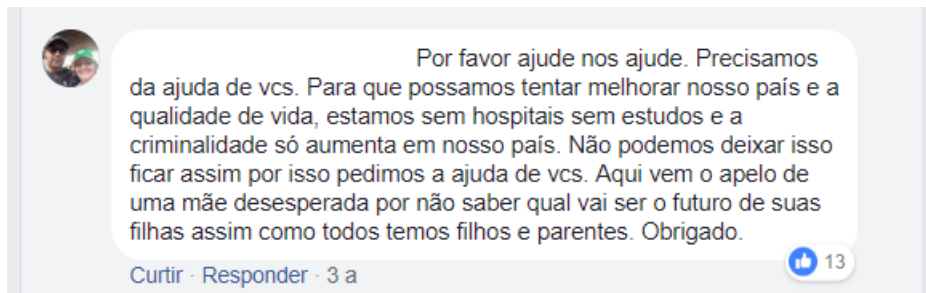
Já em outro comentário da mesma publicação podemos perceber a exaltação de valores atribuídos ao Exército, como disciplina e amor à Pátria. O internauta faz uma saudação à Instituição, como forma de elogio aos seus atos.

Figura 15 - Comentário exaltando a disciplina e amor à pátria. Publicação de 10 de dezembro de 2014



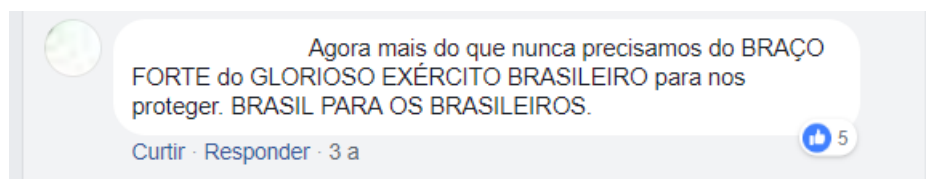
Os internautas demonstram confiança na Instituição para fazer pedidos ligados não somente a segurança, mas também a saúde e educação. O *Exército* é visto como exemplo de disciplina e honradez. Podemos perceber essas características no comentário da usuária do *Facebook*, em imagem abaixo. Na publicação de 10 de dezembro que tem como título *#BraçoForte* presente em todo território nacional, a internauta pede que o Exército tome atitudes com relação a saúde, educação e segurança.

Figura 16 - Comentário pedindo ajuda do exército brasileiro na saúde, educação e segurança



Outro usuário interage na mesma publicação ressaltando o lema do Exército: "Braço Forte". No comentário abaixo, ele ainda destacada a Instituição como gloriosa e afirma que o Brasil precisa que o exército atue na segurança quando pede à força armada "nos proteger".

Figura 17 - Comentário de internauta pedindo proteção do exército brasileiro para o Brasil

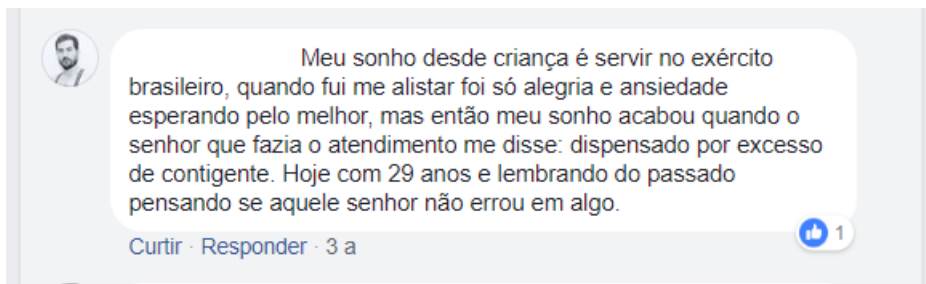


Entrar para o Exército Brasileiro também é o sonho de muitos internautas que interagem nas publicações da instituição. Muitos perguntam sobre as formas de

ingresso, provas e concursos públicos, esses são os únicos comentários respondidos pela instituição, que busca informar com clareza o que o internauta precisa fazer para integrar o corpo militar. Novamente a fala da instituição é pontual, compromete-se em responder somente com aos pedidos de informação sobre o sistema de ingresso na instituição, mas se omiti em responder, em seu próprio espaço institucional, outras questões.

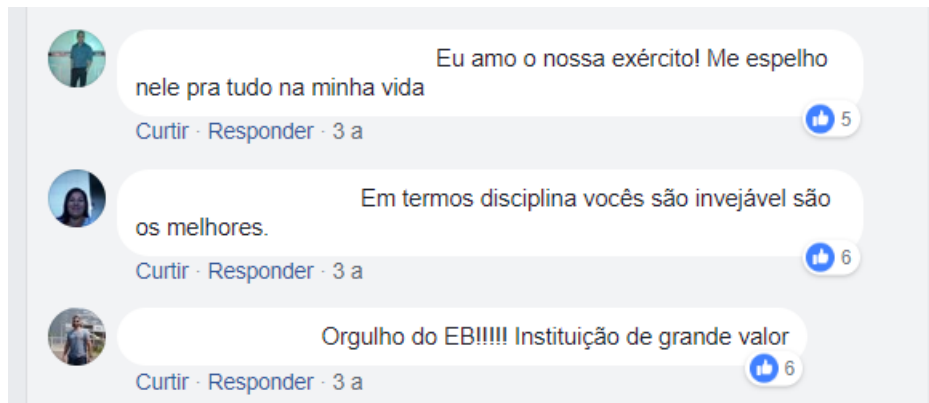
Na publicação de 11 de dezembro sobre o Exercício de apresentação da reserva, o internauta, no comentário abaixo, conta o sonho de infância em fazer parte do Exército e lamenta não ter conseguido ingressar no órgão militar. Servir às forças armadas é visto como um ato de bravura e heroísmo. Os soldados são vistos como os heróis da pátria e andar fardado carrega uma imagem de credibilidade e confiança.

Figura 18 - Comentário de internauta que conta o sonho de criança em servir às forças armadas



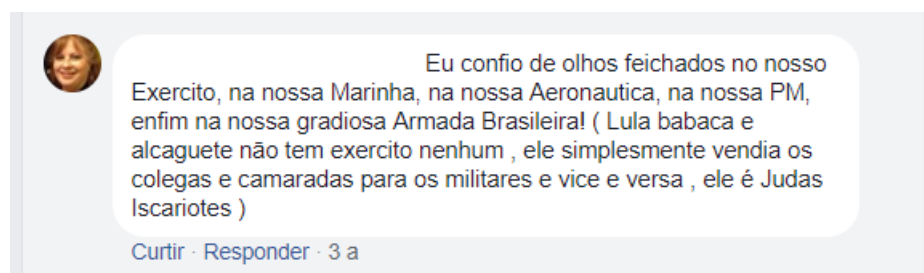
Essa percepção de instituição honrada e gloriosa pode ser percebida também na fala dos três internautas no comentário abaixo, em publicação de 11 de dezembro de 2014. O título da publicação carrega uma das características marcantes que o exército quer passar aos seus leitores a *#disciplina*. O primeiro internauta afirma que se espelha no *Exército* para a vida dele, enquanto a segunda elogia a instituição e a disciplina aplicada pelo EB. O último internauta reforça a imagem de valor do Exército e afirma ter “orgulho” da instituição.

Figura 19 - Comentário de três internautas reforçando a imagem de instituição de honra e caráter do EB



Na publicação de 15 de dezembro, sobre o estágio de operação e montagem da *Portada "Ribbon Bridge"*, uma ponte montada sobre águas para transporte de equipamentos militares, uma internauta, no comentário abaixo, demonstra confiança no Exército e nas demais instituição militares. A usuária do site de rede social também faz uma crítica ao ex-presidente Lula (PT), que governou o país de 2003 a 2011. Em seu comentário ela chama o ex-presidente petista de “Judas Iscariotes”, conhecido por ser o traidor de Jesus Cristo, segundo a Bíblia. Criando um sentido de que apoiar ao governo eleito é ser traidor da pátria e que o exército pode ser apoiado de “olhos fechados”.

Figura 20 - Comentário de internauta criticando o ex-presidente Lula (PT) e exaltando o exército



Muitos usuários do site de rede social que interagem nas publicações do Exército proferem críticas e, até mesmo, xingamentos ao governo de esquerda – governo em regência na época das publicações analisadas. A imagem da então presidenta da época, Dilma Rousseff, sempre foi atrelada ao seu antecessor, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, ambos representantes do Partido dos Trabalhadores (PT).

O Projeto que cria a *Comissão Nacional da Verdade* – CNV - foi enviado ao congresso pelo ex-presidente Lula, em 12 de maio de 2010 e sancionada pela ex-presidenta Dilma Rousseff em 16 de maio de 2012. Talvez essa seja a justificativa por alguns internautas considerá-los como traidores, pois criaram mecanismos de investigar os crimes cometidos pelo *Exército*.

O projeto de lei inicial da CNV enviada por Lula ao Congresso Nacional previa investigações apenas de militares que cometeram torturas e assassinatos no regime ditatorial. A versão sancionada por sua sucessora, por sua vez, destina investigações às violações dos direitos humanos durante a ditadura, prevendo investigação de atos cometidos pelo governo militar e por guerrilheiros de oposição ao regime.

Apesar da *Comissão Nacional da Verdade* investigar e revelar os nomes dos 377 agentes responsáveis por violações de direitos humanos no período ditatorial no Brasil, conforme citado no subcapítulo 2.3 deste trabalho, ninguém foi punido por atos de violência, tortura e morte realizados na ditadura militar. A Lei da Anistia Política, promulgada em 1979 pelo então presidente João Baptista Figueiredo, conforme explicado no subcapítulo 2.2 deste trabalho, tem como objetivo reverter punições para aqueles que foram considerados criminosos políticos pelo regime militar. A lei vale tanto para civis que foram considerados guerrilheiros e terroristas pelo governo militar, quanto para agentes do Estado que cometeram atos de violação aos direitos humanos no período de militar no Brasil.

### 5.3 CATEGORIA 3 – COMISSÃO NACIONAL DA VERDADE

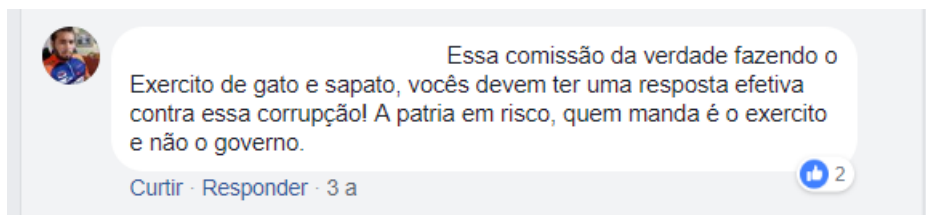
Apesar de o Exército Brasileiro não se pronunciar oficialmente sobre a divulgação do *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*, demonstrando um apagamento da memória sobre os crimes cometidos pela instituição militar, o fato está subentendido em vários comentários, em defesa do EB. Muitos internautas comentaram sobre o documento que expôs vários fatos do período de ditadura militar no Brasil, conforme citado no subcapítulo 2.3 deste trabalho, e cobram um posicionamento com relação aos fatos divulgados. Em grande maioria, os comentários são de apoio ao Exército e em crítica a CNV.

No comentário abaixo, na publicação do dia 10 de dezembro, mesmo dia do lançamento do *Relatório* final da CNV, é possível perceber, pela fala do internauta, um sentimento de revolta causado pela divulgação do *Relatório*, sentimento



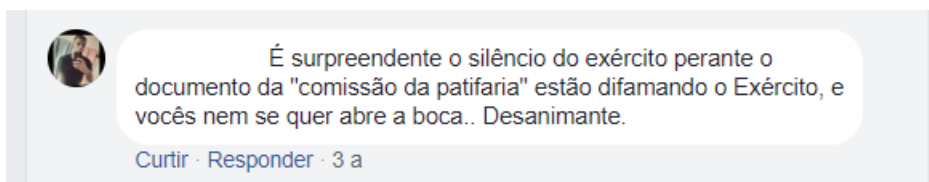
compartilhado por grande parte dos internautas que interagem no *Facebook* do EB. O usuário do *Facebook* ressalta que “quem manda é o Exército e não o governo”. Ele ainda destaca que a comissão da verdade estaria fazendo o exército de “gato e sapato”, expressão utilizada quando queremos dizer que alguém está tirando vantagem de outra pessoa, ou fazendo o outro de “bobo”.

Figura 21 - Comentário de internauta criticando a Comissão Nacional da Verdade e pedindo uma resposta do EB



Muitos chamam a *Comissão Nacional da Verdade* por outros nomes que expressem o descontentamento com trabalho realizado pela CNV. Nomes como “comissão da inverdade”, “comissão da mentira” e até mesmo “comissão da patifaria”, como no comentário abaixo, são vistos no site de rede social. Em comentário, realizado em outra postagem também publicada no mesmo dia do lançamento do *Relatório*, um internauta afirma que o documento estaria “difamando” o Exército Brasileiro e reclama da falta de atitude da instituição militar. Ele afirma ainda que “é surpreendente o silêncio do Exército perante o documento da ‘comissão da patifaria’”, reforçando a ideia de que há um silenciamento por parte da instituição militar relacionado a assuntos ligados a ditadura militar.

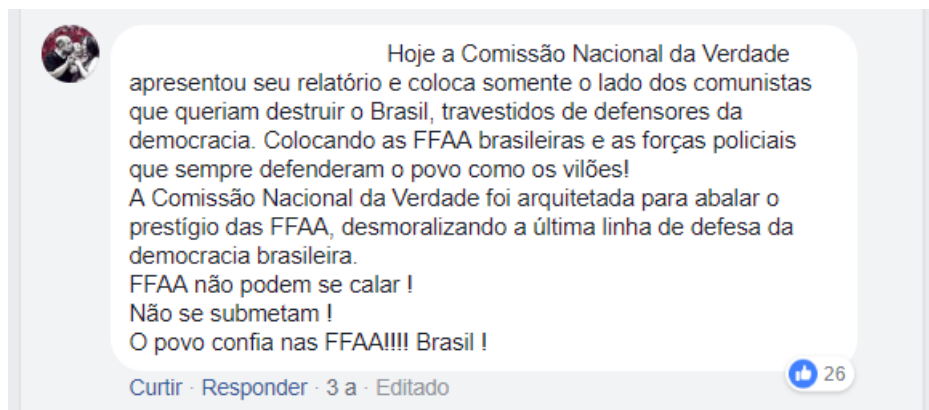
Figura 22 - Comentário de internauta criticando o silencio do exército sobre o *Relatório* da CNV ao qual ele refere como “comissão da patifaria”



Na terceira publicação realizada pela instituição no dia 10 de dezembro outro internauta critica o documento divulgado pela CNV e afirma que o *Relatório* investigou apenas “um lado da história”, que seria o lado dos “comunistas que queriam destruir o Brasil”. O internauta afirma, em comentário abaixo, que as força armadas e as

“forças policiais que sempre defenderam o povo” estão sendo retratados como “vilões”. Segundo ele, a CNV foi “arquitetada para abalar o prestígio das FFAA, desmoralizando a última linha de defesa da democracia brasileira”, porém, o uma das primeiras ações do governo militar, após o golpe de 64, foi destituir a democracia e a liberdade de imprensa, conforme explicado no subcapítulo 2.2 desta monografia.

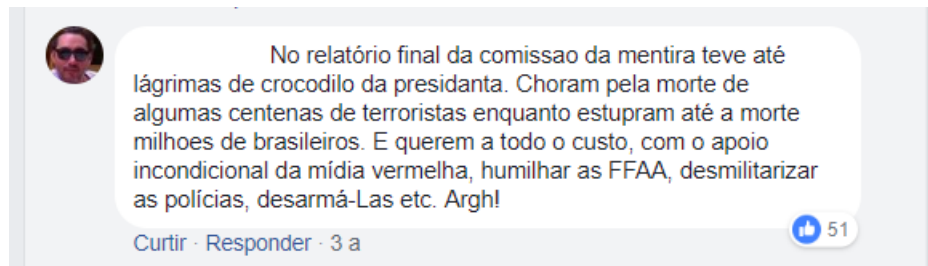
Figura 23 - Comentário criticando a CNV e alegando que somente “o lado dos comunistas” foi colocado no *Relatório*



A denominação de comunista também é atrelada a ex-presidenta Dilma Rousseff, responsável pela sanção da *Comissão Nacional da Verdade*. Dilma foi presa e torturada pelo governo no regime militar. Segundo matérias de jornais da época, a ex-presidenta proferiu um discurso emocionado no dia da publicação do *Relatório* da CNV, que expunha muitos dos torturadores da ditadura, entre eles o Coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, que foi o responsável pela tortura da ex-presidenta.

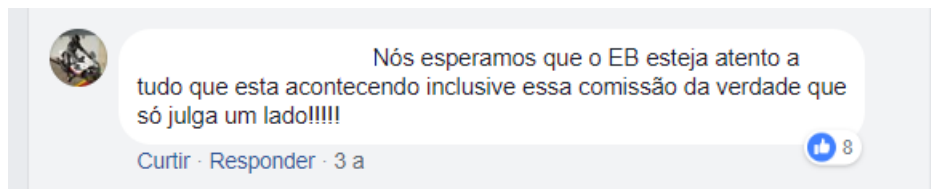
Em outro comentário realizado na terceira publicação do Exército do dia 10, um internauta faz uma crítica ao governo e ao *Relatório*. O usuário do site de rede social da instituição militar faz uma analogia de presidenta com “presidanta”, de anta, indicando que a presidente Dilma Rousseff seria uma “anta”, apelido pejorativo usado para chamar as pessoas de “burras”. O internauta também se refere à *Comissão da Verdade* como “comissão da mentira” e afirma que o governo, na pessoa da presidenta, estaria defendendo e “chorando” a morte de “terroristas”. O internauta também fala que o intuito do *Relatório* seria de “humilhar” as forças armadas. Porém, não há qualquer referência aos 377 militares apontados no *Relatório* como responsáveis por violação de direitos humanos durante o regime militar, incluído torturas e mortes. O título de “terrorista” também é atribuído a ex-presidenta Dilma Rousseff, por sua história de luta contra o regime ditatorial e sua prisão em 1970.

Figura 24 - Comentário criticando a fala da ex-presidenta Dilma Rousseff na divulgação do *Relatório* da Comissão Nacional da Verdade



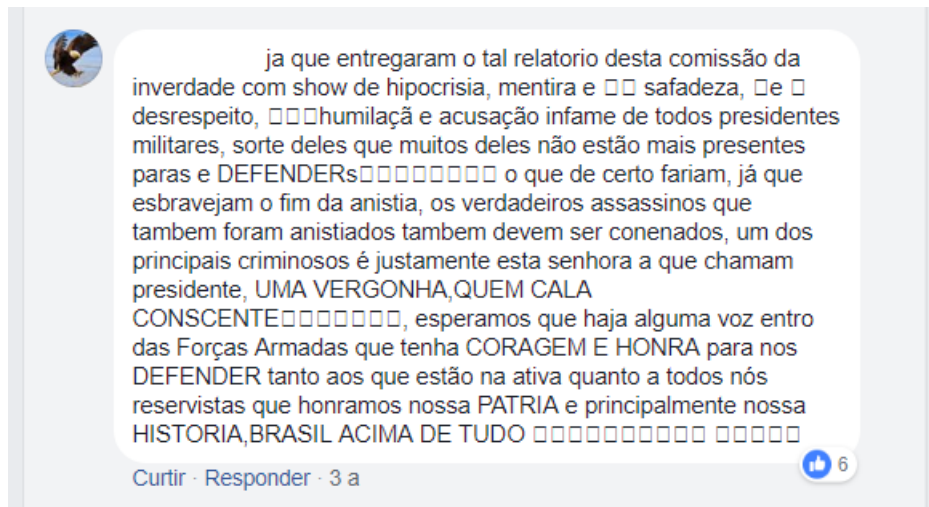
Assim como o comentário no comentário acima, outro internauta, no comentário abaixo, também afirma que o *Relatório* estaria julgando apenas um lado. Ele pede que o Exército esteja atento à *Comissão Nacional da Verdade* e também não faz questionamentos sobre o envolvimento da instituição militar em crimes contra a vida, acusações investigadas pela CNV.

Figura 25 - Comentário de internauta afirmando que a comissão da verdade só julga um lado e pedindo atenção do EB para o *Relatório* divulgado



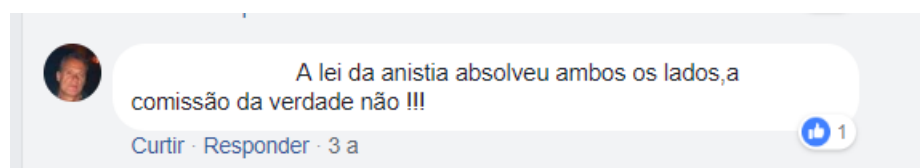
Em outro comentário, destacado a seguir, um internauta afirma que o *Relatório* da CNV é um “show de hipocrisia, mentira, safadeza e desrespeito”, que estaria humilhando a imagem dos ex-presidentes militares. Ele destaca também que, se muitos ainda estivessem vivos, poderiam se defender das acusações e que espera que alguma voz, no caso algum comando, dentro das forças armadas tenha “coragem e honra” para “nos defender”.

Figura 26 - Comentário criticando o *Relatório* da CNV e referindo a comissão como “comissão da inverdade”



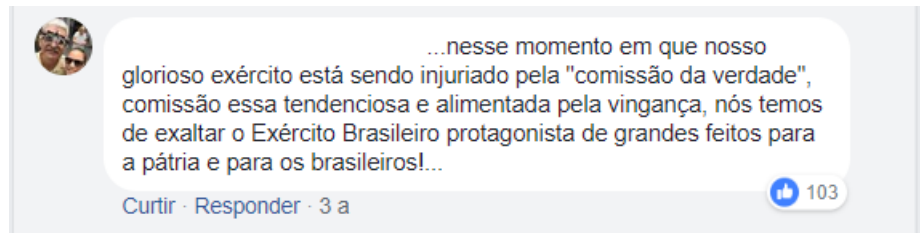
O internauta, no comentário acima cita também a lei da Anistia Política e declara que entre os principais criminosos estaria a ex-presidenta Dilma Rousseff. Como explicado anteriormente, a Lei da Anistia Política não permite que envolvidos em crimes políticos no período do regime militar, sejam punidos, sendo eles civis ou agentes do estado e militares. Já no comentário abaixo, outro internauta comenta que “a lei da anistia absolveu ambos os lados”, porém a comissão da verdade não teria feito o mesmo, querendo dizer que a comissão julgou apenas um lado da história, como dito por outros usuários em comentários anteriores.

Figura 27 - Comentário de internauta afirmando que a Lei da Anistia absolveu ambos os lados, mas a CNV não



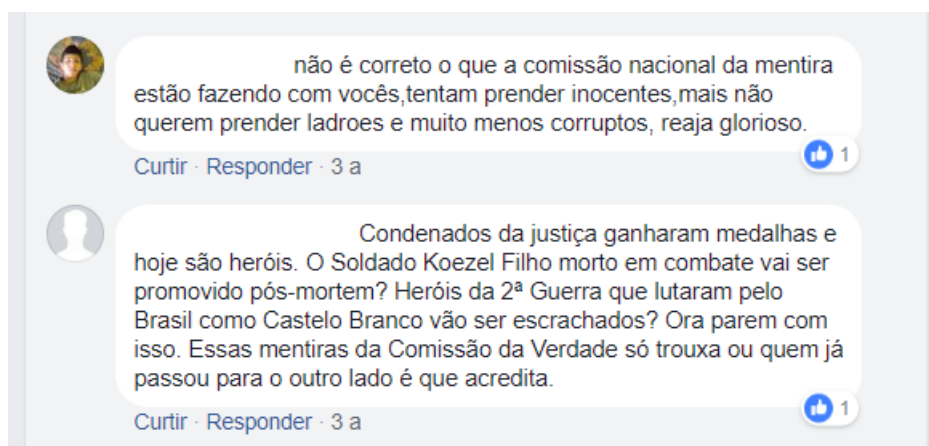
A Lei da Anistia (lei nº 6.683), conforme citada anteriormente, foi assinada durante a ditadura militar pelo então presidente João Baptista Figueiredo e concedeu a anistia aos que tivessem cometido “crimes políticos ou praticados por motivação política”, independente das atrocidades praticadas contra a população. O que inclui militares, exilados políticos e ex-guerrilheiros envolvidos na luta armada contra o regime militar.

Figura 28 - Comentário de internauta alegando que o exército está sendo “injurado” pela CNV



Muitos internautas desacreditam dos fatos apontados no *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*. Em publicação de 11 de dezembro, dois internautas, no comentário a seguir, pedem que o *Exército* reaja às acusações. O primeiro fala que a CNV estaria tentando prender inocentes, que neste caso seriam os militares acusados de praticar torturas, mortes e até mesmo ocultação de cadáver no regime militar. O segundo internauta afirma que o *Relatório* divulgado é uma mentira e que apenas “quem já passou para o outro lado é que acredita”, neste caso o outro lado seriam pessoas e políticos com posicionamento político em defesa dos direitos humanos.

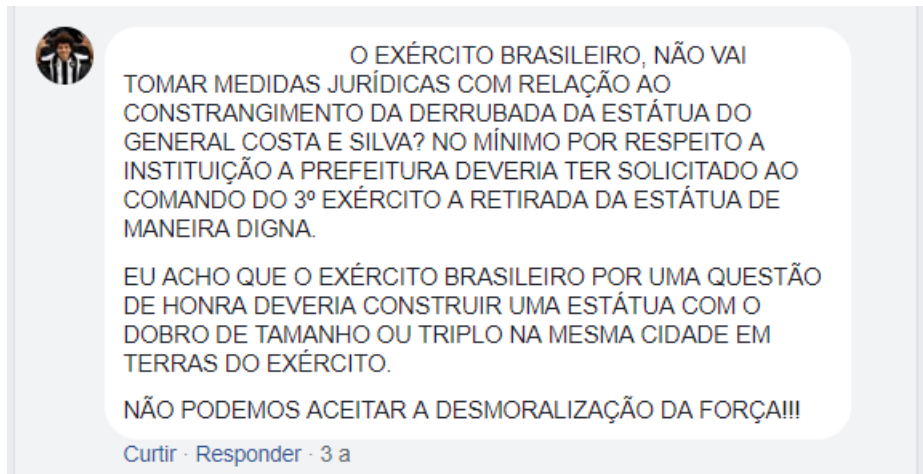
Figura 29 - Comentário de dois internautas criticando a CNV e alegando que o exército é inocente das acusações da comissão.



Em publicação de 16 de dezembro, em homenagem ao dia do Reservista, um internauta cobra um posicionamento do Exército após a derrubada da estátua do General Costa e Silva, no município de Taquari, no interior do RS, cidade natal do general que presidiu a República entre os anos de 1967 e 1969 no regime militar. Segundo o *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*, todos os presidentes militares do período ditatorial foram responsáveis por violações de direitos humanos,

entre eles Costa e Silva, o que motivou a retirada da estátua do ex-presidente do município.

Figura 30 - Comentário de internauta pedindo um posicionamento do EB após a derrubada da estátua do General Costa e Silva, na cidade de Taquari – RS



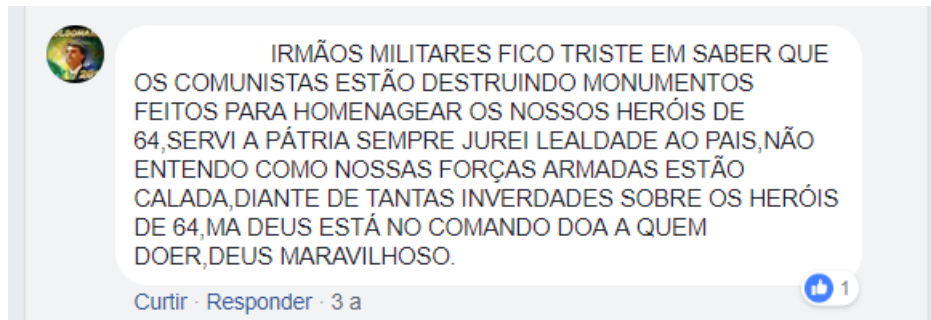
No comentário acima o internauta sugere que “por uma questão de honra” outra estátua “com o dobro ou triplo do tamanho” seja colocada no lugar. Ele ressalta ainda que “não podemos aceitar a desmoralização da força”, se referindo as Forças Armadas e destacando que o ato de retirada da antiga estátua seria uma “desmoralização”.

A divulgação do *Relatório da Comissão Nacional da Verdade* expôs muitos nomes de militares envolvidos em violações de direitos humanos, militares esses que até então eram exaltados como heróis, como foi o caso de Costa e Silva. A decisão da Prefeitura Municipal de Taquari de retirar a estátua do General de um ponto turístico da cidade se deu em razão do *Relatório*, porém a ação não foi vista com bons olhos pelos usuários do site de rede social do EB.

No comentário abaixo é possível visualizar uma certa generalização do internauta quando ele afirma que “todas as estátuas em homenagem aos presidentes generais” estão sendo derrubadas e substituídas por estátuas de “Chevara”, que no caso seria Che Guevara, conhecido líder e guerrilheiro comunista. O internauta também questiona o que o *Exército* está fazendo sobre o assunto, mostrando novamente um silenciamento por parte da instituição sobre a divulgação do *Relatório* e da ditadura militar como um todo. O usuário do *Facebook* afirma ainda que a ação estaria “denegrindo a imagem dos nossos generais heróis, que não deixaram o país



Figura 32 - Comentário de ex-militar criticando o silenciamento do EB sobre a derrubada da estátua do General Costa e Silva e alegando que o *Relatório* teria divulgado inverdade sobre os “heróis de 64”



Na fala do internauta, na imagem acima, é possível perceber que ele é ex-militar, quando ele ressalta que serviu a pátria e sempre jurou lealdade ao país. Novamente podemos perceber que é um militar se incluindo no local de fala e “defendendo” a imagem do Exército. Porém, também é possível perceber novamente um silenciamento da Instituição Militar sobre o tema, já que questionamentos sobre quais as atitudes e posicionamento do Exército são recorrentes pelos internautas.

Não pude contabilizar ao certo quantos comentários estariam relacionados à cada categoria selecionada pois, nos comentários feitos em publicações no *Facebook* do Exército, o filtro de “ver mais relevantes” está acionado. Essa ferramenta do *Facebook* oculta parte dos comentários com base nas políticas do site de rede social. Porém, comentários de críticas ao *Exército Brasileiro* em si e a sua atuação no regime militar no Brasil não foram identificados na página oficial da instituição no site de rede social. É possível perceber que a grande maioria dos internautas que interage com o EB em sua rede social é favorável à instituição, bem como ao regime militar, e que as críticas feitas são em favor do *Exército* ou em pedidos de que a força armada tenha algum posicionamento com relação a divulgação do *Relatório* da CNV, ou em questões políticas e de Governo.

Com o uso da ferramenta *WordClouds*, pude gerar uma nuvem de palavras. Em destaque, as palavras que mais aparecem neste trabalho.



Figura 33 - Nuvem de palavras



É possível perceber que as palavras militar e imagem se destacam na nuvem de palavras destacada acima. Assim como as palavras público, Brasil, imprensa e governo, mostrando o impacto destas palavras na construção deste TCC. Menor, porém, também perceptível, é possível visualizar as palavras ditadura, política, direitos, reputação e segurança, que também descrevem sobre os temas abordados na construção deste trabalho.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo compreender como a Assessoria de Imprensa do *Exército Brasileiro* se comunica pelo site de redes sociais *Facebook* e constrói a imagem e reputação da instituição a partir dessa comunicação, observando também o passado político e a função social da entidade no cenário atual.

Neste trabalho analisei a imagem e reputação do Exército Brasileiro no período da divulgação do *Relatório* final da *Comissão Nacional da Verdade*, que ocorreu em 10 de dezembro de 2014, com base nos comentários e interações dos usuários do site de rede social *Facebook* em publicações feitas pela instituição militar no período de uma semana após a data citada.

Conforme as 24 publicações selecionadas da página oficial do Exército no *Facebook*, pude notar que independentemente do critério da publicação, a maioria dos comentários não está relacionada com o enunciado da publicação. Os usuários do site de rede social utilizam a plataforma como meio para expressar seu descontentamento com o Governo, com a falta de segurança pública, com a corrupção na política e com a falta de atitude do *Exército Brasileiro* em relação aos problemas relatados.

Feito a análise, pude compreender que para os usuários do *Facebook*, que seguem a instituição no site de rede social e interagem com o *Exército* por meio de comentários, curtidas e compartilhamentos de suas publicações na rede, a imagem e a reputação do órgão militar como instituição de confiança e credibilidade não foi abalada ou comprometida com a divulgação do *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*. É importante destacar que não tivemos acesso a todos os comentários feitos nas postagens da instituição, somente os considerados mais relevantes, segundo uma política de exibição de comentários do *Facebook*.

O *Exército Brasileiro* mantém uma linguagem formal para suas publicações, seguindo um padrão institucional e informativo, não utilizando tons humorísticos em sua comunicação *on-line*, o que não impede a interação com os usuários, ainda que esta não seja muito eficaz, tendo em vista que apenas parte de comentários são respondidos. Questões de serviço, como alistamento e concurso, são respondidas com rapidez. Por outro lado, perguntas de cunho político, como intervenção militar e uma possível terceira guerra mundial, por exemplo, não são respondidos pela instituição.

Cabe mencionar que nem mesmo a instauração da *Comissão Nacional da Verdade*, que revelou graves violações de direitos humanos cometidos por oficiais militares, ocorridas no Brasil e no exterior - fatos até então eram desconhecidos da maioria da população – cessou com os pedidos de uma nova intervenção Militar.

A divulgação do *Relatório da Comissão Nacional da Verdade* não foi mencionada pelo *Exército Brasileiro* em suas páginas oficiais, mostrando um apagamento de memória por parte da instituição sobre o período do regime militar no Brasil e de sua recente investigação. Porém, foi possível perceber que muitos internautas não aprovaram ou não estão de acordo com as informações contidas no documento da CNV, pois muitos comentaram sobre o conteúdo do *Relatório*, sempre de forma contrária as informações divulgadas pela CNV e em apoio ao *Exército*.

Conforme pude perceber durante a leitura dos comentários nas publicações da instituição no site de rede social, apenas os comentários que perguntam sobre alistamento, concursos e formas de ingressar no EB são respondidos pela Comunicação Social do Exército. Os demais comentários, apesar de não serem respondidos pelo órgão militar, geram igual ou mais interação com os outros usuários da rede que compartilham da mesma opinião.

Comentários de internautas contrários as ações do *Exército* ou que desaprovem os recorrentes pedidos de intervenção militar são pouco ou nada percebidos dentre os comentários analisados. Grande maioria dos internautas que interagem com a página na rede social é favorável ao período militar e pede que o Exército Brasileiro “volte às ruas”. Muitos parecem não concordar com fatos históricos que mostram atrocidades cometidas contra os que denunciavam o regime militar, tão pouco com as revelações do *Relatório* da CNV.

A discussão se faz necessária pois é percebido um silenciamento das forças armadas em relação a temas ligados ao período militar. E visto que, após 54 anos do Golpe Militar de 1964, muitos ainda desconhecem as atrocidades cometidas pela ditadura militar e o que significou a censura e o cerceamento das liberdades individuais e exaltam e reforçam o pedido de uma nova intervenção militar no Brasil.

A imagem do *Exército Brasileiro* e das forças armadas neste período ficou manchada, principalmente pelos registros de torturas e assassinatos de presos políticos, a grande maioria de jovens estudantes, militantes de esquerda, conforme aponta o *Relatório* da CNV. Por outro lado, a anistia irrestrita e a ausência de

visibilidade aos crimes cometidos tiveram um efeito de apagamento da memória negativa e a criação de um senso comum vinculado a um passado distante.

Durante os 21 anos de regime ditatorial somente os fatos positivos foram associados ao governo militar, marcando o imaginário da população até hoje. Destacam-se as áreas de infraestrutura, com a construção de grandes obras, ferrovias e rodovias. Questões negativas foram apagadas, como a corrupção, o declínio da educação pública, com a falta de investimento na área e por último, e talvez mais significativo, na atuação da polícia militar, violenta e autoritária que pode ser vista e presenciada ainda hoje, principalmente em lugares menos favorecidos, como as periferias.

Muitos atribuem ao *Exército* uma imagem de honra e honestidade, outros tantos afirmam que a ditadura militar foi positiva para o país em questões de segurança e crescimento, assim como na realização de obras e pontes. Porém não se tem como provar muitos fatos do governo ditatorial, já que os documentos foram queimados após a restauração da democracia. Fato esse que parece ser desconhecido por muitos internautas e não mencionado pela instituição.

O tema se faz atual e necessário em um período que o Brasil passa novamente por uma intervenção. A intervenção federal no Rio de Janeiro, que ocorre desde 16 de fevereiro de 2018 traz vários questionamentos sobre o verdadeiro papel do *Exército Brasileiro* para a sociedade. A responsabilidade da operação militar no Rio de Janeiro está sob o comando do General Braga Neto, que tem como promessa combater o crime organizado e reestruturar a polícia no Estado.

Porém, o que os números mostram é uma realidade diferente. Além da morte da vereadora Marielle Franco (PSOL), conhecida por criticar a intervenção militar e investigar milícias no RJ, o número de homicídios aumentou em 9% no mês de abril, em comparação ao mesmo mês no ano anterior, e as mortes provocadas pela polícia em confrontos subiram 26%, divulgou o jornal O Globo<sup>16</sup>, em 17 de maio de 2018, três meses do início da intervenção no Estado. O jornal destaca ainda que o número de policiais assassinados em 2018 só no estado do Rio de Janeiro subiu para 52.

A intervenção federal no Rio de Janeiro levanta dúvidas sobre a instauração de um possível regime militar na atualidade e traz questões sobre a *Comissão Nacional da Verdade*, quando o Comandante do *Exército Brasileiro* diz querer evitar

---

<sup>16</sup> Jornal O Globo. Intervenção federal na segurança do RJ faz três meses ainda sem dinheiro. Disponível em: < <https://goo.gl/VYZFPt> >. Acesso em: 29 de maio de 2018.

uma nova comissão da verdade e defende garantias para militares no RJ. O general Villas Bôas afirmou, durante a reunião dos Conselhos da República e de Defesa Nacional, que: “os militares precisam ter garantia para não enfrentar daqui a 30 anos uma nova Comissão da Verdade pelo que vamos enfrentar no Rio durante a intervenção”. Em matéria publicada pelo O Globo<sup>17</sup>, em 20 de fevereiro de 2018.

Recentemente a CIA – *Central Intelligence Agency* - vazou documentos<sup>18</sup> sobre a ditadura militar que até então eram secretos. No memorando de 1979, o então diretor da CIA W. E. Colby relatou que o Presidente Geisel planejava continuar com a política de Médici de usar meios extra legais contra subversivos, mas limitaria as execuções aos subversivos e terroristas mais perigosos. O documento trouxe a público fatos até então desconhecidos pela população, como o fato do representante do estado ter autorizado e determinado execuções de civis e abriu uma discussão sobre os números de mortos e desaparecidos no período militar, que pode ser maior do que o que se tem conhecimento.

A revisão da Lei da Anistia voltou a ser discutida após as últimas revelações sobre a ditadura militar. Segundo o site do Senado Federal<sup>19</sup>, com a divulgação de que o general Ernesto Geisel autorizou execuções de opositores do governo, a proposta de revisão da Lei 6.683 de 1979 voltou a ser discutida. Com a revogação da lei da anistia, os acusados de crimes políticos e violações de direitos humanos na ditadura poderiam ser punidos pelos seus crimes (aqueles que ainda estivessem vivos). O que também gera outra discussão, já que toda pessoa que lutou contra o governo militar foi considerada como criminosa política.

Além dessas reflexões iniciais, algumas articulações teóricas e conceituais me ajudaram a entender melhor este período nebuloso e entender a participação do *Exército* neste processo. Assim, no segundo capítulo desta pesquisa o livro do autor Samuel Guimarães da Costa, de 1957, serviu de aparato histórico para contar como ocorreu a formação da instituição na época do Brasil Imperial. O artigo 142 da Constituição Federal, além dos *sítes* do Ministério da Defesa e do *Exército Brasileiro*,

---

<sup>17</sup> JORNAL O GLOBO. Comandante do Exército fala em evitar ‘nova Comissão da Verdade’. Disponível em: <<https://goo.gl/Bqm854>>. Acesso em: 29 de maio de 2018.

<sup>18</sup> CIA - Memorandum From Director of Central Intelligence Colby to Secretary of State Kissinger. Disponível em: <<https://goo.gl/euMbjT>>. Acesso em: 29 de maio de 2018.

<sup>19</sup> BRASIL. SENADO FEDERAL. Revisão da Lei de Anistia volta a ser discutida após revelações sobre ditadura. Disponível em: <<https://goo.gl/pPBWxJ>>. Acesso em: 29 de maio de 2018.

também ajudaram a responder questões sobre o papel do Exército Brasileiro na atualidade e qual sua função social.

Um dos períodos mais marcantes da história do *Exército Brasileiro*, a ditadura militar, de 1964 a 1985, foi construído com base nos relatos apresentados por Jorge (2008), em seu livro 'Cale a boca, jornalista. O ódio e a fúria dos mandões contra a imprensa brasileira'. O livro 'história do jornalismo no Brasil' de Romancini; Lago (2007), também serviu de base para falar sobre a censura que a imprensa brasileira sofreu no regime ditatorial. Neste capítulo, ainda, o *Relatório da Comissão Nacional da Verdade*, publicado em 10 de dezembro de 2014, que expôs fatos sobre o regime, além da Lei nº 6.683, de 28 de agosto de 1979, referente a Anistia política, trouxeram fatos da violência institucional praticada.

Alguns conceitos foram chave, como o de comunicação organizacional, imagem e reputação, que permitiram analisar a imagem e reputação do *Exército Brasileiro* no *Facebook*. Além deles Chaparro (2011) e Duarte (2011) contribuíram para contextualizar a construção de imagem e reputação, Kunsch (2007) e Mafei; Cecato (2011) foram utilizados compreender a construção da comunicação organizacional e as novas tecnologias, a fim de saber como a mídia influencia no processo organizacional das instituições.

Autores como Brandão (2012), Bucci (2015) e López (2012), são utilizados para discutir a Comunicação Pública no Espaço Institucional, a fim de entender como o Exército se enquadra no âmbito organizacional. Para explicar o papel da assessoria de imprensa e como ela funciona dentro das organizações, Mafei (2004) e Almansa (2010) foram essenciais.

A noção de *Webjornalismo* e *Sites* de Redes Sociais, se fez necessário para compreender como a mídia influencia na comunicação das organizações, bem como do *Exército Brasileiro*. Os autores Prado (2011), Canavilhas (2009), Fidalgo; Serra (2003), Pinho (2003) e Simone; Monteiro (2001) foram utilizados como referência para contextualizar jornalismo digital. Para contextualização de *sites* de redes sociais trago conceitos de Castells (2004), Recuero (2009) e Zanini (2016), com o intuito de saber como tem se dado essa comunicação em rede e, com base nisso, construir minha análise.

Outro ponto que quero destacar foi a unção entre a metodologia de pesquisa em *sites* de redes sociais de autoria de Amaral; Fragozo; Recuero (2013) e da aplicação de um questionário, como métodos aplicado para entender como se dá o

processo de comunicação organizacional do Exército Brasileiro e como ele se comunica nos *sites* de redes sociais. Com este aparato metodológico pude desenvolver a análise dos comentários de internautas no perfil oficial do Exército Brasileiro no *Facebook*.

Finalmente, cabe explicar, que a análise das respostas do questionário ficou muito pontual diante da demora da resposta do EB. Apesar de ter feito o contato há mais de dois meses, os dados foram fornecidos somente no penúltimo dia antes da entrega deste TCC. Em função dessa situação tive que tomar a decisão de incluir ou não o questionário realizado com a CCOMSEx. Em função da relevância das respostas sobre as redes sociais, principalmente o *Facebook*, que contribuem para esclarecer lacunas sobre a interação da instituição com seu público resolvi trazer para o trabalho o questionário aplicado. Apesar de minha opção ter vantagens, pelo seu enriquecimento e desvantagens pela superficialidade da análise em função do exíguo tempo disponível, preferi correr o risco de anexar o material.

As respostas foram bastante significativas. Primeiro, por esclarecer como a Comunicação do Exército Brasileiro se organiza e faz um planejamento de comunicação. Mesmo afirmando não haver um planejamento de comunicação, as respostas seguintes deixam transparecer que há, de fato, uma forma de organização, que se consolida a partir 1981. Segundo por demonstrar uma hierarquização da instituição militar em relação a comunicação. É possível perceber que a comunicação pelas redes sociais, utilizando como referência o *Facebook*, é um processo chave, utilizado como referência para o CCOMSEx, assim como dito anteriormente na análise empírica deste trabalho. Como pude perceber na resposta: “no Facebook, o principal critério para as respostas aos comentários é a utilidade pública, ou seja, as respostas sobre os temas públicos que estejam relacionados com a função do Exército. Por exemplo, tentamos dar respostas aos questionamentos sobre o alistamento militar, concursos das escolas de formação e sobre as operações em curso”.

Esta resposta acaba por referendar a interação seletiva do Exército Brasileiro com seu público. Reforçando sua imagem institucional de distanciamento de alguns temas questionados pelos internautas em suas redes sociais.

É importante destacar também os valores que regem essa comunicação, na qual o exército afirma ser uma comunicação pública, reforçando os princípios que constroem sua reputação: “Legitimidade; Imparcialidade; Impessoalidade; Continuidade; Confiabilidade, Pró-Atividade e Verdade”.

As pessoas estão ligadas a uma reputação do Exército, conceitos como: segurança e confiança na instituição se mantem. Por mais que a imagem da instituição seja abalada devido as constantes discussões sobre a ditadura militar, a reputação que o EB construiu de honradez, honestidade, confiabilidade e legitimidade permanecem no imaginário popular.

Quero finalizar defendendo a ideia de que, apesar do *Exército Brasileiro* fazer parte do estado democrático de direito, tendo um papel social e político, sua estratégia discursiva nas redes sociais ainda é de uma linguagem formal e de apagamento e silenciamento de sua história durante o período de regime militar no Brasil.



## REFERÊNCIAS

- ALMANSA, Ana. **Assessoria de Comunicação**. Tradução Andréia Athaydes. São Paulo: Difusão, 2010.
- ALVES, Marcelo. Abordagens da coleta de dados nas mídias sociais. *In* SILVA, Tarcísio; STABILE, Max (Org.). **Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais: Metodologias, aplicações e inovações**. São Paulo, Uva Limão, 2016.
- AMARAL, Adriana; FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel. **Métodos de Pesquisa para internet**. 2. reimp. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. *In* DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- BRASIL. Constituição Federal. Artigo 142 da. Capítulo II - Das Forças Armadas. Disponível em: <<https://goo.gl/D7QBme>> Acesso em: 05 mar. 2018.
- BRASIL. Decreto de lei nº 12.528 de 18 de novembro de 2011. Cria a Comissão Nacional da Verdade no âmbito da Casa Civil da Presidência da República. Disponível em: <<https://goo.gl/2x2bD8>>. Acesso em: 30 maio 2018.
- BRASIL, Decreto de lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967. Disciplina a Profissão de Relações Públicas e dá outras providências. Disponível em: <<https://goo.gl/Gr3mCr>>. Acesso em: 21 set. 2017.
- BRASIL. Decreto de lei nº 6.683, de 28 de agosto de 1979. Concede anistia e dá outras providências. Disponível em: <<https://goo.gl/u4GHEg>> Acesso em: 18 maio 2018.
- BRASIL. Lei da Anistia Política reverteu punições da época da ditadura. Disponível em: <<https://goo.gl/RsLHKV>> Acesso em: 30 mar. 2018.
- BRASIL. Senado Federal. **Revisão da Lei de Anistia volta a ser discutida após revelações sobre ditadura**. Disponível em: <<https://goo.gl/pPBWxJ>>. Acesso em: 29 maio 2018.
- BUCCI, Eugênio. **O Estado de Narciso**: A comunicação pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- BUENO, Wilson da Costa. A personalização dos contatos com a mídia e a construção da imagem das organizações. **Revista Organicom**, v. 2, 2005.
- CAMPANHA LEVE. 20º grupo de artilharia do Exército Brasileiro. Disponível em: <<https://goo.gl/TcEboN>> Acesso em: 05 mar. 2018.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. *In* FIDALDO, Antonio; SERRA, Paulo (Org.). **Jornalismo Online**. Publicação: Informação e Comunicação Online 1. Projecto Akademia. Portugal: Universidade da Beira Interior, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet**: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de assessoria de imprensa. *In* DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

COMANDANTE do Exército nega volta de militares. **Jornal do Comércio**, Porto Alegre, 10 dez. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/4y43l1>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

COMISSÃO NACIONAL DA VERDADE. **Memórias Reveladas**. Disponível em: <<https://goo.gl/LXTKd5>> Acesso em: 07 mar. 2018.

\_\_\_\_\_. **Volume I**: Relatório. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/8JsXMP>> Acesso em: 07 mar. 2018.

\_\_\_\_\_. **Volume III**: Mortos e Desaparecidos Políticos. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/f5jbbqK>> Acesso em: 07 mar. 2018.

COSTA, Samuel Guimarães da. **Formação democrática do Exército Brasileiro**. 240 v. Biblioteca do Exército, 1957.

DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa no Brasil. *In* DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

EUA. Central Intelligence Agency - CIA. **Memorandum From Director of Central Intelligence Colby to Secretary of State Kissinger**. Disponível em: <<https://goo.gl/euMbjT>>. Acesso em: 29 maio 2018.

EXÉRCITO BRASILEIRO. Informações de Recursos Humanos. Disponível em: <<https://goo.gl/rjZuuu>>. Acesso em: 30 maio 2018.

\_\_\_\_\_. Site oficial. Disponível em: <<http://www.eb.mil.br/>>. Acesso em: 05 abr. 2017.

FIDALGO, Antônio; SERRA, Paulo. Apresentação. *In* FIDALDO, Antonio, SERRA, Paulo (Org.). **Jornalismo Online**. Publicação: Informação e Comunicação Online 1 – Projecto Akademia, 2003, Covilha, Portugal. Universidade da Beira Interior

GAZETA DO POVO. Guerra do Paraguai, 15 dez. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/tp7DAK>>. Acesso em: 20 de julho de 2017.

GIL, António Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JORGE, Fernando. **Cale a boca, jornalista**: O ódio e a fúria dos mandões contra a imprensa brasileira. 5. ed. São Paulo: Novo Século, 2008.

JORNAL FOLHA DE S. PAULO. **Ato em SP atrai 500mil, supera Diretas Já e impulsiona Impeachment**. Disponível em: <<https://goo.gl/2ok25u>>. Acesso em: 25 maio 2018.

JORNAL O GLOBO. **Comandante do Exército fala em evitar 'nova Comissão da Verdade'**. Disponível em: <<https://goo.gl/Bqm854>>. Acesso em: 29 maio 2018.

JORNAL O GLOBO. **Intervenção federal na segurança do RJ faz três meses ainda sem dinheiro**. Disponível em: <<https://goo.gl/VYZFPt>>. Acesso em: 29 maio 2018.

KUNSCH, Margarida M. Kröhling. **Comunicação organizacional na era digital**: contextos, percursos e possibilidades. 26 v. Signo y Pensamiento, 2007.

LÓPEZ, Juan C. Jaramillo. Proposta geral de comunicação pública. In DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MAFEI, Maristela. **Como se relacionar com a imprensa**: como se relacionar com a mídia. São Paulo: Contexto, 2004.

MAFEI, Maristela; CECATO, Valdete. **Comunicação Corporativa**: Gestão, imagem e posicionamento. São Paulo: Contexto, 2011.

MICHEL, Margareth; MICHEL, Jerusa; PORCIÚNCULA, Cristina Geraldês. A Comunicação Organizacional, as redes sociais e seus desafios: afetos e emoções nesse contexto. **Revista Internacional de Relaciones Publicas**. v. 3, n. 6, p. 117-136, 2013.

MINISTÉRIO DA DEFESA, BRASIL. **Seção das Forças Armadas**. Disponível em: <<http://www.defesa.gov.br/forcas-armadas>> Acesso em: 05 mar. 2018.

MIRANDA, Hellen. **Braço Forte e Mão Amiga na Amazônia**. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/SMY7mJ>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet**: planejamento e produção da informação online. São Paulo: Summus, 2003.

PORTAL G1. **Protestos de domingo (13) foram o maior ato político da história do Brasil**. Disponível em: <<https://goo.gl/NbtsGE>>. Acesso em: 25 maio 2018.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC. GEN, 2011.

RECUERO, Raquel. Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. Porto Alegre: **Revista Famecos**. 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão**. v. 2. 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/43V1aH>> Acesso em: 15 abr. 2017.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. **História do Jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

SILVA NETO, Belmiro Ribeiro da. **Comunicação Corporativa e reputação: Construção e defesa da imagem favorável**. São Paulo: Saraiva, 2010.

SIMONE, Fernando; MONTEIRO, Mariana. **Jornalismo Online: O Futuro da Informação**. Rio de Janeiro: Graflin, 2001.

ZANINI, Débora. Etnografia em Mídias Sociais. *In* SILVA, Tarcísio; STABILE, Max (Org.). **Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais: Metodologias, aplicações e inovações**. São Paulo: Uva Limão, 2016.

## APÊNDICE A - Questionário com o Exército Brasileiro



**MINISTÉRIO DA DEFESA  
EXÉRCITO BRASILEIRO  
GABINETE DO COMANDANTE  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO**

Prezada Senhora Jéssica Beltrame Nunes,

Ao cumprimentá-la, cordialmente, o Serviço de Informações ao Cidadão do Exército Brasileiro (SIC-EB) acusa o recebimento do pedido formulado por V. Sa por e-mail, sobre como Exército Brasileiro constrói sua imagem institucional junto a seu público.

1. A respeito do assunto o SIC-EB informa a V. Sa. que:

a. "Em questão de comunicação organizacional, há um planejamento com relação à imagem e reputação do Exército Brasileiro nos veículos de comunicação? E, especificamente, nos sites de Redes Sociais existe planejamento de ações? Favor explicar como é construído esse planejamento e suas ações? "

**Resposta:** " Em questão de comunicação organizacional, há um planejamento com relação à imagem e reputação do Exército Brasileiro nos veículos de comunicação? Não. Entretanto, o Centro de Comunicação do Exército (CCOMSEx) por meio de sua Divisão de Relações com a Mídia (Div RM) realiza o acompanhamento de notícias, a análise de mídia, o atendimento à imprensa e a assessoria de imprensa em eventos. A Div RM presta apoio aos militares na execução de ações do Exército Brasileiro (EB) relacionados com a mídia, embasando a missão do CCOMSEx de proteger e manter a imagem da Força. No acompanhamento de notícia, seus integrantes fazem a coleta de informações básicas de todas as atividades imediatas e futuras do Exército, que interessam a mídia, **a fim de permitir a divulgação tempestiva de eventos, fatos e valores da Força.**

- " E, especificamente, nos sites de Redes Sociais existe planejamento de ações? Favor explicar como é construído esse planejamento e suas ações? Sim, as ações nas mídias sociais podem ser planejadas e de oportunidade. As planejadas são as ações que fazem parte do

Plano de Comunicação Social do Exército Brasileiro. As de oportunidade, são ações que precisam ser rapidamente divulgadas, como um filme de uma operação de resgate.

b. "Há quanto tempo existe um setor específico para cuidar da Assessoria de comunicação do Exército e há quanto tempo o responsável está exercendo a atividade de Assessor de Comunicação?"

**Resposta:** O Órgão do Exército Brasileiro responsável pela Comunicação Social é o Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEx) criado em 1981. O atual Chefe do CCOMSEx está na função há 4 (anos).

c. "Quais os veículos de comunicação próprios que o Exército Brasileiro possui e faz uso para se comunicar com a população (Jornal, boletim impresso, revistas, mídias on-line, etc)? Favor citar cada um deles."

**Resposta:** - Site na Internet ([www.eb.mil.br](http://www.eb.mil.br)); Revista Verde-Oliva (impressa e on-line); Revista em quadrinhos Recrutinha (impressa e on-line); Perfis nas mídias sociais Facebook, Twitter, Instagram e YouTube; Aplicativo do Exército Brasileiro (Android e IOS); E-mail e Telefone.

d. "Qual dos veículos próprios tem maior abrangência em relação ao público e qual a frequência de publicação de informações?"

**Resposta:** O Site do Exército Brasileiro é a mídia própria que possui maior alcance. Em média, são 40 publicações diárias.

e. "Focando nas mídias online, quais os principais canais de comunicação do Exército Brasileiro nas mídias sociais?"

**Resposta:** Facebook, Twitter, Instagram e YouTube

f. "Como o Exército Brasileiro se comunica com o público através do facebook? Qual a média semanal de postagens? Existe mediação das postagens do internauta, há interação (resposta para questionamentos?)?"

**Resposta:** O princípio que rege a comunicação do Exército por meio do Facebook é dar publicidade as ações da Força em todo o País. O Exército está presente em todo o território nacional e envolvido em uma extensa gama de atividades que englobam, dentre outras, o treinamento dos militares, as operações militares, os colégios militares, as escolas de formação, os concursos, o alistamento militar. Em média, são realizadas 26 postagens semanais. O diálogo é prioritário para as mensagens InBox. No entanto, nos comentários dos posts também são realizadas algumas interações. São moderados apenas mensagens que contenham xingamentos ou propagandas.

g. "Quais os critérios e determinação para respostas oficiais do Exército Brasileiro a comentários de seguidores em sua página no facebook?"

**Resposta:** No Facebook, o principal critério para as respostas aos comentários é a utilidade pública, ou seja, as respostas sobre os temas públicos que estejam relacionados com a função do Exército. Por exemplo, tentamos dar respostas aos questionamentos sobre o alistamento militar, concursos das escolas de formação e sobre as operações em curso.

h. "Qual a importância da comunicação para o Exército? E, quais as vantagens de se ter um setor específico para esta atividade?"

**Resposta:** A Comunicação Social (Com Soc) não é uma atividade isolada, desencadeada somente em situações de crise. Ao contrário, é um conjunto permanente de práticas de comunicação organizacional, visando ao fortalecimento dos laços de interação entre a organização e seus públicos de interesse, bem como à consolidação e à preservação de uma imagem pública favorável.

No Exército Brasileiro (EB), atua como mecanismo de coesão e de preservação do espírito de corpo, ao mesmo tempo em que exerce papel relevante, difundindo a imagem institucional e facilitando o cumprimento de suas missões constitucionais.

Em 1951, surgiu de forma efetiva, com a criação da Divisão de Relações Públicas do Gabinete do Ministro da Guerra, que se modificou com o passar dos anos e adotou diversas denominações. Em 1975, tornou-se a Assessoria de Relações Públicas do Gabinete do Ministro do Exército. Entretanto, o marco na evolução da Com Soc no EB ocorreu em 1981, com a

criação do Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEx), **fruto da necessidade da Força de possuir uma estrutura mais adequada à realidade do País e do desenvolvimento dos meios de comunicação.**

O CCOMSEx constitui-se no principal órgão de assessoramento do Comandante do Exército e de orientação aos órgãos relacionados à difusão da imagem pública, bem como à comunicação e à interação com os diversos públicos de interesse da Força. Entre outros encargos, é de sua competência planejar, desenvolver e coordenar as atividades do Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEx).

Atualmente, para cumprir sua missão, o CCOMSEx está estruturado nas seguintes Divisões/Seções: Divisão de Planejamento e Gestão (Div Plj Gst), Divisão de Relações com a Mídia (Div RM), Divisão de Relações Públicas (Div RP), Divisão de Produção e Divulgação (Div Prod Dvg), Agência Verde-Oliva (Agência VO), Divisão Administrativa (Div Adm), Serviço de Informações ao Cidadão do Exército Brasileiro (SIC-EB) e Serviço de Tecnologia da Informação (Sec TI).

i. "Quais os princípios que regem a comunicação do Exército?"

**Resposta:** Unidade de Mensagem; Legitimidade; Imparcialidade; Impessoalidade; Continuidade; Confiabilidade, Pró-Atividade e Verdade.

4. Por fim, maiores informações podem ser obtidas na Revista Verde-Oliva nº 238, outubro de 2017, disponível no seguinte link:

<https://pt.calameo.com/read/001238206c43777956432> ou

<http://www.eb.mil.br/web/noticias-e-multimidia/revista-verde-oliva>

Brasília-DF, 06 de junho de 2018.

Cordialmente,

Serviço de Informações ao Cidadão do Exército Brasileiro