



ESCOLA DE COMANDO E ESTADO-MAIOR DA AERONÁUTICA
COORDENADORIA ACADÊMICA
CURSO AVANÇADO DE COMANDO E ESTADO-MAIOR

ANDRÉ LUIZ CORNÉLIO MAIA, Ten Cel Av

**A COMUNICAÇÃO SOCIAL COMO PREVENÇÃO DE CRISE NAS OPERAÇÕES
DA FORÇA AÉREA BRASILEIRA**

Rio de Janeiro
2021

ESCOLA DE COMANDO E ESTADO-MAIOR DA AERONÁUTICA
COORDENADORIA ACADÊMICA
CURSO AVANÇADO DE COMANDO E ESTADO-MAIOR

ANDRÉ LUIZ CORNÉLIO MAIA, Ten Cel Av

**A COMUNICAÇÃO SOCIAL COMO PREVENÇÃO DE CRISE NAS OPERAÇÕES
DA FORÇA AÉREA BRASILEIRA**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao Curso Avançado de
Comando e Estado-Maior da Escola de
Rio de Janeiro e Estado-Maior da Aeronáutica.
2021
Tema de Pesquisa: Operações Militares.
Orientador: Rafael Batista Xavier, Ten Cel
Av.

RESUMO

No ano de 2020, a Força Aérea Brasileira (FAB) participou da Operação Regresso e do Exercício Operacional Tápio, e ambos os eventos tiveram cobertura jornalística. Ocorre que no primeiro caso houve uma abordagem positiva por parte dos órgãos da mídia, enquanto que no segundo não se repetiu a conduta da imprensa. Assim, este artigo buscou identificar os fatores que contribuíram para essa divergência e, por objetivo, verificar em que medida as ações de comunicação social da FAB respaldaram as atividades durante os dois eventos de modo a evitar crises institucionais e suas consequências. A metodologia baseou-se em coleta de dados a partir de questionário direcionado ao Centro de Comunicação Social da Aeronáutica e da análise das interações na *internet* durante cada Operação/Exercício. Esse produto foi avaliado segundo a Teoria da Comunicação Pública, de Jorge Duarte, e a Teoria da Opinião Pública, de Ricardo Tessarolli. Os resultados concluíram que a efetiva atuação dos elos de comunicação social da FAB legitimou as atividades desenvolvidas nos dois eventos, além de apontar para uma possível politização da sociedade e da imprensa como fator principal para a divergência de abordagem em relação ao segundo evento. Ao abrir uma janela para futuros estudos, esse fenômeno acende um alerta em vista do elevado potencial de manipulação das opiniões da sociedade e, conseqüentemente, de interferência no processo decisório durante um conflito.

Palavras-chave: Comunicação, Social, Crise, Imprensa, Opinião, Pública.

ABSTRACT

In 2020, the Brazilian Air Force (FAB) participated in Operation Regress and in the Tápico Operational Exercise, and both events were covered by the press. In the first case there was a positive approach by the media, while in the second the conduct of the press was negative. Thus, this article sought to identify the factors that contributed to this divergence, and to verify to what extent the FAB's social communication actions supported the activities during the two events in order to avoid institutional crises and their consequences. The methodology was based on data collection from a questionnaire directed to the Center for Social Communication of the Aeronautics and on the analysis of interactions on the internet during each Operation/Exercise. This product was evaluated according to the Theory of Public Communication, by Jorge Duarte, and the Theory of Public Opinion, by Ricardo Tessarolli. The results demonstrate that the effective performance of FAB's social communication links legitimized the activities developed at the events, pointing to a possible politicization of society and the press as the main factor for the divergence of approach of the press in relation to the second event. By opening a window for future studies, this phenomenon raises an alert because it has a high potential for manipulating society's opinions and, consequently, interfering in the decision-making process during a conflict.

Keywords: *Crises, Press; Public Opinion; Social Communication.*

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	7
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	10
3	METODOLOGIA.....	14
4	APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	16
5	CONCLUSÃO.....	29
	REFERÊNCIAS.....	32
	ANEXO A – QUESTIONÁRIO.....	35
	ANEXO B – RELATÓRIO <i>TALKWALKER</i> OPERAÇÃO REGRESSO.....	38
	ANEXO C – RELATÓRIO <i>TALKWALKER</i> EXERCÍCIO OPERACIONAL TÁPIO....	42

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Número de menções e engajamentos / Operação Regresso.....	24
Figura 2 - <i>Ranking</i> de engajamento / Operação Regresso.....	25
Figura 3 - Análise de sentimento / Operação Regresso.....	25
Figura 4 - Número de menções e engajamentos / Exercício Operacional Tápio.....	28
Figura 5 - Análise de sentimento / Exercício Operacional Tápio.....	29

1 INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, onde os avanços tecnológicos transformaram o relacionamento entre o público e a fonte da informação, as características e as capacidades de interação entre determinado grupo de interesse e uma organização impactam diretamente na comunicação corporativa. Cada vez mais estratégica, uma assessoria de imprensa ativa é a chave do sucesso na prevenção de crises.

Nos dias atuais, é cada vez maior a demanda por informações relacionadas às atividades dos diversos órgãos governamentais. Até a década passada, jornais e revistas impressos, programas jornalísticos de televisão e emissoras de rádio detinham o monopólio da informação. Era praticamente impossível um dado chegar ao conhecimento do público sem passar por um desses canais. Isso tornou esses veículos de comunicação¹ os maiores formadores de opinião, condição que lhes deram cada vez mais relevância e responsabilidade social.

A chegada dos novos atores no campo das comunicações (principalmente as redes sociais) causou uma verdadeira revolução nessa área. A Força Aérea Brasileira (FAB), por exemplo, atingiu, no início de 2021, a marca de 1 milhão de seguidores em uma determinada rede social (*Instagram*). No total, são mais de 3,3 milhões de seguidores diretos nas diversas plataformas de interação com o público. Esses números mostram o alcance e a importância desses canais.

E na esteira dessas transformações, o trabalho de assessoria de imprensa também precisou se renovar. Segundo Espíndola (2017), até o final da década de 90, no auge da imprensa tradicional², as crises de pequeno e médio porte tinham duração média de uma semana e o impacto nas organizações já era considerável. Nos dias atuais, o ambiente torna-se ainda mais complexo, uma vez que as informações ficam disponíveis na *internet*³ por tempo indeterminado e as reações decorrentes são alimentadas por várias fontes, causando impactos imensuráveis.

Verifica-se que, da mesma forma que historicamente o Poder Aéreo comprimiu as linhas que dividem os níveis estratégicos e táticos, principalmente com

1 Neste artigo representado pelos jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão, além de conteúdos digitais correlatos na *internet* – todos esses suportes de difusão de informação são também denominados “mídia” ou imprensa (Resolução 1/2019 – Conselho Nacional das Normas-Padrão).

2 Imprensa tradicional são os meios de comunicação falados e escritos, como por exemplo, emissoras de rádio e televisão e jornais e revistas impressos

3 O termo tem origem na junção de duas palavras da língua inglesa “*international*” e “*network*”, correspondendo a uma rede mundial de computadores que, interligados entre si, compartilham informações entre os usuários que nela estejam conectados.

o surgimento de novas tecnologias relacionadas à instantaneidade, as diversas plataformas de interação digital reduziram a distância entre uma instituição e seu público alvo, tirando quase que totalmente da imprensa tradicional a exclusividade da fonte de informação.

Esse fenômeno pode ser constatado ao se observar o avanço dos veículos digitais de comunicação em relação aos métodos tradicionais. Antigamente, as notícias eram preparadas e até aguardavam o tempo certo para serem divulgadas, dependendo do interesse do editor-chefe. Hoje, o público não espera as atualizações das redações dos grandes conglomerados de notícias e busca se informar também nas diversas redes sociais.

Apesar da ascensão da mídia digital e da reorganização no cenário da obtenção e divulgação da informação, não se pode desprezar a importância e o peso da imprensa tradicional. Essas duas modalidades têm impacto direto na formação da opinião pública.

E é justamente a conquista e a manutenção desse importante quesito – o apoio popular – o ponto focal do presente trabalho, uma vez que a sociedade civil tem papel fundamental nos conflitos, seja fornecendo militares para o combate, seja influenciando as decisões de um governo. Sun Tzu (544 - 496 a.C.) e o general prussiano Carl von Clausewitz (1780-1831) já revelavam a importância do apoio popular nas guerras.

Um exemplo no qual se comprovou a teoria de Clausewitz foi a guerra do Vietnã. De acordo com Stearman (2010 apud QUINTAIS, 2019), uma das principais lições proporcionadas por aquele conflito foi que o apoio público é importante para qualquer empreendimento militar. O autor ressalta, ainda, que o governo norte-americano não se empenhou no sentido de explicar os motivos e o desenrolar da guerra, ficando a sociedade à margem em relação a isso. A perda do respaldo da sociedade americana foi determinante para a retirada dos Estados Unidos do conflito.

Voltando para o escopo nacional, o presente trabalho teve por base a análise de dois eventos realizados pela FAB em 2020 e que tiveram destaque na imprensa nacional. Em fevereiro daquele ano, realizou-se a Operação Regresso com o objetivo de repatriar os brasileiros que estavam na cidade chinesa de Wuhan, epicentro da pandemia da COVID-19. Já em agosto do mesmo ano, ocorreu o

Exercício Operacional Tápio, na cidade de Campo Grande-MS, cujo propósito era promover a continuidade operacional dos militares da Força.

No primeiro evento não houve maiores questionamentos por parte da imprensa (apesar da sua ampla cobertura), enquanto que no segundo, inúmeros pedidos de esclarecimentos foram feitos, além de reportagens voltadas para uma possível falta de responsabilidade social por parte da FAB devido à pandemia.

Tendo em vista o peso de uma eventual interferência na condução dos assuntos militares devido ao desencadeamento de uma crise de apoio popular, o objetivo geral deste artigo foi analisar de que forma as atividades de Comunicação Social do Comando da Aeronáutica (COMAER) respaldaram as ações da FAB durante a Operação Regresso e o Exercício Operacional Tápio no sentido evitar crises institucionais.

A inquietação surgiu a partir do momento em que ficou evidente a disparidade da abordagem da imprensa nos dois eventos citados. Quais fatores contribuíram para essa divergência de direcionamento por parte dos veículos de comunicação?

Duas hipóteses nortearam o presente artigo. A primeira é que houve uma estreita ligação dos elos de Comunicação Social da FAB com os órgãos de imprensa durante a Operação Regresso. E a segunda é que não houve o similar engajamento dos mesmos elos durante o Exercício Operacional Tápio, o que ocasionou a divergência de abordagem por parte dos veículos de comunicação.

A importância do presente artigo encontra justificativa na relevância do trabalho do Centro de Comunicação Social da Aeronáutica (CECOMSAER) e de seus elos na prevenção de crises institucionais, principalmente aquelas cujo núcleo é a opinião pública.

Segundo a Doutrina Básica da FAB (BRASIL, 2020), Ações de Força Aérea estão relacionadas aos efeitos que podem ser produzidos com os meios disponíveis e descrevem atos específicos a serem executados no nível tático para a consecução de objetivos estratégicos, operacionais ou, prioritariamente, táticos.

Entre as inúmeras Ações previstas nessa legislação, a Comunicação Social (Com Soc) é a que consiste em empregar meios para manter a opinião pública favorável às ações militares amigas, e envolve as funções de Relações Públicas (RP) e de Informação Pública (Info Pub).

Enquanto a primeira (RP) está ligada ao emprego de Meios de Força Aérea para obter, mediante um processo estratégico de relacionamento e de comunicação,

a integração entre a FAB e seus públicos de interesse, com o objetivo de projetar e preservar a imagem institucional da FAB, a segunda (Info Pub) tem por objetivo garantir ao público, por intermédio da mídia, um fluxo de informações acuradas e oportunas sobre as operações militares, sem comprometimento da segurança, com a finalidade de manter a opinião pública favorável às ações em curso.

Projetando para um cenário de guerra real, uma crise institucional pode influenciar a vontade da população e, por conseguinte, alterar os rumos no teatro de operação, uma vez que, sem o apoio popular, a possibilidade de êxito fica comprometida.

Nesse sentido, a atuação do CECOMSAER e de seus elos torna-se indispensável para respaldar as operações e exercícios da FAB ao conquistar e manter a opinião pública favorável.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Com o advento das novas tecnologias, as notícias chegam “à palma da mão” em tempo real, e na mesma velocidade são repassadas para outras pessoas numa proporção sem tamanho. Qualquer descuido por parte dos elos de comunicação social de uma instituição pode suscitar uma polêmica e, conseqüentemente, levar à instauração de uma crise.

Maiores formadores de opinião na atualidade, os veículos de comunicação são importantes ferramentas de convencimento e de manipulação que detêm o poder de influenciar diretamente o cotidiano das pessoas e de moldar os padrões de comportamento da sociedade. Fica evidente, assim, a intrínseca ligação entre os difusores da informação e o posicionamento do público perante um assunto.

No mundo cada vez mais interconectado, as pessoas têm acesso a vários tipos de informações verossímeis e inverídicas que se confundem com fatos relevantes, e o verdadeiro delineamento do senso de justiça pode ser feito pelas organizações. A boa imagem de uma instituição se tornou mais relevante neste cenário complexo e ambíguo dos tempos atuais.

Segundo Bueno (2005), a imagem e a reputação são, hoje, atributos constituintes do valor de uma organização. Muito embora os termos possam figurar de maneiras parecidas, eles possuem significados diferentes. Enquanto a imagem está relacionada a algo momentâneo, pontual e individual, a reputação se refere ao

modo como a sociedade percebe as imagens que a instituição transmite ao longo do tempo, como em um somatório de imagens. Todavia, independente das conceituações, imagem e reputação estão relacionadas à percepção do público.

Nesse contexto, a atuação da Força Aérea Brasileira na Ação de Comunicação Social reveste-se de especial importância. Por isso, uma boa comunicação deve enaltecer e proteger esse valioso patrimônio. Em seu discurso de posse, o atual Comandante da Aeronáutica ressaltou a importância dos diversos meios de comunicação no objetivo maior de manter nossa sociedade bem informada e a busca de melhorias nas políticas existentes para aperfeiçoar a participação de cada cidadão (BRASIL, 2021).

Muito antes disso, porém, o estrategista Carl von Clausewitz já identificava a importância da relação sociedade *versus* guerra. O general prussiano afirmava que o povo tem participação direta e indireta nos conflitos. Direta como fonte de militares para constituir tropas e, indireta, influenciando o ânimo de um chefe, de um governo. O autor sustentava que sua trindade era baseada em três fatores que agem no interior de qualquer guerra: a) violência, inimizade e ódio; b) jogo do acaso e da probabilidade, e c) a subordinação política. A primeira vertente ligada aos aspectos naturais inerentes ao povo (aspectos emocionais), a segunda dependente das características do comandante e seu exército e, por fim, a terceira face ligada à decisão exclusiva do governo de um Estado em guerra.

A decisão do governo americano de estabelecer como fator estratégico a conquista a opinião pública durante a primeira guerra do Golfo Pérsico é um exemplo da interdependência das vertentes da tríade defendida por Clausewitz e foi fruto das lições aprendidas no conflito do sudeste asiático dos anos 60 e 70. A perda do apoio popular foi um dos fatores que influenciaram as decisões políticas e, conseqüentemente, a retirada dos Estados Unidos do Vietnã.

Sobre esse assunto, o Exército Brasileiro (BRASIL, 2017), em seu Manual de Campanha, enfatiza que a opinião pública favorável é um objetivo a ser buscado desde o nível político até o tático.

A questão de ganhar a confiança da população é ponto sobre o qual não há discordância dentro das Forças Armadas brasileiras. Porém, para que esse apoio seja obtido, faz-se necessário que as informações corretas saiam da esfera militar e cheguem sem distorções às residências. E é nesse contexto que entram os veículos de comunicação.

Como o próprio nome já revela, esses meios irão conduzir a informação de um ponto A (quartel, teatro de operações ou qualquer outro ambiente onde haja uma ação militar) para um ponto B (resumidamente, o público em geral). E com a introdução das novas tecnologias e plataformas de divulgação de notícias, aceleradas principalmente pelo surgimento e desenvolvimento da *internet*, a mídia passou a ter cada vez mais destaque devido a sua capacidade de alcance.

Porém, como destacado no Manual de Redação e de Assessoria de Imprensa do Centro de Comunicação Social da Aeronáutica, a construção de uma mensagem dirigida a um público é de responsabilidade do emissor, não do receptor (BRASIL, 2010). Dessa forma, tendo cada ator a sua incumbência – a FAB com a elaboração da mensagem e a mídia com a condução da informação – é mister um excelente relacionamento entre esses dois atores.

Inserido nesse contexto, o Sistema de Comunicação Social da Aeronáutica (SISCOMSAER), sob a coordenação técnica do CECOMSAER, tem por objetivo estabelecer as “pontes” necessárias para que a Força Aérea mantenha um diálogo rotineiro, organizado, verdadeiro e no mais alto nível técnico e ético (BRASIL, 2010).

A construção dessas pontes deve ser baseada numa relação mútua de respeito e ética. E sendo a FAB a maior interessada na divulgação das ações visando à conquista e à manutenção da opinião pública, cabe a ela a primazia de assumir uma postura proativa na relação com a imprensa, uma vez que os melhores resultados são obtidos quando se tem a iniciativa das ações, a clareza sobre as informações que se deseja transmitir e o preparo profissional para cada interação com os órgãos de imprensa (DUARTE, 2012a).

Em sua Teoria da Comunicação Pública (CP), Duarte (2012b) propõe o estabelecimento de quatro eixos centrais da CP que indicam pré-requisitos para a ação dos profissionais e instituições que lidam com a comunicação de interesse público. São eles: transparência, acesso, interação e ouvidoria social.

Segundo o teórico, a transparência ocorre a partir do momento em que há uma atuação responsável no trato com as questões públicas, incluindo a oferta de informações e estímulo ao acesso. Implica, também, na assunção de valores éticos por todos os agentes envolvidos. Já o acesso, relaciona-se com a facilidade de a sociedade obter a informação, ser estimulada e orientada a buscá-las, e a dar a sua opinião naquilo que é público. Abrange, inclusive, o atendimento coerente às

necessidades de cada segmento – desde uma linguagem adaptada a determinado público até o uso de diversos meios que permitam a interação adequada.

O terceiro eixo (interação) reforça a exigência da criação, da manutenção e do fortalecimento de instrumentos de comunicação que viabilizem fluxos bi ou multilaterais, onde sejam respeitados os protocolos para um diálogo equilibrado, simétrico e democrático. É o estabelecimento da interação a partir dos diversos canais disponibilizados pela instituição.

Por fim, o quarto eixo (ouvidoria social) salienta que compreender a opinião pública e os diversos seguimentos que a compõe é o pressuposto básico para o atendimento das expectativas da sociedade. Ao trilhar seu caminho de comunicação balizado por esses quatro eixos, a instituição dará importante passo rumo à construção das sólidas pontes entre os veículos de comunicação e a sociedade.

Verifica-se que os princípios da Comunicação Pública se revestem de um viés proativo, no qual a corporação toma a frente para criar e fortalecer o processo de comunicação por meio da imprensa. Ou seja, a construção das “pontes” é uma obra de iniciativa da própria instituição.

Por outro lado, no que tange a uma postura reativa, provocada pelo desencadeamento de uma crise institucional, Tesseroli (2021) revela a importância do estudo da reação da sociedade perante um acontecimento, pois o resultado dessa análise servirá de guia para as ações da instituição durante um eventual processo de gestão de crise.

Tesseroli (2021) destaca como principais pontos de análise as dimensões de direção, intensidade, coerência/consistência e latência da opinião pública. O conceito de direção está baseado no posicionamento (a favor ou contra) de determinado assunto que surgiu na sociedade. Já a intensidade é a medida do grau de adesão do público a uma determinada pauta, e está diretamente ligada à força da opinião pública.

A coerência, por sua vez, é mais facilmente percebida quando se está em jogo algum assunto polêmico ou de grande complexidade. E a última dimensão, a latência, diz respeito ao adormecimento de determinada opinião que possui potencial para se tornar intenso, porém ainda não foi ativada. Um exemplo é a reação do público a uma matéria envolvendo transporte de autoridades políticas em aeronaves da FAB. Já existe o entendimento comum contrário à prática,

normalmente em estado de dormência, e que, a cada nova reportagem, traz à tona a opinião pública sobre o assunto.

Dessa forma, pode-se “constatar os fatores internos envolvidos na opinião pública, seus rumos e os sinais claros de que ela emerge sobre os caminhos que uma sociedade está tomando” (TESSEROLI, 2021, p. 56). Por isso é muito importante estar atento a esse fenômeno social.

Nesse sentido, Pimentel (2012) destaca que um dos passos mais importantes na prevenção de crises de opinião pública é ter uma postura transparente frente às demandas da mídia. Assim, a relação com os órgãos de imprensa tem grande importância nesse cenário, afinal, a comunicação é um dos mecanismos para a consecução de um objetivo, seja qual for a sua natureza. E quando realizada de forma estratégica e alinhada com os valores institucionais, informa, orienta, esclarece e – o mais importante – influencia o público desejado.

As crises comprometem a imagem da organização e são, via de regra, um problema de comunicação. Nesse momento, segundo Mafei (2012), é preciso se empenhar para prestar as informações de interesse público. A autora corrobora com o que defende Duarte (2012) acerca dos quatro eixos centrais da Comunicação Pública (transparência, acesso, interação e ouvidoria social) e com o posicionamento de Pimentel (2012) sobre uma comunicação estratégica.

A autora assegura, ainda, que “se a instituição não tomar frente da situação e se tornar a principal fonte de informação, alguém tentará cumprir esse papel. E esse alguém alimentará a imprensa com a própria versão dos fatos” (Mafei, 2012, p. 111). Se o princípio da iniciativa na guerra da informação não for respeitado, corre-se o risco de uma matéria ser produzida baseada somente nas convicções de quem a escreve.

Verifica-se, portanto, que o ponto em comum dos diversos autores aqui citados é a defesa da importância de uma comunicação ativa – e efetiva – como fator primordial na obtenção da confiança e do apoio popular e, conseqüentemente, no combate às crises institucionais.

3 METODOLOGIA

Foi com base nos estudiosos acima citados e em suas teorias que se buscou confirmar ou refutar as hipóteses norteadoras deste artigo e responder ao seu objetivo geral.

Para atingir esse propósito, adotou-se uma metodologia pautada, inicialmente, em pesquisa exploratória com o propósito de levantar dados sobre as abordagens dos veículos de comunicação em cada um dos eventos em questão (Operação Regresso e Exercício Operacional Tápio), considerando o contexto em que estavam inseridos e as variáveis que os influenciaram.

Em um segundo momento, a pesquisa tornou-se explicativa, uma vez que se buscou estabelecer relações de causa e efeito do fenômeno objeto de estudo. Teve como preocupação central “identificar os fatos que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos” (GIL, 2002, p.42).

Quanto à abordagem, a pesquisa foi classificada com qualitativa, já que se buscou descrever, compreender e explicar a diferença de abordagem da mídia em relação aos casos estudados. A pesquisa qualitativa preocupa-se com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais ou de um fenômeno dentro do seu contexto. “O interesse do pesquisador ao estudar um determinado problema é verificar como ele se manifesta nas atividades, nos procedimentos e nas interações cotidianas” (OLIVEIRA, 2011, p. 25).

Quanto aos procedimentos, ainda de acordo com Oliveira (2011), foi classificada como estudo de caso, uma vez que visou ao conhecimento de como e o porquê de um determinado fenômeno (as diferenças de abordagens, neste estudo) e os motivos que levaram à sua ocorrência, sem que o autor intervenha sobre o objeto a ser estudado.

Assim, o trabalho foi organizado nas seguintes etapas (objetivos específicos): 1) identificação do problema de pesquisa; 2) levantamento de dados; 3) análise do contexto (variáveis) e, 4) soluções/conclusões sobre o problema.

Mais especificamente sobre o levantamento de dados e as análises das informações obtidas (etapas 2 e 3), foram observados os seguintes passos:

- a) Consulta ao Centro de Comunicação Social da Aeronáutica (CECOMSAER) para acesso ao relatório final de missão da Operação Regresso e do Exercício Operacional Tápio, caso existam;
- b) Pesquisa nos sítios de *internet* das principais mídias brasileiras sobre as reportagens da época dos eventos (Operação Regresso e Exercício Operacional Tápio) e análise das abordagens desses veículos de comunicação em função do direcionamento da opinião pública;
- c) Identificação e análise das ações de Comunicação Social da FAB na Operação Regresso, sob a ótica das teorias da Comunicação Pública e da Opinião Pública;
- d) Identificação e análise das ações de Comunicação Social da FAB no Exercício Operacional Tápio, sob a ótica das teorias da Comunicação Pública e da Opinião Pública, e
- e) Verificação da relação entre a abordagem positiva/negativa por parte dos meios de comunicação e a presença/ausência das ações de Comunicação Social nos dois eventos.

Como o propósito de um estudo de caso é produzir conhecimento a respeito de um fenômeno, o objetivo das fases de coleta e de análise de dados foi descrever as ações dos veículos de comunicação e dos elos de comunicação social da FAB, compreender os contextos nos quais esses atores estavam inseridos e conhecer os motivos que levaram a imprensa a abordar de modos tão distintos os dois eventos.

Esse produto final foi analisado com base nas teorias da Comunicação Pública e da Opinião Pública, entre outros estudiosos, conforme estipulado no campo Referencial Teórico, com o objetivo macro de verificar de que forma as atividades de Comunicação Social do Comando da Aeronáutica respaldaram as ações da FAB durante a Operação Regresso e o Exercício Operacional Tápio no sentido de evitar crises institucionais.

4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Trilhando o caminho proposto na metodologia, a primeira etapa (identificação do problema de pesquisa) foi alcançada com a dúvida que deu origem a todo o trabalho: a disparidade da abordagem pelos veículos de comunicação em relação aos dois eventos realizados pela FAB em 2020.

A segunda etapa, em seu passo “a”, sofreu uma modificação em relação ao projeto de pesquisa porque o CECOMSAER não dispunha de relatório final de missão da Operação Regresso e do Exercício Operacional Tápio. Portanto, para não prejudicar a coleta de dados, foi elaborado, sob orientação daquele próprio Centro, um questionário (Anexo A) abordando os mesmos tópicos que estariam presentes em um típico relatório final de missão para obter as informações relativas à Operação Regresso e ao Exercício Operacional Tápio. As perguntas foram respondidas pela Assessoria de Imprensa do CECOMSAER, divisão especializada nas interações com os órgãos de imprensa.

Esse questionário (Anexo A) foi composto de 10 (dez) perguntas objetivas, de alternativas “sim” e “não” referentes à Operação Regresso, e de 9 (nove) do mesmo padrão relativas ao Exercício Operacional Tápio. Havia, ainda, um campo de resposta livre para a inserção de observações, caso fosse do interesse do CECOMSAER. Todos os questionamentos foram baseados com o corte temporal da época dos distintos eventos.

Ainda sobre a etapa de levantamento de dados, mais precisamente em relação ao passo “b”, que previa pesquisas nos sítios de *internet* das principais mídias brasileiras sobre as reportagens da época dos eventos e análise das abordagens desses veículos de comunicação em função do direcionamento da opinião pública, todo esse trabalho foi facilitado pelo CECOMSAER que disponibilizou dois relatórios de acompanhamento de mídias gerados a partir de uma plataforma chamada *talkwalker* (Anexos B e C), programa do qual aquele Centro possui licença para utilização. De acordo com seus desenvolvedores⁴, esse aplicativo é capaz de monitorar, em tempo real, o conteúdo *online*, social, impresso e de TV/rádio, com cobertura global de mídia, utilizando inteligência de dados sociais.

Essa ferramenta realiza um levantamento de todas as interações ocorridas na *internet* em relação a uma determinada ocorrência. Como contribuição ao presente trabalho, o CECOMSAER estabeleceu filtros (datas, períodos, perfis de usuários, etc.) e produziu dois relatórios exclusivos, um da Operação Regresso e outro do Exercício Operacional Tápio, nos quais é possível avaliar o comportamento do público em relação a todas as notícias divulgadas no universo digital à época dos eventos.

⁴ Disponível em <https://www.talkwalker.com/pt/produtos>

Dessa forma, a conclusão da etapa de levantamento de dados possibilitou prosseguir na produção científica e analisar, com base nos referenciais teóricos, as informações colhidas.

As discussões sobre os resultados encontrados e a apresentação de eventuais soluções/conclusões só farão sentido mediante uma análise dos contextos nos quais estavam inseridos os eventos estudados.

Em fevereiro de 2020, o Brasil assistia ao avanço no número de casos mundiais de COVID-19. A China despontava como epicentro dessa enfermidade e, embora a doença ainda não tivesse classificada como pandêmica pela Organização Mundial de Saúde, vários países iniciaram movimentos para resgatar seus patriotas e tirá-los da cidade de Wuhan, local com maior incidência de casos.

O clamor popular e os inúmeros pedidos direcionados aos órgãos governamentais brasileiros resultaram na decisão de providenciar a retirada de cidadãos compatriotas daquela zona de risco. Assim, deu-se início a Operação Regresso à Pátria Amada, uma ação interministerial coordenada pela Casa Civil da Presidência da República e que teve como Estado Final Desejado (EFD) a repatriação os brasileiros que estavam localizados em Wuhan. As tarefas da FAB, gerenciadas pelo Ministério da Defesa, abrangeram o transporte, a recepção e o acolhimento das pessoas repatriadas para o cumprimento de quarentena dentro das instalações da ALA 2, em Anápolis-GO.

Após esse período e depois de seguirem os protocolos e instruções oficiais, os repatriados foram liberados. Dessa forma, o Estado Final Desejado foi alcançado e a Operação, encerrada.

Já em agosto de 2020, período de realização do Exercício Operacional Tápio, o Brasil sentia, diferentemente do cenário do início do ano, os impactos de toda ordem relativos à pandemia da COVID-19. Uma característica a se considerar desse período é a percepção de uma politização no enfrentamento da doença. Partidos políticos e entidades de classes de oposição ao governo realizavam campanhas e ações com o objetivo de atingir o Presidente da República (PR), direta ou indiretamente, e o responsabilizar pelas diversas consequências do alastramento da enfermidade, incluindo o número de vítimas fatais.

O Estado Final Desejado no Exercício Operacional Tápio era a promoção da continuidade operacional dos militares da Força Aérea. Muito embora o país estivesse enfrentando uma pandemia, a importância do contínuo aprimoramento do

efetivo reside no fato de que, independentemente das adversidades, é dever constitucional da FAB a manutenção da soberania do espaço aéreo e a integração do território nacional com vistas à defesa da pátria.

Para a consecução desse Exercício, a Força Aérea seguiu todos os protocolos e orientações definidas pelas autoridades sanitárias de modo a proteger e resguardar todos os envolvidos no treinamento.

Importante ressaltar que dentre os aspectos treinados pelos militares da FAB no Exercício Operacional Tápio estava a Ação de Defesa Biológica, Nuclear, Química e Radiológica (DBNQR), também prevista na DCA 1-1/2020, que consiste em “empregar Meios de Força Aérea para reconhecer, identificar e descontaminar pessoal, material, viaturas e aeronaves necessários ao emprego da Força Aérea, agindo na prevenção contra ameaças de origem biológica, nuclear, química ou radiológica” (BRASIL, 2020. p. 31).

A continuação de treinamento mesmo durante a pandemia não foi exclusividade da FAB. Sob essa mesma visão de proteção do efetivo durante o adestramento militar, o Comandante-Geral da 25ª Divisão de Infantaria do Exército dos Estados Unidos, Major-General James Jarrard, enfatizou, durante entrevista a repórteres⁵ em 26 de outubro de 2020, que o foco era proteger a nação protegendo seus próprios militares durante os treinamentos, para que o Exército pudesse estar preparado para qualquer chamado por parte da sociedade norte americana, mesmo a despeito da crise sanitária.

Com a mesma conduta, as Forças Armadas do Canadá informaram, por meio de suas redes sociais⁶, que o cumprimento dos devidos protocolos permitiria o prosseguimento das operações com total segurança.

Verifica-se, portanto, a preocupação também de outros países na manutenção e na melhoria do nível operacional de seu efetivo mesmo durante a pandemia.

Voltando para o cenário nacional, tem-se uma considerável diferença no contexto político-social dos eventos. Enquanto que na Operação Regresso havia um apoio popular quase unânime no resgate dos brasileiros em Wuhan e ainda não existiam a pandemia e seus efeitos, no Exercício Operacional Tápio o ambiente social estava totalmente dividido pela politização em que o país se encontrava – e

5 Disponível em <https://www.ansa.com/news/army-training-continues-adapt-during-pandemic>

6 Disponível em <https://twitter.com/ForcesCanada/status/1380202578215108610?s=20>

ainda se encontra. Esses fatores terão considerável impacto nas análises a seguir, principalmente em relação ao comportamento dos veículos de comunicação.

Das respostas obtidas nos questionamentos acerca da Operação Regresso, pode-se chegar às seguintes conclusões:

As iniciativas do CECOMSAER e de seus elos de convocar a imprensa para a divulgação de todos os dados dos voos, de estabelecer uma central de relacionamento para atender às demandas da imprensa e de divulgar toda a preparação da ALA 2 para receber os repatriados (questões 2, 3 e 4) estavam alinhadas com o que preceitua Duarte (2012) na sua Teoria da Comunicação Pública (CP). Segundo o autor, a transparência é um dos quatro eixos estabelecidos como pré-requisitos para a ação dos profissionais e instituições que lidam com a comunicação de interesse público.

Já as ações realizadas pelo CECOMSAER e pelos seus elos no sentido de responder às perguntas dos jornalistas/repórteres dos diversos meios de comunicação interessados na cobertura do evento (questão 8) encontram apoio em um outro eixo também estabelecido pelo autor Jorge Duarte. O acesso relaciona-se com a facilidade de a sociedade e a imprensa obterem a informação, serem estimuladas e orientadas a buscá-las, e a dar a sua opinião naquilo que é público.

Observa-se, ainda, que as condutas adotadas pelo CECOMSAER reforçam os laços de respeito entre um órgão e os veículos de comunicação. Duarte propõe como terceiro eixo a manutenção e o fortalecimento dos instrumentos de comunicação que viabilizem fluxos bi ou multilaterais, onde sejam respeitados os protocolos para um diálogo equilibrado, simétrico e democrático.

A estratégia utilizada pela FAB encontra respaldo também quando analisada sob a ótica da prevenção de crises de opinião pública. Segundo Pimentel (2016) a postura transparente frente às demandas da mídia é premissa fundamental. A autora destaca que a relação com os órgãos de imprensa tem grande importância nesse cenário, afinal, a comunicação é um dos mecanismos para a consecução de um objetivo, seja qual for a sua natureza. E quando realizada de forma estratégica e alinhada com os valores institucionais, informa, orienta, esclarece e – o mais importante – influencia o público desejado.

Muito embora as questões 1 e 9 tenham recebido “não” como respostas, a justificativa para tal negação encontra-se no fato de que o Ministério da Defesa se impôs como a principal fonte de informação. Essa atitude reforça a tese defendida

pela professora Maristela Mafei de que “se a instituição não tomar frente da situação e se tornar a principal fonte de informação, alguém tentará cumprir esse papel. E esse alguém alimentará a imprensa com a própria versão dos fatos” (Mafei, 2012, p. 111). Se não for respeitado esse princípio na guerra da informação, corre-se o risco de uma matéria ser produzida baseada somente nas convicções de quem a escreve.

Em resposta à questão 5, o CECOMSAER afirmou que houve a iniciativa de divulgar a interoperabilidade entre as demais Forças Singulares (Marinha do Brasil e Exército Brasileiro) no que tange à atuação dos diversos profissionais envolvidos na recepção dos repatriados e suas diferentes áreas de atuação. Porém, na pergunta seguinte (questão 6), a instituição reportou que não houve ações no sentido de reforçar que aquela operação em tempo de paz era de extrema importância para o treinamento dos diversos setores da Força Aérea Brasileira para a eventualidade de um conflito.

Se, por um lado, verifica-se a correta ação de divulgar a interoperabilidade entre as demais Forças Singulares com o objetivo de esclarecer o público e conquistar a sua simpatia, por outro nota-se a não observância do fato que a imagem da Força Aérea depende da percepção dos cidadãos, numa relação que exige uma troca constante de informações sobre as ações executadas e o cumprimento da missão constitucional de defesa do Brasil. Apesar de esse item não ter comprometido o resultado geral da Operação Regresso, é válido ressaltar que está previsto no Manual de Redação e de Assessoria de Imprensa da Força Aérea Brasileira (2010) a divulgação das ações realizadas pela organização, visando ao fortalecimento da imagem institucional da Aeronáutica.

Um fato a se considerar diz respeito à questão 7, na qual o CECOMSAER informa que não havia um centro de relacionamento para responder às perguntas dos seguidores dos perfis oficiais da FAB nas redes sociais. Tal situação chama a atenção uma vez que a FAB possui a expressiva marca de 3,3 milhões de seguidores em suas diversas redes sociais. Toda essa capilaridade deve ser melhor explorada para reforçar as ações e a imagem da Força Aérea na atividade de conquista da opinião pública.

Sobre esse assunto, é de suma importância levar em consideração outro eixo defendido por Duarte (2012), em sua Teoria da Comunicação Pública, como pré-requisito para as ações de agentes e instituições que lidam com a comunicação de interesse público: a ouvidoria social. Segundo o teórico, é pressuposto para o

atendimento às expectativas da sociedade o interesse em conhecer e compreender a opinião pública e os diversos segmentos que a compõem. É importante adotar diferentes formas de relacionamento (como as redes sociais, por exemplo) e desenvolver a habilidade de compreender motivações, interesses, propostas e critérios de satisfação, além de assumir o compromisso de considerá-los como referência na ação, principalmente nos tempos atuais de intensa interação digital.

Finalizando a análise do questionário referente à Operação Regresso, ao informar que havia um acompanhamento para emitir notas de esclarecimento referente a qualquer dado incorretamente publicado (questão 10), o CECOMSAER mostrou-se atento ao que alerta Marcondes Filho (1993 apud FARIA e DUARTE, 2012), que descreve o jornalismo como um meio de luta pelo poder, onde a imprensa instrumentaliza os dados colhidos, recebe ou até mesmo os fabrica, transformando-os em notícias para usá-las no jogo político-ideológico do poder. Por isso, toda e qualquer divergência de dados, por menor que ela seja, tem que ser imediatamente corrigida, sob o risco de ganhar proporções de alto poder destrutivo para a imagem da Força e influenciar a opinião pública.

Ao analisar as respostas obtidas relativas ao Exercício Operacional Tápio, depara-se, inicialmente, com duas características do cenário: a primeira, diz respeito a ser uma atividade planejada e coordenada pela própria Força Aérea Brasileira, sem a participação das demais forças singulares. Outra característica, essa julgada a mais importante no contexto, é o ambiente social completamente contaminado pela politização que o país vivia – e ainda vive – em relação às medidas de enfrentamento ao COVID-19. Esse fator mostrou-se muito presente no direcionamento das notícias por parte dos veículos de comunicação.

Segundo as respostas positivas das perguntas 11, 12 e 13, durante o Exercício Operacional Tápio houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, um contato prévio com a imprensa local e nacional e com órgãos locais dos poderes executivo, legislativo e judiciário com o propósito de informar a necessidade e a importância do treinamento no contexto nacional bem como os protocolos de segurança que seriam seguidos por ocasião da pandemia de COVID-19. Houve, também, de acordo com a questão 14, uma campanha publicitária nas diversas redes sociais ressaltando a importância daquele treinamento atrelado à missão-síntese da Força Aérea Brasileira, “manter a soberania do espaço aéreo e integrar o território nacional com vistas à defesa da pátria” (BRASIL, 2018).

Essas ações preventivas mostram a preocupação do CECOMSAER em se evitar crises de imagem, ratificando o que defende a doutora Maristela Mafei ao assegurar que as crises comprometem a imagem da organização e são, via de regra, um problema de comunicação. A autora (Mafei, 2012) reforça a necessidade de se empenhar para prestar as informações de interesse público e assegura que a instituição tem que se antecipar para ser a principal fonte de informação, sob o risco de alguém tentar cumprir esse papel e alimentar a imprensa com a sua própria versão dos fatos.

Sob essa mesma ótica, observa-se, na questão 18, o foco do CECOMSAER em se manter com monopólio das informações, não subdelegando essa estratégica posição a terceiros.

Ao receberem respostas negativas, as questões 15 e 16 acendem um alerta ao mostrarem que não houve nem atualização diária das informações nas redes sociais de modo a manter o público a par dos acontecimentos nem o estabelecimento de um centro virtual de relacionamento para responder às perguntas dos seguidores nas diversas redes sociais durante a execução do Exercício.

A partir do momento em que a Força Aérea possui o considerável número de 3,3 milhões de seguidores em suas diversas redes sociais, não destinar a devida atenção a esse importante segmento é perder a chance de ir mais longe no processo de divulgação de notícias e de fortalecimento da imagem. Segundo Pimentel (2016), em um período de profundas transformações nas formas de comunicar e interagir, a comunicação digital, ao estabelecer uma nova plataforma comum para os diversos públicos, possibilita o surgimento de alternativas de participação nas questões coletivas, assim, a prática de uma comunicação eficiente e voltada para os interessados passa a ser, cada vez mais, fundamental.

Finalizando as análises das perguntas referentes ao Exercício Operacional Tápio, as questões 17 e 19 mostram a preocupação do CECOMSAER em responder aos questionamentos dos jornalistas/repórteres dos diversos meios de comunicação interessados na cobertura do evento bem como a instituição se manteve atenta para emitir notas em esclarecimento a qualquer dado incorreto publicado pela imprensa.

Essa conduta da FAB com os profissionais de imprensa vai ao encontro das próprias diretrizes internas do Centro de Comunicação Social da Aeronáutica uma vez que estabelece as pontes necessárias para que a Força Aérea mantenha um

diálogo rotineiro, organizado, verdadeiro e no mais alto nível técnico e ético (BRASIL, 2010).

Além disso, também encontra amparo na Teoria da Comunicação Pública, já anteriormente citada, pois, sendo a FAB a maior interessada na divulgação das ações visando à opinião pública, cabe a ela a primazia de assumir uma postura proativa na relação com a imprensa, uma vez que os melhores resultados são obtidos quando se tem a iniciativa das ações, a clareza sobre as informações que deseja transmitir e o preparo profissional para cada interação com os órgãos de imprensa (DUARTE, 2012).

Em relação ao Estado Final Desejado para o Exercício Operacional Tápio, essa meta foi atingida mesmo a despeito dos questionamentos por parte da imprensa sobre a real necessidade desse treinamento e das tentativas de distorções de informação por parte da mídia, conforme apresentado mais à frente.

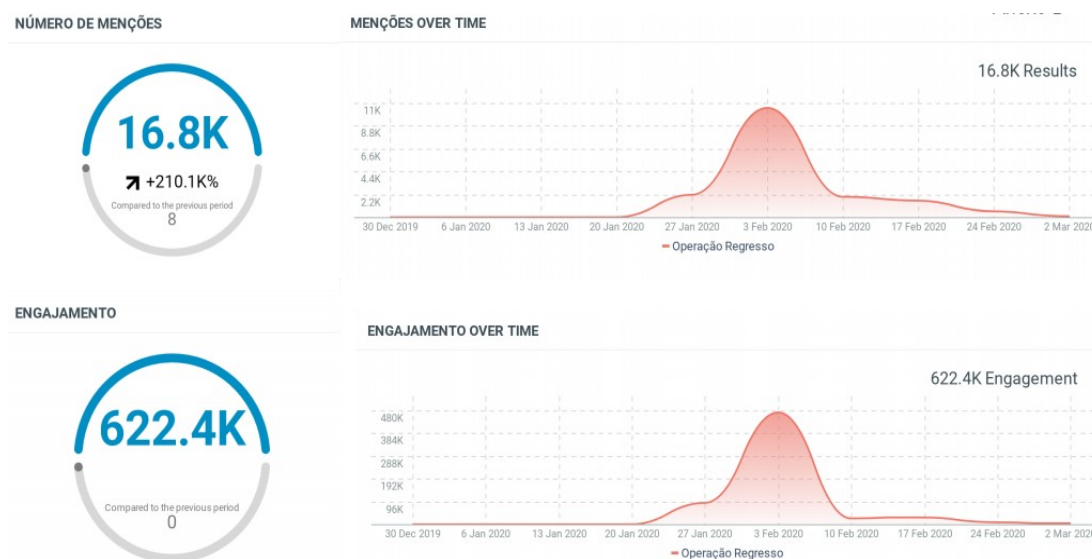
Essa seção de análise de dados e discussões não ficaria completa sem a devida atenção a uma importante contribuição dada pelo CECOMSAER para a elaboração do presente artigo. Aquele Centro disponibilizou dois relatórios de acompanhamento de tendências, um para cada episódio aqui estudado, gerados a partir da plataforma *talkwalker* (Anexos B e C).

Após a aplicação dos devidos filtros nesse aplicativo, como evento, datas, tipos de mídias, etc., foi possível obter informações acerca do comportamento da sociedade brasileira no universo digital, como número de menções e de engajamento por exemplo, durante a Operação Regresso e o Exercício Operacional Tápio.

Primeiramente, é necessário destacar que “menções” é o número de vezes que o termo pesquisado foi utilizado em textos das publicações nas plataformas digitais, enquanto que “engajamento” é toda a ação de curtir, comentar e compartilhar as publicações que utilizaram o termo pesquisado.

O relatório acerca da Operação Regresso demonstra a magnitude do alcance dessa missão. Os números de 16.800 menções e 622.400 engajamentos (Figura 1) justificam-se pela amplitude nacional do evento.

Entre os recordistas de engajamento estão o próprio perfil da FAB e o Presidente da República, Jair Messias Bolsonaro, ambos utilizando a rede social *Instagram* (Figura 2).

Figura 1 – Número de menções e engajamentos / Operação Regresso.

Fonte: Talkwalker/CECOMSAER.

Nota-se, ainda, por parte dos veículos de comunicação, um posicionamento variando de levemente positivo a neutro em relação às abordagens das notícias publicadas. Essa tendência foi observada em relação ao comportamento dos canais mais influentes, como por exemplo, os portais G1 (Globo) e R7 (Record). Outros canais, entretanto, também têm peso considerável nessa amostragem.

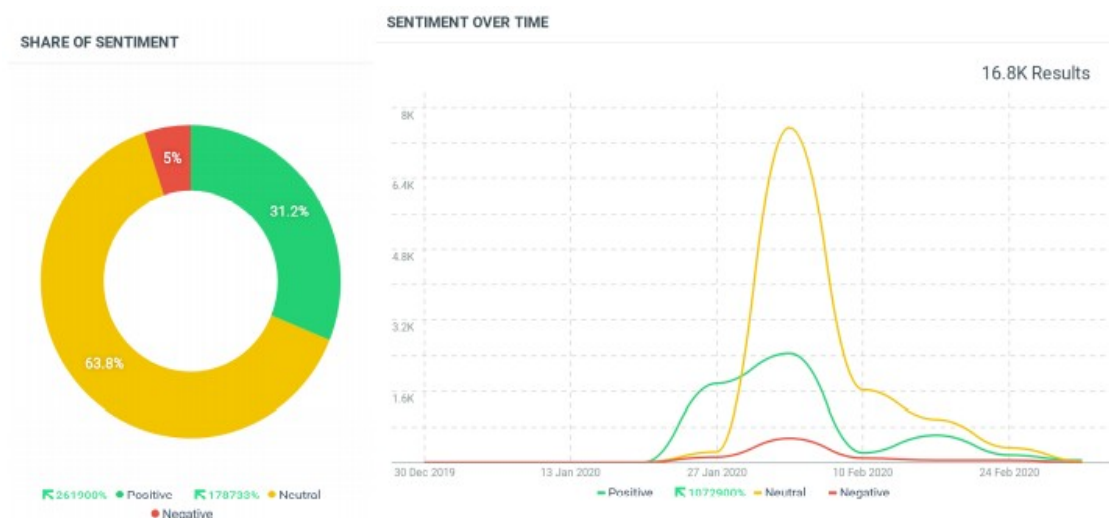
Figura 2 – Ranking de engajamento / Operação Regresso.

Author	Post	Engagement	Other Metrics
fab_oficial Instagram instagram.com 07/02/20 19:06 Brazil	Operação Regresso à Pátria Amada Brasil Militar da equipe médica do Instituto de Medicina Aeroespacial (IMAE) afere a temperatura de um dos brasileiros a bordo do VC-2 da FAB em Wuhan, na China. #AsasqueProtegemOPais #FABrepatriação...	58K	Sentiment Positive Instagram Followers 857.3K Instagram Likes 56.9K
jairmessiasbolsonaro Instagram instagram.com 02/02/20 20:32 Brazil	Repatriação dos brasileiros que se encontram em Wuhan/Hubei, China. - O governo adota todas as medidas necessárias para trazer de volta ao Brasil os seus cidadãos que se encontram na provincia de Hubei. - Serão trazidos, em segurança p...	49.3K	Sentiment Positive Instagram Followers N/A Instagram Likes 47.8K
fab_oficial Instagram instagram.com 31/01/20 13:12 Brazil	#Vocêsábia? Hoje diversas mulheres pilotam os helicópteros da FAB. Aproveitamos para lembrar que segunda-feira (03/02) é o Dia de Aviação de Asas Rotativas. Saiba como ser piloto da FAB, acesse: www.fab.mil.br/ingresso #AsasRotativa...	39.4K	Sentiment Positive Instagram Followers 852.3K Instagram Likes 39K
fab_oficial Instagram instagram.com 28/02/20 21:02 Brazil	Quer fazer parte de Força Aérea Brasileira? Confira todas as formas de ingresso em www.fab.mil.br/ingresso Ten Ottoni. #FAB #Dimensão02 #Aviação #VempraFAB	30.2K	Sentiment Positive Instagram Followers 871.8K Instagram Likes 30K
fab_oficial Instagram instagram.com 04/02/20 14:46 Brazil	Fique ligado. O período de inscrições para ingressar na @afamilitar está previsto para iniciar em março. Falta pouco! Saiba mais sobre as etapas do exame de admissão em www.fab.mil.br/ingresso Capitão Maciel. #Ve...	23.9K	Sentiment Positive Instagram Followers 855.1K Instagram Likes 23.7K

Fonte: Talkwalker/CECOMSAER.

Do total de 16.800 menções, apenas 5% foram consideradas negativas, sendo os 95% restantes avaliados como positivo ou neutro (Figura 3).

Figura 3 – análise de sentimento / Operação Regresso.



Fonte: *Talkwalker/CECOMSAER.*

Já no relatório referente ao Exercício Operacional Tápico, alguns fatores precisam ser levados em consideração, sendo o primeiro, o tamanho do evento. Esse treinamento foi de abrangência local, tendo como sede a cidade de Campo Grande-MS. Assim, era de se esperar um número menor de menções e de engajamento. Outro fator – e esse talvez o mais importante – era a divisão do ambiente social pela politização na qual o país se encontrava, o que certamente teve impacto no direcionamento das reportagens.

Desde o início da pandemia, em meados de março de 2020, ocorre no Brasil uma disputa política sobre a liderança das ações de combate e prevenção à COVID-19. De um lado está o Governo Federal e, de outro, seus opositores. Como parte da oposição, a imprensa de modo geral tem se empenhado na tarefa de atribuir ao Presidente da República qualquer possibilidade de revés nessa guerra contra a doença. E um dos caminhos para atingir esse objetivo é destacar negativamente ações militares que podiam suscitar dúvidas quanto a procedimentos e protocolos referentes à pandemia.

Essa estratégia foi adotada por grande parte da mídia porque o atual Presidente da República é militar da reserva do Exército Brasileiro e vários outros militares ocupam posições estratégicas em seu governo. Assim, ao tentar desacreditar os militares perante a opinião pública, os veículos de imprensa procuram minar uma das bases de apoio popular do chefe do Poder Executivo.

Um exemplo fora da análise temporal deste artigo mas que evidencia essa estratégia de certos canais de comunicação foi uma matéria⁷ publicada no dia 18 de janeiro de 2021, quando a Revista Veja classificou como “descaso na pandemia” a utilização da aeronave KC-390 Millennium em treinamento internacional nos Estados Unidos da América mesmo o repórter tendo recebido, antes da publicação da pauta, informações de que a ausência da aeronave no Brasil não afetaria o transporte de equipamentos e insumos hospitalares essenciais no enfrentamento da COVID-19, já que outros aviões estavam engajados nessa tarefa.

Muito embora a FAB tenha esclarecido as dúvidas do jornalista antes da publicação da reportagem e mostrado que não haveria prejuízo das atividades relacionadas ao combate a doença, a revista fez questão de associar os termos “descaso”, “pandemia” e “FAB” no título da matéria. Esse tipo de informação distorcida possui elevado potencial de modificar a opinião pública.

Já um exemplo dentro do escopo temporal delimitado para o presente artigo, citado na introdução deste trabalho como reportagens voltadas para uma possível falta de responsabilidade social por parte da FAB devido à pandemia, foram duas pautas publicada em 10 de agosto de 2020 pelo Jornal Campo Grande News⁸ e replicada por outros diversos portais de notícias. As matérias tinham como crítica central o fato de ocorrer aglomeração dentro da Base Aérea de Campo Grande (ALA 5) num período em que a cidade despontava como epicentro regional da COVID-19. O periódico deu ênfase à preocupação dos moradores locais com a quantidade de pessoas envolvidas no treinamento e o risco que isso poderia representar para a região, atribuindo à FAB a responsabilidade por eventuais sobrecargas no sistema de saúde local.

O CECOMSAER percebeu o início de uma potencial crise devido a dois fatores: o viés negativo com que a reportagem foi lançada e o alcance nacional daquele veículo de comunicação, mesmo o treinamento sendo de caráter regional.

Como reação, aquele Centro publicou em sua página oficial na *internet* e em suas contas das diversas redes sociais uma matéria⁹, contendo todas informações

7 Disponível em <https://veja.abril.com.br/blog/matheus-leitao/descaso-na-pandemia-cargueiro-da-fab-e-enviado-para-treinamento-nos-eua/>

8 Disponíveis em <https://www.campograndenews.com.br/cidades/capital/aeronautica-ignora-pandemia-e-reune-700-para-exercicio-militar-em-campo-grande> e <https://www.campograndenews.com.br/cidades/capital/fab-confirma-evento-com-700-militares-na-pandemia-e-diz-que-fara-testes-em-todos>

9 Disponível em <https://www.fab.mil.br/noticias/mostra/36074/T%C3%81PIO%202020%20-%20Exerc%C3%ADcio%20simula%20cen%C3%A1rios%20de%20guerra%20e%20treina%20militares%20para%20situa%C3%A7%C3%B5es%20reais>

necessárias para esclarecer o público. Em menos de 24 horas, o CECOMSAER conseguiu reverter para positiva a tendência negativa da matéria original.

A resposta da FAB esclareceu pontos distorcidos publicados pelo Jornal Campo Grande News, como a testagem em massa de todos os participantes do Exercício e a utilização do próprio sistema de saúde do COMAER em caso de necessidade, não representando qualquer impacto para o sistema de saúde municipal.

A conduta do CECOMSAER fica nitidamente amparada na Teoria da Opinião Pública, de Ricardo Tessaroli (2021). O autor defende uma postura reativa em situação provocada pelo desencadeamento de uma crise e destaca que a instituição deve analisar as dimensões de direção, intensidade, coerência e latência para então definir as ações de “contra-ataque”.

Tessaroli (2012) revela a importância do estudo da reação da sociedade perante um acontecimento, pois o resultado dessa análise servirá de guia para as ações da instituição durante um eventual processo de gestão de crise.

Ao constatar os fatores que pudessem induzir a opinião pública, o CECOMSAER mostrou-se atento a esse fenômeno social e foi capaz de mapear os pontos de vulnerabilidade de modo a suplantar, por meio de uma matéria amplamente divulgada, qualquer dúvida que pudesse restar por parte da sociedade.

Os dados do relatório *talkwalker* gerado para o Exercício Operacional Tápio demonstram a tendência negativa logo após a publicação da matéria por parte do Jornal Campo Grande News. Porém, após a ação reativa do CECOMSAER, essa tendência foi neutralizada.

O relatório aponta, ainda, a quantidade de 653 menções e um total de 87.200 engajamentos (Figura 4), números considerados altos para um evento de dimensão local. Isso demonstra o alcance das redes sociais e a importância da interação com a sociedade no trabalho da conquista da opinião pública.

Esses números de menções e de engajamentos apontados pela ferramenta *talkwalker* ressaltam a importância das funções Relações Públicas e Informação Pública na Ação de Comunicação Social prevista na Doutrina Básica da Força Aérea (DCA 1-1/2020), principalmente no que tange a integração entre a Força Aérea e seus públicos de interesse (com o objetivo de projetar e preservar a imagem institucional da FAB) e o fluxo de informações acuradas e oportunas sobre as

operações militares (com a finalidade de manter a opinião pública favorável às ações em curso).

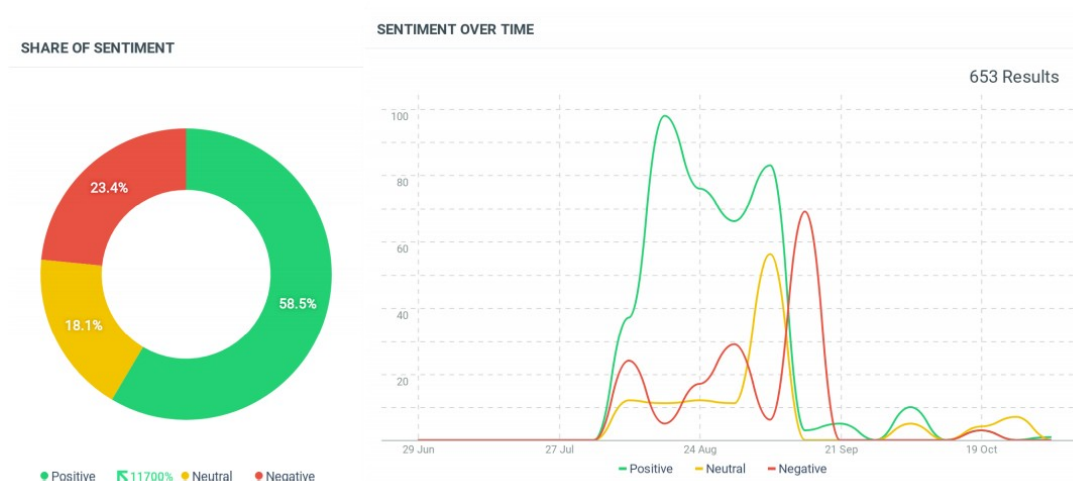
Figura 4 – Número de menções e engajamentos / Exercício Operacional Tápío.



Fonte: Talkwaler/CECOMSAER.

No geral, a plataforma de acompanhamento de tendências considerou as interações no universo digital como positiva/neutro em 76,6% e como negativa em 23,4% (Figura 5), essa última bem superior à da Operação Regresso com a mesma classificação (5%).

Figura 5 – análise de sentimento / Exercício Operacional Tápío.



Fonte: Talkwalker/CECOMSAER.

Assim, verifica-se que as medidas adotadas pelo CECOMSAER com o objetivo de mitigar a guerra da desinformação resultaram no efeito desejado,

evitando a consolidação de uma crise institucional durante o Exercício Operacional Tápio.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo surgiu da inquietação gerada a partir do momento em que ficou evidente a disparidade da abordagem dos veículos de imprensa em relação às notícias da Operação Regresso e do Exercício Operacional Tápio.

Ao se propor pesquisar quais fatores contribuíram para essa divergência de direcionamento por parte dos veículos de comunicação, foram levantadas duas hipóteses. A primeira é que houve uma estreita ligação dos elos de Comunicação Social da FAB com os órgãos de imprensa durante a Operação Regresso, e a segunda é que não houve o similar engajamento dos mesmos elos durante o Exercício Operacional Tápio.

A coleta de dados e o estudo dessas informações amparado nos referenciais teóricos tornaram possível investigar as hipóteses e concluir a confirmação da primeira e a refutação da segunda hipótese. As análises comprovaram que o CECOMSAER e seus elos adotaram a mesma conduta nos dois eventos delimitados neste artigo. Dessa forma, a suspeita do principal fator contribuinte para a divergência de comportamento dos órgãos de imprensa recai sobre uma provável politização do ambiente político-social no Brasil.

Esse tema carece de maiores pesquisas e, por isso, foi aqui citado como fator provável, uma vez que os dados comprobatórios dessa hipótese são de difícil acesso. Assim, abre-se uma janela de estudos que pode ser melhor explorada em pesquisas futuras, que certamente darão subsídios para a Força Aérea Brasileira sobre as características e a dimensão desse fenômeno social, seus impactos na sociedade e suas consequências em relação à opinião pública e seu peso na condução de um conflito.

Já o sucesso das ações do CECOMSAER e de seus elos está fundamentado nos princípios da Teoria da Comunicação Pública e na Teoria da Opinião Pública. As estratégias adotadas pela FAB no trato com os diversos veículos de imprensa durante a Operação Regresso foram pautadas na transparência, no acesso, na interação e na ouvidoria social. A observância desses quatro eixos defendidos pelo teórico Jorge Duarte foram fundamentais para uma relação baseada no diálogo

equilibrado e democrático entre a instituição, os órgãos de imprensa e o público em geral (esse último, mais precisamente, durante as diversas interações nas redes sociais).

Já em relação ao Exercício Operacional Tápico, além de respeitar os mesmos princípios da Teoria da Comunicação Pública, a FAB, ao ser desafiada, demonstrou total sintonia com a Teoria da Opinião Pública no momento em que adotou uma postura reativa ao perceber o possível desencadeamento de uma crise institucional. Amparado no que preceitua Ricardo Tessaroli em sua teoria, o CECOMSAER fez uma análise certa do cenário que se avizinhava e executou as ações corretivas, o que impediu o estabelecimento de crise institucional.

O objetivo geral do presente estudo foi respondido ao se verificar que as Ações de Comunicação Social do Comando da Aeronáutica respaldaram as atividades durante a Operação Regresso e o Exercício Operacional Tápico ao conduzir de forma transparente e proativa as interações com os diversos órgãos de imprensa e nas plataformas digitais, uma vez que assegurou a necessária liberdade de manobra aos envolvidos na Operação/Exercício. A conduta do CECOMSAER e de seus elos foi decisiva para evitar crises institucionais e suas consequentes interferências na condução dos assuntos militares.

Ao promover um processo estratégico de relacionamento e de comunicação com o seu público de interesse e também empregar meios para manter a opinião pública favorável (conforme determinado na Doutrina Básica da FAB), aquele Centro contribui para a consecução de objetivos estratégicos, operacionais ou, prioritariamente, táticos. A correta conduta do CECOMSAER foi decisiva para a conquista do Estado Final Desejado dos dois eventos aqui estudados.

Oportunamente, cabe destacar que durante os estudos e análises do presente artigo foram encontrados vários exemplos de reportagens de veracidade duvidosa envolvendo o contexto FAB *versus* enfrentamento da pandemia, mas que, por não fazerem parte do escopo temporal dos eventos escolhidos, não foram abordados, ficando como sugestão de análises para futuras pesquisas acadêmicas.

Porém, mesmo não sendo estudadas neste trabalho, essas reportagens reforçam a tese da polarização política pela qual passa o país e como os veículos de imprensa agem na tentativa de manipular seus leitores com publicações distorcidas e impregnadas de viés ideológico.

Todavia, cabe o alerta para a contínua vigilância por parte do CECOMSAER e da Força Aérea Brasileira. Conforme citado no início desse estudo, a opinião pública é um ativo muito importante, e a sua conquista e a sua manutenção são fundamentais para a consecução dos objetivos de um Estado em guerra.

REFERÊNCIAS

ARMY training continues to adapt during pandemic. Association of the United States Army, 2020. Disponível em <https://www.ausa.org/news/army-training-continues-adapt-during-pandemic>. Acesso em 22 de jul. 2021.

BRASIL. Comando da Aeronáutica. Centro de Comunicação Social da Aeronáutica. **Manual de redação e de assessoria de imprensa**. 1ª Ed. Brasília, DF. 2010.

BRASIL. Comando da Aeronáutica. Gabinete do Comandante da Aeronáutica. Portaria nº 1.225/GC3, de 10 de novembro de 2020. Aprova a edição da Doutrina Básica da Força Aérea Brasileira. (DCA1-1) – Volume II. **Boletim do Comando da Aeronáutica**, Rio de Janeiro, RJ, n. 205, f. 14971, 12 de nov. 2020.

BRASIL. Comando da Aeronáutica. Gabinete do Comandante da Aeronáutica. Portaria Nº 1.597/GC3, de 10 de outubro de 2018. Aprova a reedição da DCA 11-45 “Concepção Estratégica - Força Aérea 100”. **Boletim do Comando da Aeronáutica**, Rio de Janeiro, RJ, n. 180, f. 11265, de 15 de outubro de 2018.

BRASIL. Comando da Aeronáutica. **Ordem do Dia Passagem de Comando**. Gabinete do Comandante da Aeronáutica. Brasília, DF. 2021. Disponível em <https://www.fab.mil.br/sis/enoticias/imagens/pub/41779/i2141310170602316.pdf>. Acesso em 13 abr. 2021.

BRASIL. Comando do Exército. **EB70-MC-10.223**. Manual de Campanha. 5ª Ed. Brasília, DF. 2017.

BUENO, Wilson. A personalização dos contatos com a mídia e a construção da imagem das organizações. **Organicom**, ano 2, número 2, 2005. Arquivo digital.

CENP. **Resolução 1/2019 – veículo de comunicação/divulgação**. Conselho Executivo das Normas-Padrão. São Paulo. Arquivo digital. 2019. Disponível em RESOLUCAO_01_2019_Veiculos_de_Comunicacao_Divulgacao.pdf (cenp.com.br). Acesso em 23 jun. 2021.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia – teoria e técnica**. 5ª Edição revisada e atualizada. São Paulo. Atlas. 2012. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597016147/cfi/6/10!/4/6/2@0:0>. Acesso em 23 abr. 2021.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**. 2012b. Disponível em <http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>. Acesso em 21 jun. 2021.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública – estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3ª Edição. São Paulo. Atlas. 2012a. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522475063/cfi/3!/4/4@0.00:57.0>. Acesso em 21 jun. 2021.

ESPÍNDOLA, Letícia. **Gestão de crise nas redes sociais**. 10 maio 2017. Disponível em <https://www.presscomunicacao.com.br/assessoria-imprensa/crise-prevenir-ou-remediar/>. Acesso em 22 jun. 2021.

FARIA, Armando. Imprensa e interesse público. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública** – estado, mercado, sociedade e interesse público. 3ª Edição. São Paulo. Atlas. 2012. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522475063/cfi/3!/4/4@0.00:57.0>. Acesso em 26 jun. 2021.

FERREIRA, Marta. Aeronáutica ignora pandemia e reúne 700 para exercício militar em Campo Grande. **Campo Grande News**, Campo Grande, 10 de ago. 2020. Disponível em <https://www.campograndenews.com.br/cidades/capital/aeronautica-ignora-pandemia-e-reune-700-para-exercicio-militar-em-campo-grande>. Acesso em 24 de jul. 2021.

GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JARA, Tainá. FAB confirma evento com 700 militares na pandemia e diz que fará teste em todos. **Campo Grande News**, Campo Grande, 10 de ago. 2020. Disponível em <https://www.campograndenews.com.br/cidades/capital/fab-confirma-evento-com-700-militares-na-pandemia-e-diz-que-fara-testes-em-todos>. Acesso em 24 de jul. 2021.

LEITÃO, Matheus. Descaso na pandemia: cargueiro da FAB é enviado para treinamento nos Estados Unidos. **Veja**. São Paulo, 18 de jan. 2021. Disponível em <https://veja.abril.com.br/blog/matheus-leitao/descaso-na-pandemia-cargueiro-da-fab-e-enviado-para-treinamento-nos-eua/>. Acesso em 22 de jul. 2021.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia – 4ª ed.** São Paulo. Editora Contexto, 2012. Disponível em: <https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/academiaforcaarea/9788572442800>. Acesso em: 22 jun. 2021.

MAGNOLI, Demétrio (org.). **História das Guerras - 3ª ed.** São Paulo. Editora Contexto, 2006. Disponível em: <https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/academiaforcaarea/9788572443463>. Acesso em 10 abr. 2021.

MOTA, Rafaela. **Blog como ferramenta de relacionamento e posicionamento de marca com o mercado consumidor**: um estudo de caso do blog “energia eficiente” da Philips. Trabalho de conclusão de curso de Comunicação Social da Faculdade 7 de setembro. Arquivo digital. Fortaleza, CE. 2010.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica**: um manual para a realização de pesquisas em administração. Universidade Federal de Goiás. Arquivo digital. Catalão, GO. 2011.

PIMENTEL, Isabela. **Gestão de crise – a comunicação em momento decisivo**. 23 abr. 2012. Disponível em <https://pt.slideshare.net/isabeladpimentel/gesto-de-crise-12655776>. Acesso em 24 jun. 2021.

PIMENTEL, Isabela. **Assessoria de imprensa na era digital**. Arquivo digital. Abril de 2016.

QUINTAIS, Renan. **Guerra do Vietnã: os fatores da decisão que culminaram para o insucesso americano**. Monografia de término de curso da Academia Militar das Agulhas Negras. Arquivo digital. Resende, RJ. 2019.

TÁPIO 2020. Exercício simula cenários de guerra e treina militares para situações reais. **Portal Força Aérea Brasileira**, 2020. Disponível em <https://www.fab.mil.br/noticias/mostra/36074/T%C3%81PIO%202020%20-%20Exerc%C3%ADcio%20simula%20cen%C3%A1rios%20de%20guerra%20e%20treina%20militares%20para%20situa%C3%A7%C3%B5es%20reais>. Acesso em 24 de jul. 2021.

TESSEROLI, Ricardo [et al.]. **Mídia, opinião pública e sociedade**. 1ª Edição. 2021. Disponível em Leitor - Biblioteca Virtual Universitária (bvvirtual.com.br). Acesso em 22 jun. 2021.

ANEXO A – QUESTIONÁRIO

Prezado(a) Senhor(a)

O presente questionário tem por objetivo obter informações acerca da participação do Centro de Comunicação Social da Aeronáutica (CECOMSAER) em dois eventos distintos ocorridos no ano de 2020: a Operação Regresso (transporte de brasileiros que estavam na cidade chinesa de Wuhan, à época o epicentro de uma pandemia) e o Exercício Operacional Tápio (manobra militar com a finalidade de promover a continuidade operacional dos militares da FAB).

Os dados obtidos sofrerão análises acadêmicas e terão o único propósito de consubstanciar argumentos para ressaltar a importância das atividades de comunicação social no teatro de operações. No artigo científico que estou elaborando, o foco dessas atividades está voltado para a prevenção de crises junto à sociedade, uma vez que a opinião pública tem considerável peso na condução de um conflito.

Importante ressaltar que não é objetivo do trabalho criticar decisões tomadas pelos Comandantes/Chefes e Diretores envolvidos nos eventos. O propósito é avaliar as respostas à luz de teóricos da comunicação de modo a evidenciar os impactos positivos da comunicação social e reforçar a necessidade da aplicação dos seus conceitos nos casos em que houve impacto negativo.

Coloco-me inteiramente à disposição para as interações julgadas necessárias. Informo, ainda, que será enriquecedor caso seja do interesse do CECOMSAER destacar um coorientador para acompanhar o desenvolvimento do meu trabalho.

Respeitosamente,

André Maia – Ten Cel Av

Oficial-Aluno CCEM 2021

ANEXO A – QUESTIONÁRIO

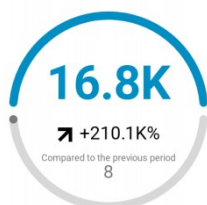
QUESTIONÁRIO DA OPERAÇÃO REGRESSO		SIM	NÃO
1	Houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, a iniciativa de convocar a imprensa para a divulgação dos objetivos da Operação Regresso ainda na sua fase de planejamento?		X
2	Houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, a iniciativa de convocar a imprensa para a divulgação dos dados da Operação Regresso (horários e datas de pouso e decolagem e modelo de aeronaves, por exemplo) assim que foram definidos pelo órgão competente?	X	
3	Havia um centro de gerenciamento de crise, ou algo correlato, independente se em Brasília ou em Anápolis, para lidar com as demandas os órgãos civis de imprensa?	X	
4	Houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, a iniciativa de mostrar aos órgãos de imprensa toda a preparação pela qual passou a ALA 2 para receber os repatriados?	X	
5	Houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, a iniciativa de divulgar a interoperabilidade entre as Forças Singulares no que tange à atuação dos diversos profissionais envolvidos na recepção dos repatriados (técnicos da área de saúde, em defesa química, biológica, nuclear e radiológica, em psicologia, enfermagem, etc)?	X	
6	Houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, a iniciativa de reforçar que aquela operação em tempo de paz era de extrema importância para o treinamento dos diversos setores da Força Aérea Brasileira para a eventualidade de um conflito?		X
7	Havia algum centro de relacionamento virtual do CECOMSAER ou de algum de seus elos, ou de alguns de seus elos, para responder às perguntas dos seguidores nas diversas redes sociais?		X
8	Havia algum centro de relacionamento virtual do CECOMSAER ou de algum de seus elos, ou de alguns de seus elos, para responder às perguntas dos jornalistas/repórteres dos diversos meios de comunicação interessados na cobertura do evento?	X	
9	Houve a preocupação, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, de tomar frente da situação e se tornar a principal fonte de informações gerais relativas a toda Operação Regresso?		X
10	Finalmente, houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, em relação às notícias divulgadas pelos diversos canais de comunicação, um acompanhamento para emitir notas em esclarecimento a qualquer dado incorreto publicado?	X	
CONSIDERAÇÕES DO CECOMSAER			
Com relação a pergunta 9, não houve a preocupação, por parte do CECOMSAER, de tomar a frente da situação e se tornar a principal fonte, pois a principal fonte foi o Ministério da Defesa			

ANEXO A – QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO DO EXERCÍCIO OPERACIONAL TÁPIO		SIM	NÃO
1 1	Houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, um contato prévio com a imprensa local (Campo Grande-MS) com o propósito de informar a necessidade e a importância do Exercício no contexto nacional bem como os protocolos de segurança que seriam seguidos por ocasião da pandemia de COVID-19?	X	
1 2	Houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, uma campanha prévia (release) com a imprensa nacional com o propósito de informar a necessidade e a importância do Exercício no contexto nacional bem como os protocolos de segurança que seriam seguidos por ocasião da pandemia de COVID-19?	X	
1 3	Houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, uma campanha prévia com órgãos locais dos poderes executivo, legislativo e judiciário com o propósito de informar a necessidade e a importância do Exercício no contexto nacional bem como os protocolos de segurança que seriam seguidos por ocasião da pandemia de COVID-19?	X	
1 4	Houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, a iniciativa de mostrar antes do início do Exercício Operacional Tápio, via campanha publicitária nas diversas redes sociais, a importância daquele treinamento atrelado à missão-síntese da Força Aérea Brasileira (“manter a soberania do espaço aéreo e integrar o território nacional com vistas à defesa da pátria”)?	X	
1 5	Houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, a atualização diária das informações nas redes sociais no decorrer do exercício de modo a manter o público a par dos acontecimentos?		X
1 6	Havia algum centro de relacionamento virtual do CECOMSAER ou de algum de seus elos para responder às perguntas dos seguidores nas diversas redes sociais durante a execução do Exercício?		X
1 7	Havia algum centro de relacionamento virtual do CECOMSAER ou de algum de seus elos para responder às perguntas dos jornalistas/repórteres dos diversos meios de comunicação interessados na cobertura do evento?	X	
1 8	Houve a preocupação, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, de tomar frente da situação e se tornar a principal fonte de informações gerais relativas a todo o Exercício Operacional Tápio?	X	
1 9	Finalmente, houve, por parte do CECOMSAER ou de algum de seus elos, em relação às notícias divulgadas pelos diversos canais de comunicação, um acompanhamento para emitir notas em esclarecimento a qualquer dado incorreto publicado?	X	
CONSIDERAÇÕES DO CECOMSAER			
Sem considerações adicionais por parte do CECOMSAER.			

ANEXO B – RELATÓRIO TALKWALKER OPERAÇÃO REGRESSO

NÚMERO DE MENÇÕES



MENÇÕES OVER TIME



ENGAJAMENTO



ENGAJAMENTO OVER TIME



powered by Talkwalker

1

REDES SOCIAIS - RANKING DE ENGAJAMENTO

Author	Post	Engagement	Other Metrics
<p>fab oficial</p> <p>Instagram instagram.com</p> <p>07/02/20 19:06 Brazil</p>	<p>Operação Regresso à Pátria Amada Brasil Militar da equipe médica do Instituto de Medicina Aeroespacial (IMAE) afere a temperatura de um dos brasileiros a bordo do VC-2 da FAB em Wuhan, na China. #AssasqueProtegemOPais #FABrepatriação...</p>	58K	<p>Sentiment Positive</p> <p>Instagram Followers 857.3K</p> <p>Instagram Likes 56.9K</p>
<p>jairmessiasbolsonaro</p> <p>Instagram instagram.com</p> <p>02/02/20 20:32 Brazil</p>	<p>Repatriação dos brasileiros que se encontram em Wuhan/Hubei, China. - O governo adota todas as medidas necessárias para trazer de volta ao Brasil os seus cidadãos que se encontram na provincia de Hubei. - Serão trazidos, em segurança p...</p>	49.3K	<p>Sentiment Positive</p> <p>Instagram Followers N/A</p> <p>Instagram Likes 47.8K</p>
<p>fab oficial</p> <p>Instagram instagram.com</p> <p>31/01/20 13:12 Brazil</p>	<p>#Vocêsabia? Hoje diversas mulheres pilotam os helicópteros da FAB. Aproveitamos para lembrar que segunda-feira (03/02) é o Dia da Aviação de Asas Rotativas. Saiba como ser piloto da FAB, acesse: www.fab.mil.br/ingresso #AsasRotativa...</p>	39.4K	<p>Sentiment Positive</p> <p>Instagram Followers 852.3K</p> <p>Instagram Likes 39K</p>
<p>fab oficial</p> <p>Instagram instagram.com</p> <p>28/02/20 21:02 Brazil</p>	<p>Quer fazer parte da Força Aérea Brasileira? Confira todas as formas de ingresso em www.fab.mil.br/ingresso ☐ Ten Ottoni. #FAB #Dimensão22 #Aviação #VempraFAB</p>	30.2K	<p>Sentiment Positive</p> <p>Instagram Followers 871.8K</p> <p>Instagram Likes 30K</p>
<p>fab oficial</p> <p>Instagram instagram.com</p> <p>04/02/20 14:46 Brazil</p>	<p>Fique ligado. O período de inscrições para ingressar na @afamiliar está previsto para iniciar em março. Falta pouco! Saiba mais sobre as etapas do exame de admissão em www.fab.mil.br/ingresso ☐ Capitão Meciel. #Ve...</p>	23.9K	<p>Sentiment Positive</p> <p>Instagram Followers 855.1K</p> <p>Instagram Likes 23.7K</p>

powered by Talkwalker

2

ANEXO B – RELATÓRIO TALKWALKER OPERAÇÃO REGRESSO

SITES - RANKING DE ALCANCE POTENCIAL

Author	Post	Potential Reach	Other Metrics
 da agência brasil Newspaper uol.com.br 01/03/20 12:05 Brazil	Fiocruz: Brasil está mais prepa... ...resgatados em Wuhan, na China. Os repatriados ficaram em quarentena na Base Aérea de Anápolis, em Goiás. Segundo Rivaldo ... Brasil se tornam maiores. E não é só a China, que é um país para o qual o Brasil não tem voos diretos. Mas a Itália...	89.7M	Sentiment Positive
 Caleb Guerra Magazine terra.com.br 26/02/20 07:13 Brazil	Relatos da quarentena (4): Entr... ...um número nas estatística dos jornais mundo afora. Ver essa foto no Instagram @fab_oficial voces sao os melhores. Obrigado de ? Uma publicação compartilhada por Caleb Guerra (@calebwkyz) em 23 de Fev, 2020 às 2:56 PST Eu não a conheci...	11.1M	Sentiment Neutral
 Amanda Pupo, Gilberto Amendola... Magazine terra.com.br 23/02/20 22:01 Brazil	Operação de resgate foi tensa, diz... ...FAB para o Paraná, três para Minas Gerais e uma para o Pará. Operação Regresso à Pátria Amada — Força Aérea Brasileira ... de amizade com os voluntários da FAB (Força Aérea Brasileira), sabe? E entre nós mesmos. Cada parada do avião desci...	11.1M	Sentiment Neutral
 Terra Magazine terra.com.br 23/02/20 13:56 Brazil	Brasileiros resgatados da China... ...fevereiro na base aérea de Anápolis, depois do resgate de 34 delas da cidade de Wuhan, na China, foi liberado neste domingo... Antes de embarcar em aviões da Força Aérea Brasileira (FAB), em Anápolis, para as suas cidades, o grupo participou...	11.1M	Sentiment Neutral
 Amanda Pupo Magazine terra.com.br 23/02/20 13:34 Brazil	Ministro da Defesa diz que prot... ...deixaram a Base Aérea de Anápolis pouco depois das 11h. Duas aeronaves da Força Aérea Brasileira (FAB) foram utilizadas... A segunda pousou já em Brasília, de onde um outro voo da FAB irá para a Serra do Cachimbo, no Pará, com um passag...	11.1M	Sentiment Neutral

powered by Talkwalker

3

INFLUENCERS

Most active author	Most influential author	Most active site	Most influential site
 edenilze2012 Blogs 56 Posts	 fab_oficial Instagram 90.6K Engagement	 uol.com.br Newspaper 95 Posts	 globo.com Online News 126.1K Engagement

TOP INFLUENTES - RANKING DE ENGAJAMENTO

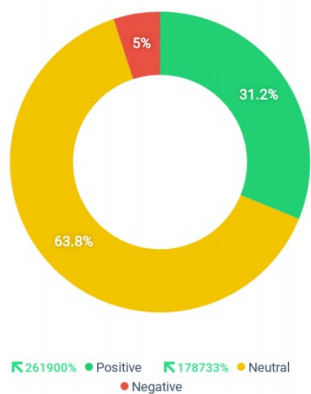
Influencer	Network	Posts	Sentiment	Reach	Reach per mention	Engagement ↓	Engagement per mention
 fab_oficial instagram.com		5		4.3M	857.4K	90.6K	18.1K
 R7.com noticias.r7.com		33		60.3M	1.8M	90.3K	2.7K
 1995 2020 gr... saude.estadoo...		17		438.4K	25.8K	58.4K	3.4K
 Mateus Rodri... g1.globo.com		1		21.5M	21.5M	40K	40K
 G1 g1.globo.com		35		754M	21.5M	34.7K	992.6

powered by Talkwalker

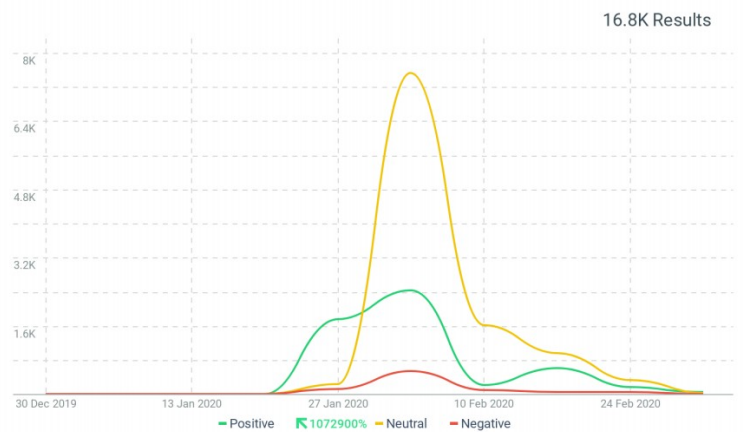
4

ANEXO B – RELATÓRIO TALKWALKER OPERAÇÃO REGRESSO

SHARE OF SENTIMENT



SENTIMENT OVER TIME



ANEXO C – RELATÓRIO TALKWALKER EXERCÍCIO OPERACIONAL TÁPIO

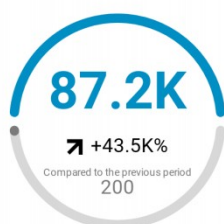
NÚMERO DE MENÇÕES



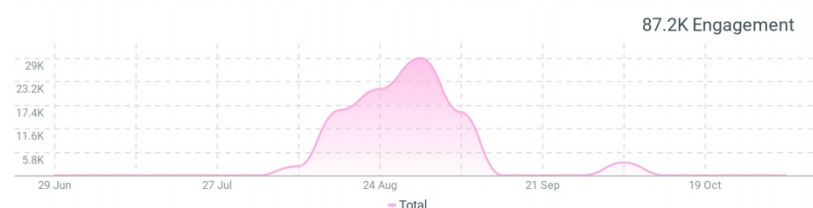
MENÇÕES OVER TIME



ENGAJAMENTO



ENGAJAMENTO OVER TIME



powered by **Talkwalker**

1

REDES SOCIAIS - RANKING DE ENGAJAMENTO











Author	Post	Engagement	Other Metrics
 fab oficial Instagram instagram.com 27/08/20 21:03 Brazil	#Tápio Conheça a atuação dos helicópteros AH-2, H-60 e H-36 na simulação de guerra irregular. Acesse o link do site na bio e saiba mais. #FAB #Dimensão22 #AsasQueProtegem	13.8K	Sentiment Positive Instagram Followers 953.6K Instagram Likes 13.7K
 fab oficial Instagram instagram.com 03/09/20 11:58 Brazil	#Tápio FAB lança paraquedistas e cargas das aeronaves C-130 Hércules, C-105 Amazonas e ... aeronaves no Exercício Operacional Tápio 2020. #FAB #Dimensão22 #Defender...	11.1K	Sentiment Positive Instagram Followers 953.6K Instagram Likes 11.1K
 Força Aérea Brasileira Facebook facebook.com 08/09/20 17:07 Brazil	#Tápio Mulheres militares da FAB participaram das atividades operacionais no Exercício Tápio. Acesse https://bit.ly/31ZHQFM e saiba mais. #FAB #Dimensão22 #MulheresnaFAB Source...	10.1K	Sentiment Positive Facebook Followers 1.5M Facebook Likes 7.5K Facebook Shares 2.3K
 Força Aérea Brasileira YouTube youtube.com 23/08/20 20:35 Brazil	Aeronaves da FAB realizam pri... O Composite Air Operation (COMAO) envolveu as aeronaves A-1 e A-29 Super Tucano, para as missões de Ataque: H-36 Caracal, H-60L Black Hawk, AH-2 Sabre e SC-105 para as missões CSAR; C-105 Amazonas e C-95 Bandeirante nas missões...	6.7K	Sentiment Positive YouTube Likes 6.6K YouTube Dislikes 45 YouTube Views 77.4K
 Força Aérea Brasileira Facebook facebook.com 22/08/20 17:49 Brazil	#TÁPIO Hoje (22/8), 20 aeronaves da FAB realizaram a primeira Missão Aérea Composta (COMAO) do Exercício Operacional Tápio, na ALA 5 - Base Aérea de Campo Grande. #FAB #Dimensão22 #AsasQueProtegem Source...	5.6K	Sentiment Positive Facebook Followers 1.5M Facebook Likes 4.8K Facebook Shares 670

powered by **Talkwalker**

2

ANEXO C – RELATÓRIO TALKWALKER EXERCÍCIO OPERACIONAL TÁPIO

SITES - RANKING DE ALCANCE POTENCIAL

Author	Post	Potential Reach	Other Metrics
 Vinius Valfré Magazine terra.com.br 10/08/20 05:10 Brazil	FAB mantém treinamento em e... ...da covid-19 no Centro-Oeste, a Força Aérea Brasileira (FAB) manteve, neste mês, a realização de um treinamento para 700... Justificativa O chamado Exercício Operacional Tápio (Expo Tápio) ocorrerá em uma base militar de Campo Grande, de 1...	 10.6M	Sentiment Negative
 Estadão Conteúdo Newspaper em.com.br 10/08/20 13:35 Brazil	FAB mantém treinamento em e... ...da covid-19 no Centro-Oeste, a Força Aérea Brasileira (FAB) manteve, neste mês, a realização de um treinamento para 700... Justificativa O chamado Exercício Operacional Tápio (Expo Tápio) ocorrerá em uma base militar de Campo Grande, de 1...	 3.5M	Sentiment Negative
 estadão conteúdo Blogs istoe.com.br 10/08/20 13:35 Brazil	FAB mantém treinamento em e... ...da covid-19 no Centro-Oeste, a Força Aérea Brasileira (FAB) manteve, neste mês, a realização de um treinamento para 700... Justificativa O chamado Exercício Operacional Tápio (Expo Tápio) ocorrerá em uma base militar de Campo Grande, de 1...	 3.2M	Sentiment Negative
 vinius valfré Newspaper uol.com.br 10/08/20 08:35 Brazil	FAB mantém treinamento em e... ...da covid-19 no Centro-Oeste, a Força Aérea Brasileira (FAB) manteve, neste mês, a realização de um treinamento para 700... Justificativa O chamado Exercício Operacional Tápio (Expo Tápio) ocorrerá em uma base militar de Campo Grande, de 1...	 2.6M	Sentiment Positive
 FORUM Blogs revistaforum.com.br 10/08/20 07:14 Brazil	FAB mantém treinamento de 700... ...extremo". Decisão da Aeronáutica incomodou o governo estadual A Força Aérea Brasileira (FAB) vai realizar neste mês um... O treinamento a ser realizado pela FAD se chama Exercício Operacional Tápio (Expo Tápio) e ocorrerá entre os dias 17 d...	 2M	Sentiment Negative

powered by Talkwalker

3

INFLUENCERS

Most active author



Força Aérea Brasileira - Págin...
Flickr
69 Posts

Most influential author



Força Aérea Brasileira
Facebook
30.7K Engagement

Most active site



www.fab.mil.br
Online News
53 Posts

Most influential site



www.campograndenews.com...
Newspaper
1.6K Engagement

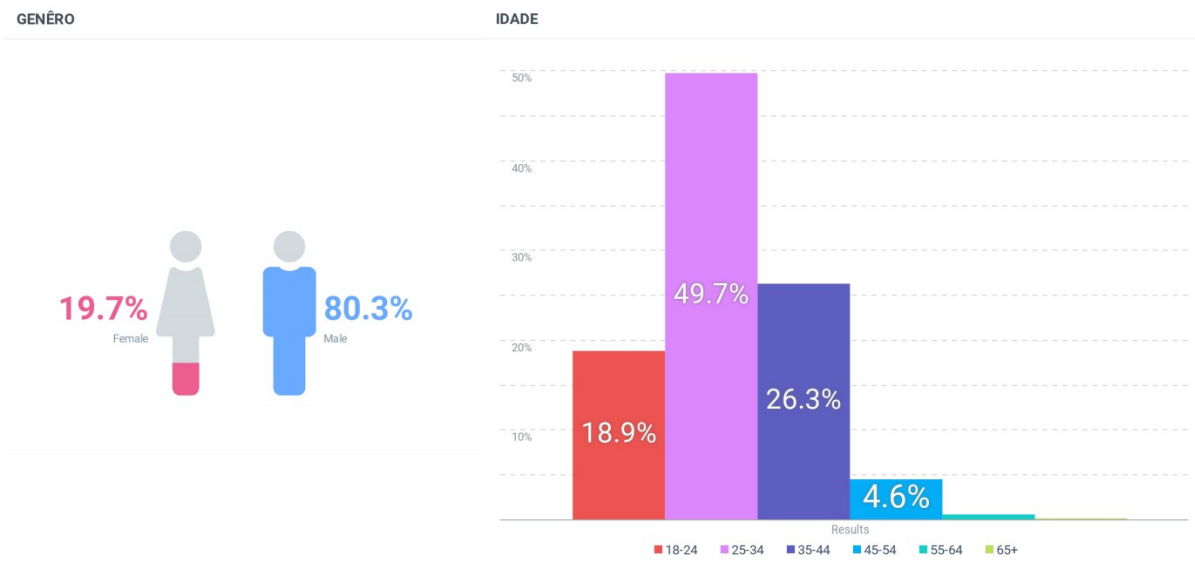
TOP INFLUENTES - RANKING DE ENGAJAMENTO

Influencer	Network	Posts	Sentiment	Reach	Reach per mention	Engagement ↓	Engagement per mention
 Força Aérea ... facebook.com		6		8.7M	1.5M	30.7K	5.1K
 fab_oficial instagram.com		3		239.7K	79.9K	28.9K	9.6K
 Força Aérea ... youtube.com		4		206.9K	51.7K	17.4K	4.3K
 Força Aér... @fab_oficial		6		3.4M	564.4K	3.3K	557.2
 andrelcf_spo... instagram.com		8		0	0	2.2K	279.6

powered by Talkwalker

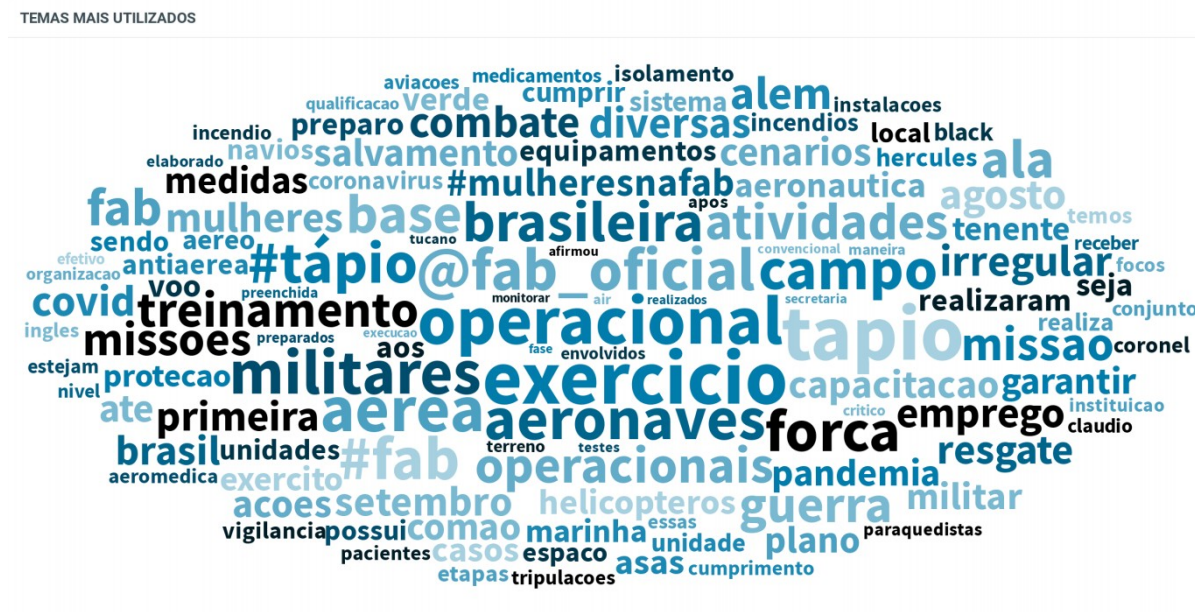
4

ANEXO C – RELATÓRIO TALKWALKER EXERCÍCIO OPERACIONAL TÁPIO



powered by Talkwalker

5



powered by Talkwalker

6

ANEXO C – RELATÓRIO TALKWALKER EXERCÍCIO OPERACIONAL TÁPIO

