



ESCOLA DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS DA AERONÁUTICA
DIVISÃO DE ENSINO
CURSO DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS 3º/2024

EDSON MENDES DE SOUZA, Cap QOCAPL CAT

O futuro é sempre jovem:

Comunicação estratégica que propicie ao jovem reconhecer o seu papel nas Forças
Armadas

Rio de Janeiro

2024

ESCOLA DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS DA AERONÁUTICA
DIVISÃO DE ENSINO
CURSO DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS 3º/2024

EDSON MENDES DE SOUZA, Cap QOCAPL CAT

O futuro é sempre jovem:

Comunicação estratégica que propicie ao jovem reconhecer o seu papel nas Forças
Armadas

Trabalho de conclusão de curso apresentado
à Escola de Aperfeiçoamento de Oficiais da
Aeronáutica como requisito parcial para
aprovação no Curso de Pós-Graduação Lato
Sensu em Liderança com Ênfase em Gestão
no COMAER.

Linha de Pesquisa: Comunicação Social
Orientador: Prof. Dr. André Gonçalves

Rio de Janeiro

2024

EDSON MENDES DE SOUZA, Cap QOCAPL CAT

O futuro é sempre jovem:

Comunicação estratégica que propicie ao jovem reconhecer o seu papel nas Forças Armadas

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Aperfeiçoamento de Oficiais da Escola de Aperfeiçoamento de Oficiais da Aeronáutica.

Aprovado por:

Presidente, Prof. Dr. André Gonçalves - EAOAR

Danilo Bichir, Maj Inf - EAOAR

Rio de Janeiro

2024

RESUMO

Um comportamento social por parte da juventude dos tempos atuais e que diz respeito ao trabalho e a realização pessoal e profissional, nos chama a atenção. A juventude do nosso tempo, apresenta padrões de comportamento e valores que divergem dos valores e padrões almejados pelas organizações militares. O jovem contemporâneo aspira experiências de trabalho que signifiquem resultados imediatos, tanto no campo social como financeiro. A ideia de uma carreira profissional, que signifique anos de espera e de trabalho para então atingir objetivos financeiros ou de qualquer ordem, não é atraente para os padrões da juventude atual, aqui representada pela Geração Z. Contudo, uma carreira profissional de realização a longo prazo é o que as nossas instituições militares sobretudo as Forças Armadas, têm a oferecer. Mediante os seus altos padrões de ética e conduta moral, as Forças Armadas repousam sobre um passado de grandes conquistas, alçado com os seus valores e se constituem um grande bem para a sociedade. Sabemos que cada geração vivencia suas próprias experiências, também as molda nos mais diversos aspectos: cultura, comportamento e demais conjunturas sociais que contribuem sobremaneira para a formação do indivíduo. As Forças Armadas, por seu caráter sólido e duradouro, com valores institucionais que não correspondem aos valores imediatistas e transitórios dessa geração, terá de encontrar novas formas de comunicação e diálogo que possibilitem ao jovem atual esse engajamento.

Palavras-chave: juventude; comunicação; valores; forças armadas.

1 INTRODUÇÃO

Ao apresentarem-se para o Serviço Militar Obrigatório, muitos jovens encontram-se em fase de discernimento do seu futuro profissional. Definir-se na vida profissional é um desafio e as dúvidas povoam a mente do jovem. Assim como tantas outras profissões, a profissão militar se apresenta como um caminho possível, no entanto para a juventude que, num futuro próximo, deve apresentar-se para o Serviço Militar Obrigatório, tal decisão de aderir a instituições de caráter mais tradicional, configura esse desafio, dada as inúmeras opções disponíveis no mercado de trabalho. Cada vez mais, as Forças Armadas deverão adaptar-se a esses novos estilos e comportamentos, a fim de, trabalhar com o jovem das gerações atuais.

Considerando o cenário descrito, defendo a necessidade de adaptação do discurso e das estratégias de interação com as novas gerações, apresentamos aqui, a necessidade de se estabelecer um contraponto, entre os valores relativos e transitórios, verificados no comportamento e nas escolhas do jovem contemporâneo, suas necessidades e interesses imediatistas e os valores de cunho tradicional, perenes e duradouros, constitutivos das instituições militares.

Para sustentar essa tese, consideramos a influência dos múltiplos grupos sociais em que esse jovem se insere e a influência de tais grupos em sua decisão. Outro ponto a considerar é o descompasso entre as instituições militares, que são conservadoras em seus valores e perenes em seus costumes; e a questão geracional em que esse jovem se insere, ou seja, a Pós-modernidade.

Muito já tem sido feito em termos de propaganda institucional com o interesse de atrair a atenção do jovem para a vida militar, contudo, notamos que ainda se faz necessário, redescobrirmos novas formas de linguagem e meios de comunicação com as novas gerações e seus valores.

2 DESENVOLVIMENTO: GRUPOS SOCIAIS E JUVENTUDE

Tudo começa na família. A família é o grande “ensaio” da vida. É na família que aprendemos a nos reconhecer e a conhecer o outro como indivíduo. Na família encontramos um lugar, temos um “papel”, aprendemos a dividir e a somar com os demais atores dessa sociedade incipiente da qual todos fazemos parte. A família é o nosso grupo social primordial, nossa primeira escola de valores.

Partimos da perspectiva de que a formulação e a legitimação desses valores devem ser feitos essencialmente pela família, pois os comportamentos e ideias aí praticados servem de referência para crianças e adolescentes. [...] Não é apenas um ou outro fator isolado (família, traços de personalidade de escola, amigos etc.) mas o conjunto deles que contribui nesse processo; é a interação do sujeito com esses fatores (meio), pois vai, aos poucos, estabelecendo seus valores morais. (Damasceno, 2013, p. 46).

De acordo com Damasceno (2013), o segundo passo é a sociedade. Na escola, com os amigos e tantas outras experiências, o jovem experimenta a influência do meio, ele cresce e aprende a ser pessoa. O Serviço Militar é apenas um exemplo das muitas experiências a serem vivenciadas por esse jovem. Outros fatores sociais marcantes ainda, irão contribuir para o seu desenvolvimento.

O jovem na sociedade atual vive uma trama de relações sociais materiais que organizam a experiência cotidiana. Seja no plano pessoal, ou como agente social, esta tem a mesma força das relações desenvolvidas no âmbito do trabalho, podendo organizar a vida laboral. (Damasceno, 2013, p. 43).

O fator econômico pode sim, ser determinante para muitas escolhas. Do ponto de vista econômico, o jovem prefere optar por caminhos que tragam resultados mais imediatos. A título de exemplo, destacamos aqui a Base Aérea de Campo Grande, Estado do Mato Grosso do Sul. Ao apresentar-se para o serviço militar, uma das primeiras preocupações do jovem é o tempo que deverá permanecer nessa condição. Somado a esse aspecto, a Capital do Estado (Campo Grande), oferece ainda, muitas outras possibilidades ao jovem em termos de preparação para a vida profissional:

Até 2023, um total de 41 escolas técnicas e profissionalizantes de um total de 101 instituições de ensino cadastradas. Temos em torno de 840 cursos conhecidos e cadastrados em nossa base, sendo que tem uma variação de quantidade de participantes (alunos) de 15 a 50 por turma. Não nesse levantamento quantidade de turmas ou períodos para fins de computo. O top 5 cursos técnicos e profissionalizantes são: Técnico em Enfermagem; Técnico em Administração; Técnico em Informática; Técnico em Segurança do Trabalho; Técnico em Edificações. E o top 5 escolas técnicas: Senac; Senai; IFMS; Escola Técnica Estadual de CG; CEPEF. (MEC – SisTec, 2023).

Inúmeros são os autores que se ocupam com o fenômeno da Pós-modernidade, tanto no campo da sociologia, quanto da filosofia, sendo a sociologia a fonte das observações aqui apresentadas. Para a nossa reflexão, destacamos o conceito de “homogeneização” de Stuart Hall (1992). Segundo esse autor, cada geração se desenvolve mediante experiências peculiares e que lhes são próprias, como por exemplo: acontecimentos históricos, movimentos culturais, a moda e diversas outras tendências que acompanham o seu tempo. Com o advento da Internet, o conceito de “globalização” do pensamento e dos costumes se torna evidente.

2.1 A PÓS-MODERNIDADE E A QUESTÃO GERACIONAL

Com base no conceito de “homogeneização”, preconizado por Hall, compreendemos melhor a realidade do pensamento unitário, parte do fenômeno da globalização experimentada por nós, a partir da segunda metade do Século XX. As diferentes identidades que surgem a partir das variadas culturas permitem ao jovem escolher aquela para a qual ele se sente mais atraído. Com o advento da Internet, intensificou-se uma tendência já latente no espírito do homem moderno:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece impossível fazer uma escolha. (Hall, 1992. Pg. 75).

Em um cenário global os valores convergem, as identidades se confundem e o indivíduo se vê impelido a escolher diante da possível incerteza, pois afinal, como escolher um caminho, uma profissão, um amor, tendo tantas opções? O filósofo e sociólogo polonês, Sigmund Bauman enriquece ainda mais essa reflexão com o conceito de “Modernidade Líquida”. Para Bauman, em uma sociedade líquida os indivíduos, as relações entre eles e as instituições não têm mais uma forma rígida e duradoura. Tudo está em constante transformação, muda rápido e “nada é feito para durar”. Segundo Bauman a velocidade das mudanças e esse caráter efêmero das relações na sociedade é justamente a característica do nosso tempo. A fluidez cria uma cultura de imediatismo, de curto prazo: “Os tempos são líquidos porque assim como a água, tudo muda muito rapidamente. Na sociedade contemporânea, nada é feito para durar.” (Bauman, 2001, p. 05).

A Questão Geracional, abordada por diversos autores desde a década de 50, sobretudo no campo da sociologia, identifica o surgimento de grupos geracionais que são marcados por sucessivas mudanças no transcurso da modernidade. Esses grupos geracionais são caracterizados pelos períodos de seus nascimentos e compartilham experiências históricas, mudanças culturais e conjunturas sociais no decorrer de seu desenvolvimento e de sua formação. Os *Baby Boomers*: “[...] representam aqueles nascidos entre 1946 e 1964, essa enorme geração consiste em cerca de um bilhão de bebês nascidos após a Segunda Guerra Mundial”. (Pauli, p. 10, 2020). Na sequência, a geração nascida entre 1965 e 1979, popularmente conhecida como Geração X. É uma geração

marcada pelo pragmatismo e autoconfiança em suas escolhas; buscou promover a igualdade de direitos e a justiça em suas decisões. (Pauli, p. 10, 2020). A Geração Y (*Millennials*) nascida entre 1980 e 1994 é a primeira geração tecnológica e global do mundo. Considerada uma geração altamente questionadora quando diante de uma determinada situação, eles também foram chamados de Geração “Por quê?” (Berkup, 2014). Por fim, a Geração Z. Composta por pessoas nascidas após 1995, também são chamadas de “filhos da internet”, geração digital, nativos digitais e geração da mídia.

Algumas das características relevantes dessa geração são confiança, individualismo, liberdade, rapidez e dependência tecnológica. O conceito de mundo dessa geração tem características relacionadas ao desapego às fronteiras geográficas, e sua forma de pensar é influenciada desde cedo pela imagem de um mundo cada vez mais complexo e em constante mudança. (Pauli, 2020, p.10).

Há pontos positivos e negativos a serem considerados. A Geração Z é uma geração altamente sintonizada com as novas tecnologias, está sempre aprendendo e se adaptando aos novos contextos. As instituições que irão trabalhar com essa geração terão o desafio de formar gestores que sejam capazes de administrar essa fluidez de pensamento. As Forças Armadas, não apenas no Brasil, mas em todo o mundo buscam esse avanço e aperfeiçoamento tecnológico e a Geração Z tem muito a contribuir.

O perfil comportamental da geração Z sugere uma série de influências benéficas às organizações, pois são altamente qualificados tecnologicamente, desempenham diversas atividades simultaneamente, têm tendência a buscar conhecimento, ganhando destaque no mercado em relação aos demais profissionais. (Berkup, 2014, p. 218).

Por outro lado, a dificuldade em acatar e seguir regras, por parte dessa geração, pode ser um desafio para as instituições militares, pois essas trazem em sua constituição uma cadeia de comando piramidal e vertical. O papel das instituições que irão trabalhar com essa geração, se tornará ainda mais importante para as organizações, pois, mais que exigir metas, deverá criar um ambiente psicologicamente seguro e um espaço de escuta ativa.

2.2 INSTITUIÇÕES MILITARES E SEUS VALORES

As instituições militares, como a Marinha do Brasil, o Exército Brasileiro e a Força Aérea Brasileira estão fundamentadas sob valores sólidos e duradouros que orientam o comportamento e a conduta de seus integrantes. Esses valores são essenciais para a eficiência, a eficácia e a subsistência mesma, dessas instituições. Tais valores não

apenas moldam a vida militar, mas também influenciam positivamente a sociedade, promovendo um senso de dever, responsabilidade e respeito mútuo. As Forças Armadas são instituições de Estado, são permanentes e se destinam a “defender a Pátria e a garantir os poderes constituídos, a lei e a ordem” (BRASIL, 1988). As Forças Armadas são regidas pelo Estatuto dos Militares, que descreve de forma categórica os padrões de comportamento e de moralidade, indispensáveis para o ordenamento da vida na caserna e fora dela.

Como toda instituição tradicional, é necessário às Forças Armadas adaptar o seu discurso para dialogar com as novas gerações. A Geração Z, hoje, já supera os Baby Boomers como força de trabalho, e até 2040 superarão os *Millenials* também (Almeida, 2024). Corresponder às necessidades das novas gerações e adaptar-se à sua visão de mundo, pode significar mudanças substanciais para as Forças Armadas, preparando novos líderes para novos liderados. Embora não tenha sido mencionado até o momento, vale considerar também, que outras gerações virão, e em um futuro próximo, nossas Escolas e Academias estarão recebendo a Geração Alfa, que são os nascidos a partir de 2013.

O nosso papel é ouvir essa geração e ensiná-los a serem resilientes, a enfrentar desafios, crescer, aprender e se desenvolver. E eles podem nos ensinar a atuar de formas mais coerentes com o momento de mundo que a gente vive, de extrema tecnologia, evolução da inteligência artificial, mas ainda trabalhando como se trabalhava no pós-revolução industrial. (Almeida, 2024, p.05).

Sabemos que uma geração não é melhor ou pior do que a outra, são apenas diferentes. Sendo formadas em ambientes históricos e contextos sociais diferentes, conseqüentemente experimentaram diferentes etapas do processo evolutivo da sociedade técnica e tecnológica. O que significa que há a necessidade de adaptação das instituições a esses novos sujeitos, promovendo formas de atrair a juventude atual para o serviço militar.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apresentar a Questão Geracional nos ajuda a compreender que o sujeito é fruto do seu tempo e de sua história, é marcado por mudanças que podem ser observadas a cada sucessiva geração e que, essas mesmas gerações constituem valores próprios ou, visões de mundo que determinam suas convicções e atitudes. A Geração Z que hoje, se apresenta para ingressar nas fileiras da FAB possuem aptidões e valores que lhes são peculiares. Trata-se de uma geração altamente sintonizada com as novas tecnologias, está sempre

aprendendo e se adaptando aos novos contextos. Diferente das gerações anteriores, focadas no trabalho, na disciplina e na constância, a Geração Z tem pressa e não se detém a um ideal, suas características de imediatismo e transitoriedade, constituem a égide de seus valores. As instituições que irão trabalhar com essa Geração terão o desafio de administrar tal fluidez de pensamento.

As instituições militares, por seu turno, trazem por tradição, valores sólidos e duradouros, que exigem comprometimento e dedicação da parte do indivíduo, que terá de trilhar uma carreira profissional de engajamento, aperfeiçoamento e constante dedicação. A realização pessoal e profissional de um militar de carreira evidencia-se no compromisso ético do cumprimento do dever, portanto, não se resume à mera questão socioeconômica imediatista. Um conflito de valores e de interesses é facilmente observado aqui, por parte do perfil apresentado pelas instituições militares e do perfil observado nos membros da Geração Z.

Como parecer final, consideramos que, para as Forças Armadas, dentre elas a Força Aérea Brasileira, faz-se necessário adaptar o discurso e as estratégias de interação com as novas gerações. Campanhas de recrutamento realizadas no passado buscando impelir o jovem a dar a vida, dedicar-se por amor a Pátria, funcionaram bem dentro de um determinado contexto e com as gerações anteriores. O cenário atual, com a Geração Z e as gerações que virão, sugere novas capacidades e habilidades de interação por parte de nossas instituições militares. Portanto, a Força Aérea Brasileira deve adaptar o seu discurso, a fim de atrair a juventude contemporânea. E não apenas isso, a Geração Z já supera em muito os *Babby Boomers* como força de trabalho disponível para o mercado. Dialogar com as novas gerações e seus valores é condição indispensável para continuar suprindo as fileiras da FAB. As reflexões e iniciativas aqui apresentadas podem ser extrapoladas para os concursos de admissão, buscando a criação de um canal de comunicação mais efetivo e atrativo aos jovens que estão em condições de concorrer às nossas escolas.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, F. Principais tendências do futuro do trabalho direto do SXSXW - **Forbes** (De avanços da IA à chegada da Gen Z, Renata Rivetti, fundadora da Reconnect - Happiness at Work, comenta as discussões que foram destaque no maior festival de inovação do mundo).
Disponível em:
<https://forbes.com.br/carreira/2024/03/o-mundo-mudou-principais-tendencias-do-futuro-do-trabalho-direto-do-sxsw>. Acesso em: 04 Out 2024.
- BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- BAUMAN, Z. **Vida Para Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BERKUP, S. B. Working with Generations X and Y in Generation Z period: management of different generations in business life. **Mediterranean Journal of Social Sciences** 5(19), 218- 229 (2014).
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 05 de outubro de 1988. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 04 Ago 2024.
- DAMASCENO, M. N. *et al* Esdras Barbosa. A formação da juventude e os valores. **Formação da juventude e valores**. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2013.
- HALL, S. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. [s. l.] DP&A Editora, 1992.
- MEC – SisTec - **Cursos Profissionalizantes, Técnico e de Graduação**. Senac MS | Cursos livres, cursos rápidos, cursos técnicos, cursos EAD, palestras, consultoria, atendimento corporativo – cursos.
Disponível em:
<https://www.guiatelefone.com/empresas/campo-grande-ms/cursos-treinamentos-e-escolas-especializadas/escolas-tecnicas-e-rofissionalizantes>. Acesso em: 26 Set 2024.
- PAULI, J., GUADAGNIN, A., RUFFATTO, J. Valores relativos ao trabalho e perspectiva de futuro para a Geração Z. **Revista de Ciências da Administração**. v. 22, n. 57, p. 8-21, Agosto, 2020.