



ESCOLA DE PERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS DA AERONÁUTICA
COORDENADORIA ACADÊMICA
CURSO DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS 1/2020

DIEGO LOPES DE LYRA, Cap Av

CLIPPING DIRECIONADO AO ALTO COMANDO DA AERONÁUTICA

Rio de Janeiro

2020

ESCOLA DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS DA AERONÁUTICA
COORDENADORIA ACADÊMICA
CURSO DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS 1/2020

DIEGO LOPES DE LYRA, Cap Av

CLIPPING DIRECIONADO AO ALTO COMANDO DA AERONÁUTICA

Trabalho de conclusão de curso apresentado no Curso de Aperfeiçoamento de Oficiais da Aeronáutica como requisito parcial para aprovação no Curso de MBA em Gestão Pública com ênfase em Gestão de Projetos e Processos.

Área de Concentração. Administração Militar
Orientador: Maj Av Jaques da Silva Valle

Rio de Janeiro

2020

DIEGO LOPES DE LYRA, Cap Av

CLIPPING DIRECIONADO AO ALTO COMANDO DA AERONÁUTICA

Trabalho de conclusão de curso apresentado
no Curso de Aperfeiçoamento de Oficiais da
Aeronáutica.

Aprovado por:

Jaques da Silva Valle – Maj Av
EAOAR

Edivaldo Pires Figueiredo – Maj Esp Sup
EAOAR

Raphael Coutinho Stauffer – Maj Int
EAOAR

Rio de Janeiro
Julho 2020

RESUMO

O clipping, atividade de monitorar notícias, surgiu no século XIX após o empresário Henry Romeike reunir recortes de revistas e jornais de interesse de um determinado cliente. No Brasil, a atividade teve início no ano de 1928, através da criação da Lux Jornal Clipping de Jornais e Revistas. Igualmente, o Centro de Comunicação Social da Aeronáutica (CECOMSAER) confecciona diariamente o Noticiário de Imprensa (NOTIMP) direcionado ao Alto Comando da Aeronáutica. Nesse contexto, serão apresentadas, neste ensaio, reflexões que sustentem que a equipe de confecção do NOTIMP deve ser constituída exclusivamente por profissionais com formação na área de Comunicação Social, porque haverá uma melhor padronização de todos os procedimentos do serviço, minimizando erros e tornando os procedimentos mais fáceis de serem executados. Além disso, também traz reflexões de que profissionais com formação na área de Comunicação Social possuem características específicas, como a capacidade de interpretar e analisar com uma visão sistemática e estratégica a relevância de determinada notícia. Por fim, conclui-se que a equipe constituída exclusivamente por profissionais com formação na área de Comunicação Social, aumentará a qualidade final do produto, prestando um melhor assessoramento ao Alto Comando da Aeronáutica no processo de tomada de decisão e que haverá também aumento da eficiência da Organização, visto que os militares, formados em áreas diferentes da comunicação, estarão disponíveis em tempo integral para cumprirem as funções de origem.

Palavras-Chave: Clipping. Comunicação Social. Noticiário de Imprensa (NOTIMP).

1 O QUE É CLIPPING

Toda instituição, que busca compreender exatamente como anda a sua imagem perante a sociedade, precisa estar atenta ao que dizem a seu respeito na mídia. Afinal, muitas vezes as notícias sobre as instituições também representam um reflexo da imagem que a população tem sobre elas. Um dos instrumentos utilizados para acompanhar o que se fala na mídia sobre determinada marca ou instituição é chamado clipping de notícias. Na literatura sua origem e história e a relação com as organizações, teve início no século XIX, pela iniciativa do empresário Henry Romeike. No Brasil, há registros de que o clipping teve seu início em 1928, no Rio de Janeiro, com a criação da Lux Jornal Clipping de Jornais e Revistas, sendo a primeira empresa a comercializar recortes de jornais e revistas, de acordo com os interesses do cliente.

Pela mesma razão, o Centro de Comunicação Social da Aeronáutica (CECOMSAER) confecciona diariamente o clipping de notícias, também conhecido como Noticiário de Imprensa (NOTIMP), destinado ao Alto Comando da Aeronáutica. Ele é confeccionado por um oficial do CECOMSAER que cumpre serviço de vinte e quatro horas como permanência a Subseção de Assessoria de Imprensa (SDAI), tendo como uma de suas responsabilidades a confecção do clipping de notícias. Além disso, cerca de 30 militares das mais diversas especialidades (administração, relações públicas, arquivologistas, jornalistas e fotógrafos) concorre, um por vez, ao serviço de permanência e confecção do clipping.

A partir dessas considerações e com base que o clipping de notícias é o monitoramento constante dos canais de comunicação, tendo como objetivo fim saber o mais rápido possível o que está sendo dito na mídia sobre determinada marca ou instituição, defende-se que a equipe de confecção do NOTIMP deve ser constituída exclusivamente por profissionais com formação na área de Comunicação Social.

O primeiro aspecto a sustentar a utilização exclusiva de profissionais com formação na área de Comunicação Social para a sua confecção é, sem dúvida, uma melhor padronização de todos os procedimentos do serviço, pois ao passo que eles estejam bem padronizados obteremos uma maior facilidade no entendimento do NOTIMP, visto que ele será apresentado sempre com uma mesma configuração, aumentando assim, a qualidade do produto.

O segundo ponto a ser considerado é que a utilização exclusiva desses profissionais, que apresentam características necessárias para confeccionar o clipping, fará com que essa ferramenta não seja utilizada apenas como um jornal de monitoramento de notícias, mas também como uma ferramenta estratégica para assessorar a tomada de decisão do Alto Comando da Aeronáutica.

2 PADRONIZAÇÃO

Conforme observado por Bastos, Turrion, Sanches (2003) e por Martins, Zvirtes (2008), a padronização visa garantir a execução dos processos sempre da mesma maneira com a finalidade de se obter maior previsibilidade dos resultados. Todo serviço de clipagem (termo utilizado à atividade de confeccionar o clipping no Brasil) requer que seus procedimentos estejam bem padronizados, para que dessa forma, o clipping seja apresentado sempre em uma mesma configuração, facilitando o entendimento e minimizando os erros. Corroborando com esse pensamento, Sandoff (2005) diz que a padronização é utilizada para controlar, prever e minimizar os erros e desvios. Portanto, podemos definir o conceito de padronização, como uma atividade realizada sempre de uma mesma maneira em sequência, num intervalo de tempo, buscando o mínimo desperdício.

Além disso, também vale ressaltar que ao designar o processo de confecção do clipping a apenas uma equipe específica, será gerado um ambiente favorável ao aperfeiçoamento dos procedimentos a serem executados de forma a torná-los mais padronizados, visto que haverá uma menor rotatividade de militares executando a tarefa, gerando uma maior repetição dos procedimentos de confecção do NOTIMP pela equipe envolvida. Pois segundo Ritzman e Krajewsky (2004), o grau de repetitividade possui influência direta na padronização de processos, visto que uma atividade padronizada gera o aumento da produtividade em resultado de que o funcionário, através da repetição, aprende a realizar suas tarefas de forma mais rápida.

Por outras palavras, para se desenvolver a padronização o Productivity Press Development Team (2002) recomenda quatro passos principais: “definir o padrão, comunicar o padrão, estabelecer a adesão ao padrão e propiciar a melhoria contínua do padrão.” Com isso, conseguimos estabelecer um processo que devemos aprimorar dentro da SDAI, local onde o NOTIMP é elaborado, inserindo o militar de

serviço nesse processo, de forma que ele tenha as ferramentas necessárias para não só executar bem a confecção do clipping como também de dar o *feedback* necessário para haver uma melhora contínua no processo de padronização do mesmo.

Adicionalmente, salienta-se que, ao se impor um padrão de trabalho, não criará no trabalhador o sentimento de ser responsável pela atividade a ser realizada, sendo necessário envolvê-lo no processo de padronização, explicando seus objetivos e potenciais resultados. Dessa forma, a gerência participativa será priorizada, havendo muito menos resistência às mudanças e, portanto, a chance de sucesso na padronização do processo aumentará de forma considerável (KONDO, 2000).

Segundo Klinger (2007):

A padronização levará ao aumento da qualidade, fará com que todos falem a mesma língua, leiam com todos os produtos gerados com total facilidade, por seguirem um padrão, mesmo que tenham sido escritos por outro profissional.

Contudo, temos que a padronização é de elevada importância na busca pela alta qualidade do produto final, pois através dela que possuiremos não só uma maior previsibilidade, como também a manutenção dos resultados, diminuindo-se as dispersões e tornando os resultados previsíveis.

3 FORMAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

O profissional da Comunicação Social possui a capacidade, adquirida não só pela experiência dentro do ramo da comunicação, como também pelo aprendizado das competências técnicas e acadêmicas ligadas à sua área de atuação, durante o período de formação, de realizar diariamente uma leitura rápida, mantendo o entendimento e retendo as principais informações, sobre o ambiente externo de uma empresa ou instituição. Essa aptidão é privativamente histórica dos jornalistas e assessores de imprensa, que possuem além dessas técnicas de leitura dinâmica, outras características fundamentais para a confecção do clipping, como a capacidade de interpretar com eficiência a realidade dos fatos, apresentando uma visão sistemática e estratégica da informação e um olhar clínico sobre o que pode se tornar ou não uma notícia relevante. O que corrobora com o pensamento de Chinem

(2003), pois segundo o autor, “a assessoria de imprensa, longe de executar uma tarefa rotineira, enfadonha e repetitiva, exige conhecimentos técnicos e uma consciência ética de suas influências na opinião pública”.

Nota-se que o profissional formado na área da Comunicação Social possui características específicas que facilitam a ele se comunicar de forma clara e objetiva, esses profissionais conseguem abrir o canal de comunicação com a chefia, levando sugestões de como aprimorar o serviço, pois segundo Renato Martinelli (2013), saber as técnicas é básico para o profissional da Comunicação, mas o que irá diferenciá-lo dos outros profissionais é saber utilizar os recursos de maneira que a organização atinja seus objetivos por meio de diálogos especializados com os públicos, fornecendo, dessa forma, assessoria a sua chefia (*feedback*) ao inserir, no processo de confecção do clipping, orientações estratégicas de como apresentar as informações ao público de interesse.

Hoje em dia a tecnologia está cada vez mais presente na área da comunicação, e o CECOMSAER, por sua vez, procura manter-se atualizado nessa questão, visto que foi adquirida uma ferramenta de clipagem automática, chamada Talkwalker¹, que pesquisa por notícias e as captura de acordo com as palavras-chave, veículos de comunicação, nomes e outras variáveis que são cadastradas no software pelos membros da SDAI. No entanto, essa ferramenta não possui a capacidade de analisar as notícias quanto ao seu conteúdo, de ler nas entrelinhas das matérias para saber se existe a necessidade ou não dessa notícia ser incluída no NOTIMP, pois uma das diferenciações da clipagem direcionada ao Alto Comando da Aeronáutica é que ela é feita de modo a entregar aos oficiais gerais um produto já analisado de acordo com as necessidades pré-estipuladas por eles. Corroborando com essa afirmação, Teixeira (2001) diz que o clipping “[...] implica em processos de seleção, classificação, indexação e recuperação segundo critérios previamente determinados por um usuário, a partir de suas necessidades de informação”. Para esse tipo de função, o oficial que possui formação acadêmica na área da Comunicação Social se encaixa perfeitamente, complementando a utilização desse *software* de clipagem automática, para realizar essa seleção/classificação das notícias capturadas. Essa análise do noticiário requer uma avaliação sistemática das

¹ Ferramenta de análise e monitoramento digital, pertencente à empresa Talkwalker, que cobre as redes sociais, assim como as fontes online, impressas, de transmissão e de televisão, que gera relatórios completos de campanha, evento ou notícias sobre determinada marca.

informações veiculadas nas diferentes mídias. Em geral, busca-se verificar a forma com que a organização ou temas em que atua é apresentado em cada momento.

O que também ratifica a utilização de militares formados em comunicação na confecção do clipping são suas competências específicas. Segundo Renato Martinelli (2013), “um profissional de Comunicação deve saber ler o negócio da empresa e estar atualizado com aspectos do microambiente e macroambiente que possam influenciar as atividades da empresa.” Essa descrição é uma dentre as 10 competências do profissional de Comunicação elencadas por Martinelli, chamada de visão estratégica, característica inerente ao profissional formado na área de Comunicação e que também é de grande importância para o militar, responsável pela confecção do NOTIMP, pois nele constam informações que passaram por processos de análise e seleção criteriosas de acordo com a necessidade pré-estipulada pelo Alto Comando, podendo vir a definir ações essenciais para o processo de tomada de decisão, de uma forma geral, dos caminhos que devem ser traçados pela Força Aérea Brasileira (FAB) para que ela cumpra a missão a qual se destina.

Sobre a análise das notícias, Kopplin e Ferraretto (1996) afirmam que o clipping de notícias possui três tipos de classificações: clássico, sinopse e análise, sendo esta última descrita como a forma de se realizar a interpretação crítica das informações, apresentando a intenção e dados que possam estar omitidos. O profissional da Comunicação Social deve ser holístico, estratégico e possuidor da capacidade de antever situações que venham a causar impacto, positivo ou negativo, sobre a Organização/Instituição, possuindo, dessa forma, características específicas e necessárias para a confecção do NOTIMP.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho trouxe reflexões para sustentar que a equipe de confecção do NOTIMP deve ser constituída exclusivamente por profissionais com formação na área de Comunicação Social, porque trará uma maior padronização de todos os procedimentos do serviço, como também fará com que o clipping seja utilizado como uma ferramenta estratégica de assessoramento à tomada de decisão do Alto Comando da Aeronáutica. Inicialmente foi apresentada que a atividade de clipagem surgiu no século XIX e que tinha como objetivo reunir recortes de revistas e jornais

de acordo com os assuntos de interesse de cada cliente e comercializá-los, produto esse que é chamado de clipping.

Sob o ponto de vista da padronização, podemos afirmar que o emprego de combinações de técnicas, nas quais são determinados padrões para procedimentos operacionais, os deixarão mais rápidos e fáceis de serem executados. Também haverá a diminuição da variabilidade na confecção do NOTIMP, apresentando maior previsibilidade, gerando facilidade tanto na compreensão como ao encontrar e corrigir possíveis erros de confecção, reduzindo os retrabalhos, o que proporcionará não só a economia de tempo investido no processo.

Outro ponto de vista é o de que militares com formação acadêmica na área de Comunicação Social apresentam características essenciais para a confecção do clipping, as quais são adquiridas durante o período de formação acadêmica. Dentre essas características, destacamos a capacidade de fazer uma análise profunda e estratégica das notícias, verificando o ambiente interno e externo no qual a FAB está inserida, visando também os aspectos que possam influenciar as atividades relacionadas à Organização. Esses profissionais possuem a chamada visão estratégica, que transforma o NOTIMP em uma ferramenta estratégica de assessoramento ao Alto Comando da Aeronáutica.

Com base na discussão apresentada, podemos afirmar que a equipe de confecção do NOTIMP deve ser constituída exclusivamente por profissionais com formação na área de Comunicação Social, pois com uma melhor padronização dos procedimentos, teremos um aumento da qualidade final do produto, prestando dessa forma, um melhor assessoramento ao Alto Comando da Aeronáutica no processo de tomada de decisão dos caminhos traçados pela FAB para que a sua missão síntese seja cumprida. Da mesma forma, percebe-se que o aumento da eficiência no processo de confecção do NOTIMP, utilizando profissionais com formação na área de Comunicação Social, irá economizar tempo na relação homem / hora de trabalho dos militares designados para realizar essa tarefa, quando comparado aos profissionais formados em outras áreas acadêmicas, gerando também o benefício de aplicar os profissionais, de formação diferente da área da comunicação, para desempenharem, em tempo integral, funções relacionadas à sua área de origem, as quais compõem os diversos setores do Centro de Comunicação Social da Aeronáutica, implicando também no aumento da eficiência organizacional da Instituição.

REFERÊNCIAS

- BASTOS, R. M.; TURRIONI, J. B.; SANCHES, C. E. **A implementação da padronização participativa sob a ótica do TQC: estudo de caso na CSN** (Companhia Siderúrgica Nacional). 2003. 23. Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Ouro Preto, 2003.
- CHINEM, R. **Assessoria de Imprensa: como fazer**. São Paulo: Summus, 2003.
- KONDO, Y. **Innovation versus standardization**. The TQM Magazine, v. 12, n. 1, p. 6-10, 2000.
- KOPPLIN, E.; FERRARETTO, L. A. **Assessoria de imprensa, teoria e prática**. 2ª Ed. Porto Alegre: Sagra DC, 1996.
- MARTINELLI, R. **10 Competências do Profissional de Comunicação**, 2013. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/renatomartinelligm/competncias-do-profissional-de-comunicao>. Acesso em: 16 de março de 2020.
- MARTINS, A. A.; ZVIRTES, L.; MARTINS, A. **Implantação do gerenciamento da rotina do dia-a-dia em uma microempresa de prestação de serviços do setor têxtil**. 2008. 28. Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Rio de Janeiro, 2008.
- MENEZES, K. **As vantagens da padronização**, 2007. Disponível em: <http://klingermenezes.wordpress.com/2007/11/27/as-vantagens-da-padronizacao/>. Acesso em: 30 de junho de 2020.
- POLO-REDONDO, Y.; CAMBRA-FIERRO, J. **Influence of the standardization of a firm's productive process on the long-term orientation of its supply relationships: An empirical study**. Industrial Marketing Management, 2008.
- PRODUCTIVITY PRESS DEVELOPMENT TEAM. **Standard work for the shopfloor**. New York, Productivity Press, 2002.
- RITZMAN, L. P.; KRAJEWSKI, L. J. **Administração da produção e operações**. São Paulo: Pearson, 2004.
- SANDOFF, M. **Customization and standardization in hotels: a paradox or not?** International Journal of Contemporary Hospitality Management, v. 17, n. 6, p. 529-535, 2005.
- TEIXEIRA, H. **O clipping de mídia impressa numa abordagem interdisciplinar sob os prismas da ciência da informação e da comunicação social: o jornal de recortes da Assembleia Legislativa de Minas Gerais**. 2001. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 2001.