

# A Comunicação Social no Batalhão Brasileiro da Minustah

Annelise Faustino da Costa

**Como citar:** COSTA, A. F. D. A Comunicação Social no Batalhão Brasileiro da Minustah. *In*: AGUILAR, S. L. C.; CORSI, F. L.; PIRES, M. C. (org.). **A Perspectiva sul-americana das relações internacionais**. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016. p.49-70. DOI: <https://doi.org/10.36311/2016.978-85-7983-769-2.p49-70>



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-No comercial-Sin derivados 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

# A COMUNICAÇÃO SOCIAL NO BATALHÃO BRASILEIRO DA MINUSTAH

*Annelise Faustino da Costa*

## INTRODUÇÃO

Com o objetivo de atuar no sistema de segurança coletiva, a ONU iniciou na década de 1940 as operações de paz e até hoje implementou 69 delas ao redor do mundo (CENTRO DE INFORMAÇÕES DAS NAÇÕES UNIDAS NO RIO DE JANEIRO, 2014). Ao longo da sua história, com a alteração da natureza dos conflitos as missões tiveram de incorporar novas formas necessárias para atingirem seus objetivos. Logo, as operações necessitaram de uma combinação de áreas de trabalhos distintas para o efetivo trabalho de consolidação da paz em um território em conflito ou pós-conflito. Um desses elementos para auxiliar seus trabalhos é a comunicação social.

A Missão de Estabilização das Nações Unidas no Haiti - *Mission des Nations Unies pour la stabilisation en Haïti* (MINUSTAH), instituída no ano de 2004 e presente até os dias atuais no Haiti, pode ser considerada como um exemplo em que a comunicação social foi utilizada para seus fins.

A MINUSTAH é uma operação complexa que tem como grande objetivo a construção de um novo Estado no Haiti. Uma construção de paz implica em um processo complexo relacionado ao amplo funciona-

mento do Estado. A Missão possui o componente militar, civil e policial, estruturados em seções e departamentos especializados em diversas áreas, com suas devidas interligações e subordinações.

A comunicação social está presente nos três componentes. O departamento principal faz parte do componente civil e é interligado diretamente ao Representante do Secretário Geral, e os demais são do componente militar e policial. Os três possuem um centro principal e seus correspondentes em unidades específicas. No caso desse trabalho focamos na seção do Batalhão Brasileiro.

O trabalho apresenta como a seção do Batalhão Brasileiro utiliza o recurso da comunicação social para seus fins. Partindo de fontes documentais, bibliográficas e uma pesquisa de campo realizada no Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEX), apresentamos a operação de paz MINUSTAH, a comunicação social nas operações de paz de uma forma geral, a estrutura da comunicação social da MINUSTAH e como o Batalhão Brasileiro utiliza esse meio em prol de seus objetivos no Haiti e em relação ao público interno (militares do BRABAT e do Exército em geral, imprensa e público brasileiro).

## **A OPERAÇÃO DE PAZ MINUSTAH**

O Haiti foi a primeira república negra independente do mundo e a segunda nação a se tornar independente na América. No entanto, possui uma história turbulenta, repleta de momentos de violência e intervenção estrangeira. É considerado o país mais pobre do continente americano com uma série de problemas econômicos, políticos e sociais, e índices de condições desumanas de vida.

No ano de 2003, um contexto de instabilidade social, política e econômica gerou uma grande onda de violência no país. Nessa grande crise, o país requisitou ajuda externa, o que resultou na Missão de Estabilização das Nações Unidas no Haiti, instituída no ano de 2004 e presente até os dias atuais.

Estabelecida pela Resolução 1542 do Conselho de Segurança, a MINUSTAH tinha como objetivos: apoiar o governo de transição a fim de

garantir ambiente seguro e estável no Haiti, permitindo desenvolvimento do processo político e constitucional; auxiliar o governo de transição na supervisão, reforma e reestruturação da polícia nacional haitiana; contribuir para o restabelecimento e manutenção do estado de direito; apoiar o processo político democrático e o desenvolvimento institucional; auxiliar o governo com apoio técnico, logístico e administrativo na organização, supervisão e execução de eleições livres, justas e representativas; implantar medidas com o fim de proteção dos direitos humanos (NACIONES UNIDAS, 2004).

Ao longo da operação, em decorrência das evoluções e novas necessidades que o país tinha, ajustes foram feitos para a atuação da ONU no país. Estes foram expressos através de várias resoluções, que complementaram e/ou alteraram o mandato inicial da operação (MAESTRELLI, 2010).

No início da Missão, a prioridade foi o uso da imposição da força, para garantir a ordem e a segurança no país, que passava por um momento de grande fragilidade e descontrole, ocasionada com a desestruturação do governo de Aristide. Garantido isso, buscou-se organizar e promover o processo de eleição democrática no país, que culminou com a vitória de René Préval em 2006. Logo em seguida, buscou-se estabelecer a segurança da governabilidade, tentando garantir a estabilidade interna e a reconstrução do Estado com estímulo em diversos setores de políticas públicas (AGUILAR, 2012).

### Segundo o Centro de Comunicação Social do Exército

A Missão das Nações Unidas para a Estabilização do Haiti (MINUSTAH) representa o esforço solidário dos membros da ONU em favor da reconstrução de um país que se encontrava em profunda crise política e refém de uma espiral de violência crescente. As dificuldades sociais e econômicas que ainda assolam o Haiti só poderão ser vencidas com prolongada e consistente dedicação da comunidade internacional, alicerçando suas providências na criação de um fundamental ambiente de segurança e estabilidade para estimular o investimento privado, a geração de empregos, a construção da infraestrutura básica e o fortalecimento das instituições públicas. Criar esse ambiente é justamente o papel que a MINUSTAH vem desempenhando. (REVISTA VERDE-OLIVA, 2009, p. 9).

Com a terrível catástrofe do terremoto no ano de 2010, a Missão voltou-se para ações humanitárias. Foi um dos períodos mais complicados da MINUSTAH. “A catástrofe agravou a fragilidade estatal, comprometendo

do os esforços de estabilização alcançados desde 2004.” (RAMALHO, 2010 apud SOUZA NETO, 2012, p. 250). Fez com que a ONU aumentasse o efetivo da MINUSTAH e incorporasse a assistência humanitária ao seu mandato por meio da Resolução 1908, que priorizou os esforços de recuperação, reconstrução e estabilidade do país (NACIONES UNIDAS, 2010).

Atualmente, a tendência da tropa é de desmobilização. A Resolução do ano de 2012 autorizou a retirada gradual das tropas e adaptações em sua configuração, caracterizando o período de desmobilização da Missão (NACIONES UNIDAS, 2013).

Os desafios que o país enfrenta até os dias atuais são inúmeros, que podem ser considerados como “interconectados”. Uma construção de paz implica em um processo complexo relacionado ao amplo funcionamento da sociedade e do Estado em suas partes.

Pode-se dizer que as atividades da Missão MINUSTAH foram de suma importância para o país. Para se desenvolverem foram necessários objetivos, táticas, organização, orçamento, cooperação e envolvimento da sociedade internacional. Mas um dos fatores fundamentais para o sucesso das ações de construção da paz na MINUSTAH foi a comunicação social.

## **A COMUNICAÇÃO SOCIAL NAS OPERAÇÕES DE PAZ**

Atualmente, a comunicação social é fator fundamental na “construção da paz” em países assolados por conflitos armados, um recurso valioso em prol das ações de resolução e/ou gerenciamento de conflitos armados, como as operações de paz.

Para a eficácia e credibilidade de uma missão complexa que realiza atividades em vários âmbitos, e necessita de um apoio de variadas partes, um componente de informação pública se faz necessário para “[...] explicar o mandato da operação para a população local, meios de comunicação locais e internacionais, a comunidade de doadores, os Estados-Membros, agências, fundos e programas do sistema das Nações Unidas e organizações não governamentais (ONGs).” (UNITED NATIONS, 2003, p. 53, tradução nossa). A coordenação e coerência de um Escritório de Informação Pública para com esses grupos se faz essencial em uma mis-

são de paz. Devem-se estabelecer mecanismos para as atividades e partilha de informações, que resulte em efeitos positivos e evite grandes problemas que desconstruam a imagem da missão (UNITED NATIONS, 2003).

Segundo o UNITED NATIONS (2003, p. 45, tradução nossa):

Em todas as operações das Nações Unidas (ONU), uma estratégia eficaz de comunicação, que inclui boas relações com a mídia local e internacional, é uma necessidade política e operacional. Uma operação de manutenção de paz pode usufruir de um apoio inicial de todo o mundo, mas sem um programa de informação pública eficaz e coerente, o apoio pode rapidamente transformar em apatia e até mesmo oposição. Operações de paz exigem a compreensão, a cooperação e o apoio de todos os atores locais e externos, para cumprir seus mandatos. Estas incluem as partes envolvidas no conflito, a população local e da comunidade internacional, cuja política e material de apoio são fundamentais para o sucesso de uma operação de paz.

Um programa de informação pública deve ser um dos primeiros elementos a ser implantado e operacionalizado. O componente responsável deve desenvolver uma estratégia coerente com os objetivos da missão, garantindo os recursos necessários e o apoio administrativo para desenvolver suas atividades. Deve-se, para os atos, consultar o Chefe da missão, que irá estabelecer as prioridades para as etapas e ter uma atividade coordenada com os demais componentes da missão. Um bom trabalho pode auxiliar estes demais a concretizar seus objetivos (UNITED NATIONS, 2003).

O Escritório de Informação Pública busca fornecer informações de todos os aspectos da operação. Em algumas missões há um componente próprio especializado na área policial e militar, como no caso da MINUSTAH. Segundo o UNITED NATIONS (2003, p. 45, tradução nossa), “[...] a estreita relação de trabalho e de colaboração entre este pessoal especializado de informação pública e o componente de informação pública da missão é crucial para o sucesso da estratégia de informação pública da missão.”

## A COMUNICAÇÃO SOCIAL NA MINUSTAH

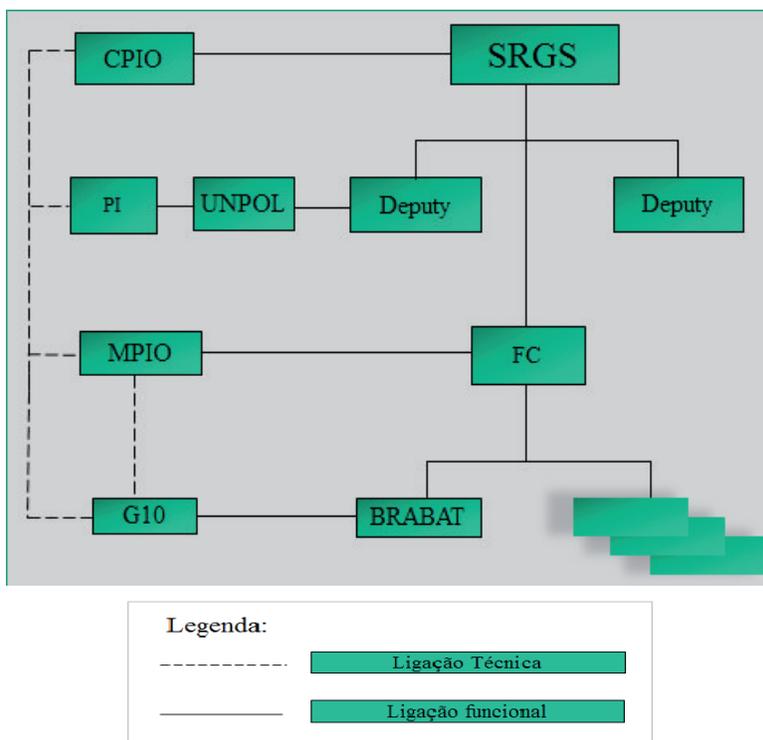
A comunicação social na Missão de Estabilização das Nações Unidas no Haiti está presente nos três componentes (policial, militar, civil), com seus respectivos escritórios e direcionamentos.

A seção principal se encontra no componente civil, o qual possui o Escritório de Comunicação e Informação Pública - *Communications and Public Information Office* (CPIO), subordinado diretamente ao Representante Especial do Secretário Geral. É composto por um chefe e seis unidades temáticas: (1) Relações com a Mídia e Unidade de Monitoramento, (2) Unidade de Extensão e Advocacia, (3) Unidade de Publicações, (4) Unidade de Rádio, (5) Unidade de Vídeo, e (6) Unidade de Fotografia, que planejam estratégias e organizam ou apoiam ações de órgãos internos e/ou externos que possam contribuir para a operação. O Chefe supervisiona as seis unidades em suas atividades de desenvolvimento, produção e divulgação dos produtos de informação pública, o site da Missão e o monitoramento dos meios de comunicação locais e internacionais (UNITED NATIONS, 2011).

No componente policial há o Escritório de Informação Pública ligado diretamente ao setor de polícia da ONU - *United Nations Police* (UNPOL). Concentra-se no material e políticas de comunicação social que fazem relação ao componente policial da operação.

No componente militar há o Escritório de Informação Pública Militar- *Military Public Information Office* (MPIO), subordinado ao Comandante da Força (chefe do componente militar da Missão) - *Force Commander* (FC), e formado por militares e civis da informação pública além de profissionais das relações públicas. Sua responsabilidade se encontra no desenvolvimento da política de informação pública da Missão (EARLY, 2013). Trabalha em conjunto com o CPIO, mas concentra-se no material e políticas de comunicação social relacionadas com o componente militar da MINUSTAH. Os oficiais e funcionários do MPIO se ligam de forma técnica com oficiais da área de comunicação social dos batalhões dos diferentes países que compõem a Missão para, de maneira coordenada desenvolver as atividades de mídia do Escritório.

Figura 1 - Estrutura da Comunicação Social da MINUSTAH



Fonte: Autoria própria.

Dessa forma, a área de comunicação social da MINUSTAH engloba: o CPIO, ligado diretamente ao SRGS e parte do componente civil; o MPIO, ligado ao *Force Commander* da Missão; as seções de comunicação social dos diversos batalhões (G 10) e a seção de comunicação social da UNPOL. Os escritórios e as demais seções têm uma ligação funcional com seus chefes e comandantes, e uma ligação chamada técnica entre elas, como forma de realizar um trabalho integrado.

A comunicação social da MINUSTAH utiliza recursos midiáticos tanto nas atividades voltadas para a população local, como para o público externo, com o fim de fornecer informações e principalmente obter o apoio dos mesmos. Esse apoio se torna possível por conta da imagem que a Missão passa para seu público alvo. A adesão e credibilidade do público às ideias da operação são elementos fundamentais para a mesma se manter

e conseguir realizar as atividades pretendidas. Do mesmo modo, utiliza os meios de comunicação social como um meio essencial de informação para os próprios componentes da Missão.

No caso deste trabalho focamos na atuação da célula de comunicação social do Batalhão brasileiro, que iremos em seguida abordar.

## **A COMUNICAÇÃO SOCIAL NO BATALHÃO BRASILEIRO DA MINUSTAH**

O Batalhão da Infantaria da Força de Paz é constituído por um comandante, subcomandante, seções de Estado-Maior (EM) e diversas companhias. Uma dessas seções do EM é a de Comunicação Social, chamada também de G-10. Ela se constitui por um Chefe da Seção (oficial superior), um Adjunto (oficial) e auxiliares (subtenentes e sargentos) (REVISTA VERDE-OLIVA, 2011). Os Chefes e os Adjuntos das seções do Estado-Maior são escolhidos pelo Comandante do Exército. O sentido dessa escolha, segundo Ribeiro é “[...] dar uma única voz para transmissão das ideias força, representando o comandante do exército junto às missões de paz.” (RIBEIRO, 2013). O responsável pela seção da comunicação social deve estar bem informado sobre todos os aspectos da organização, pois “[...] o porta-voz se transforma na face da organização.” (ROSA, 2004 apud AGOSTINHO, 2011, p. 5).

O ideal é que ele seja o transmissor de todos os fatos para evitar que informações incorretas ou desencontradas sejam passadas (AGOSTINHO, 2011).

A célula da comunicação social permeia todas as atividades desenvolvidas pelo Batalhão. Seu foco principal é o trabalho com os militares da Força de Paz no Haiti, o Exército em geral, os órgãos de imprensa e o público brasileiro.

De acordo com Agostinho, esses públicos são estratégicos para a instituição. Narrou:

O que acontece, é que a comunicação com a imprensa e o público interno acaba repercutindo e atingindo os demais públicos da organização. A imprensa é formadora de opinião e o público interno é diretamente atingido pelos acontecimentos [...], além de serem multiplicadores de informações. (AGOSTINHO, 2011, p. 4-5).

Para o público civil haitiano a célula também realiza algumas atividades com o fim de fornecer informações sobre algumas atividades do BRABAT no contexto da operação de paz, não sendo, porém seu foco principal de atividade (RIBEIRO, 2013).

Os elementos da seção são responsáveis por: fornecer informações ao público brasileiro acerca da operação; fornecer informações para familiares dos militares que se encontram no Haiti, o que de fato é muito importante para o devido esclarecimento com fontes diretas e confiáveis; propiciar relacionamento com os batalhões de outros países; propor lazer e entretenimento para o militares, algo essencial para boas relações no espaço de convivência; tratar das relações do batalhão com a imprensa, buscando ser condizente com as diretrizes da Instituição (Exército); auxiliar nas ações humanitárias que englobem atos da comunicação social do batalhão brasileiro, etc. (NAZUR, 2013).

Figura 2 - Campanha de Informação Pública



Fonte: O Pacificador (2010a, p. 10).

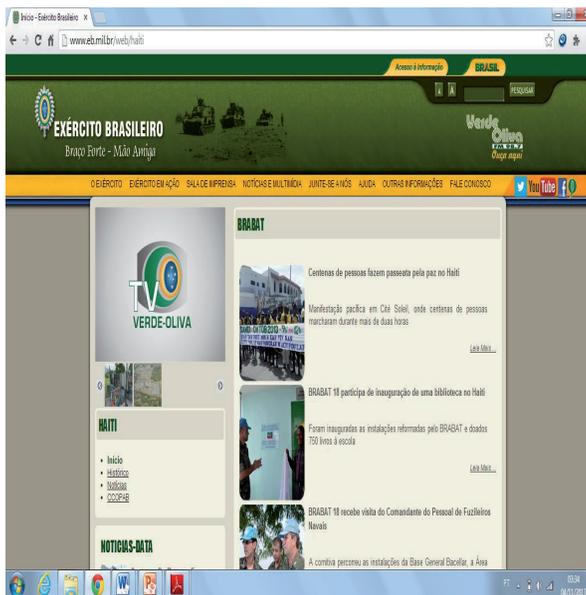
Figura 3 - Visita de órgãos da imprensa no Haiti



Fonte: O Pacificador (2010b, p. 8).

Dois produtos midiáticos preparados pelo Batalhão para o público brasileiro foram: uma seção de atualização sobre a operação MINUSTAH no portal do Exército Brasileiro na internet com as principais notícias, e edições da Revista Verde-Oliva, direcionadas a essa operação de paz.

Figura 4 - Página do portal do Exército Brasileiro



Fonte: Exército Brasileiro. Disponível em: <<http://www.eb.mil.br/web/haiti>>. Acesso em: 10 dez. 2013.

Figura 5 - Edição da Revista Verde-Oliva destinada ao tema MINUSTAH



Fonte: Revista Verde- Oliva (2009).

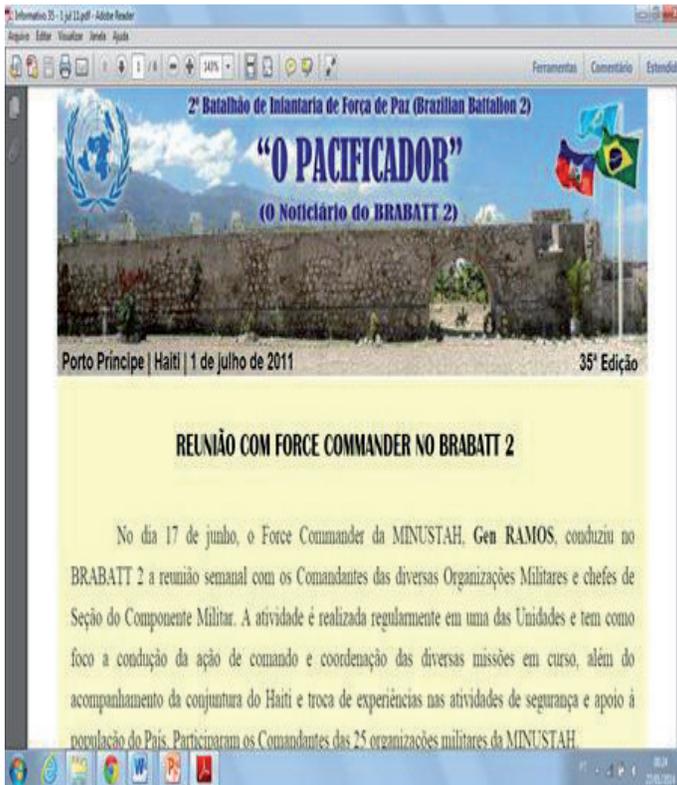
O primeiro contém uma seção de notícias com conteúdo escrito de maneira sucinta, complementada por fotos, que descrevem os fatos ocorridos na operação. Já o segundo aborda melhor as questões da MINUSTAH, inclusive sendo objeto de uma edição especial em outubro de 2009. Os dois produtos tiveram o intuito de fornecer informação, esclarecer o público brasileiro sobre a operação e principalmente fortalecer a imagem do Exército.

É de grande importância para o Batalhão Brasileiro a constante transmissão de informações para o público de seu país. Segundo o Centro de Comunicação Social do Exército:

Todos os países, até os mais ricos, têm suas prioridades internas. Portanto, é fundamental informar e convencer a opinião pública da importância de participar desse esforço global pela paz. É com esse espírito que o Centro de Informação das Nações Unidas no Brasil vem multiplicando suas atividades de divulgação das operações de paz e do esforço do Brasil nesta área. (REVISTA VERDE-OLIVA, 2009, p. 17).

Para os militares da Missão, um produto idealizado pela célula de comunicação social do BRABAT 2 foi o informativo de caráter periódico chamado “O Pacificador” (NAZUR, 2013).

Figura 6 - Informativo interno do 2º Batalhão de Infantaria da Força de Paz



Fonte: O Pacificador (2011).

Ao longo das edições analisadas (fev. 2010 a abril de 2013) notamos que seu conteúdo abrange informações referentes a fatos ocorridos, ações realizadas, objetivos atingidos, conquistas, acontecimentos no batalhão, associações com ONGs, mensagens religiosas e de motivação, relatos de visitas da imprensa brasileira e estrangeira, formas de lazer, datas comemorativas, relacionamento com exércitos de outros países, visitas de oficiais e entidades da ONU, etc. Observamos, em suma, um conteúdo amplo sobre o batalhão com o intuito de informar seus integrantes sobre todos os acontecimentos no seu espaço de vivência e atuação. Constitui-se,

do mesmo modo, como um mecanismo de coesão do grupo, por construir uma imagem positiva acerca do Exército na operação, apresentando-se como uma ferramenta de motivação, enobrecimento do militar brasileiro da MINUSTAH.

O Exército Brasileiro possui um slogan característico denominado “Braço Forte, Mão Amiga”. Desde a década de 1990 é sua principal “ideia-força”. O termo “Braço Forte” conjuga uma atividade- fim, enquanto a “Mão Amiga” segue como uma complementação, atribuição subsidiária, uma sensibilização para a responsabilidade social do Exército (REVISTA VERDE-OLIVA, 2011, p. 12). Assim, a Força Terrestre tenta utilizar seu lema como base para suas ações em seu país e nas Nações Amigas.

No contexto da operação no Haiti, no momento em que se exigiu menos necessidade da imposição da força naquele país (“Braço Forte”), os batalhões brasileiros passaram a exercer mais operações sob o conceito de “Mão Amiga”. Pode-se dizer que desde o início da MINUSTAH a tropa brasileira tinha uma característica diferente dos demais batalhões. Além da realização de ações militares para garantir a segurança, nas quais eram responsáveis, promoviam ações sociais direcionadas ao povo haitiano (RIBEIRO, 2013).

Essas ações são denominadas de Ação Cívico Social (ACISO), caracterizada como uma operação de contato com a comunidade, por exemplo, atendimento médico, distribuição de alimentos, atividades culturais, distribuição de água, palestras educativas, etc. A Comunicação Social procura dar visibilidade a essas operações de ajuda para a população por meio de divulgações e orientações quanto aos procedimentos e locais das atividades.

Figura 7 - ACISO



Fonte: O Pacificador (2011, p. 4).

Essa preocupação com questões civis do batalhão brasileiro da MINUSTAH se deve ao fato dessa característica marcante brasileira (RIBEIRO, 2013). Segundo o CCOMSEX:

Esse traço particular, refletido no lema “Braço Forte, Mão Amiga” e que nossas tropas souberam utilizar na criação de um ambiente de estabilidade e segurança no Haiti, não está descrito na regras de engajamento da ONU. É fruto tanto da brasilidade, quanto de um esforço sistemático de planejamento e treinamento eficiente, de que devemos orgulhar-nos. É também a contrapartida, no terreno, dos valores que norteiam a atuação internacional do Brasil nos foros decisórios internacionais. (REVISTA VERDE-OLIVA, 2009, p. 12).

Para a execução dessas ações humanitárias os brasileiros não portavam armas letais, o que para os demais batalhões, como por exemplo, o canadense, era considerado um “absurdo”. “Mas como é que vou distribuir brinquedo para uma criança estando armado?”, destacou Ribeiro em nossa entrevista (RIBEIRO, 2013). Essas ações de entrosamento entre a tropa brasileira e a população haitiana passam, conseqüentemente, uma imagem positiva do batalhão.

A busca da proximidade com a comunidade, segundo Ribeiro é uma marca do Exército, e essas ações conseqüentemente tornarão a inte-

ração, aproximação entre brasileiros e haitianos, algo concreto e visível, o que irá ser uma marca positiva para a atuação das tropas brasileiras em suas atividades, contribuindo para seu sucesso (RIBEIRO, 2013). As ACISO, portanto, podem ser consideradas como um rico instrumento para o fortalecimento do Exército frente a população haitiana e colaboram para que se atinja os objetivos da Missão.

Um exemplo de ação de comunicação social do BRABAT para fins de ação humanitária foi o “Cinema na Praça”. O projeto dispunha de sessões quinzenais em praças distintas na área de atuação do batalhão. Eram projetados filmes diferenciados com o objetivo de dar entretenimento e propagar a paz. Segundo Ribeiro essas sessões de cinema “ocupam a mente das pessoas além de tirá-la do ócio demoníaco”, e auxiliavam na manutenção da segurança nas áreas em que ocorriam, como por exemplo, na Praça da Paz (RIBEIRO, 2013).

Figura 8 - Atividade “Cinema na Praça”



Fonte: Informativo... (2013).

Ao Batalhão Brasileiro pode-se atribuir uma atuação marcante na operação de paz do Haiti. A grande experiência brasileira em operações de paz da ONU, aliada ao treinamento dos contingentes antes da ida ao país, e ao “caráter do soldado brasileiro- corajoso, cordial e solidário”, são fatores que contribuem para o “reconhecido e excelente desempenho da tropa brasileira naquele país” (REVISTA VERDE-OLIVA, 2009, p. 6).

O treinamento dos contingentes brasileiros que vão para a MINUSTAH é responsabilidade do Comando de Operações Terrestres (COTER) e dentre os vários princípios que são trabalhados durante a execução das atividades de treinamento está a comunicação social, auxiliado pelo Centro de Comunicação Social do Exército, que “planeja, desenvolve, normatiza e coordena as atividades do Sistema” (AGOSTINHO, 2011, p. 6). Este órgão “é responsável pelo gerenciamento dos meios de interação do EB com os públicos” (BRASIL, 2013b). Suas atividades se refletem nas áreas de Relações Públicas, Divulgação Institucional e Informações Públicas (BRASIL, 2009, p. 2-1,2-2).

A primeira se remete à busca de ajustes e interações entre a Força de Paz e os públicos alvos, tendo como principal objetivo a condução das ações de maneira a conscientizar inicialmente o público interno para engajamento do processo de formação de imagem e, em segundo, ao público externo para informá-lo de maneira correta sobre a Força, conseguindo assim uma boa aceitação (BRASIL, 2009). As ações de divulgação institucional se referem à divulgação de temas relacionados com a Força Terrestre, tendo “como principais atribuições informar e responder aos questionamentos dos diversos públicos da Força de Paz, em particular os órgãos da mídia”, e como um dos principais objetivos o estabelecimento relações sólidas e confiáveis com os profissionais da mídia, tornando o Exército uma fonte respeitada (BRASIL, 2009, p. 2-11).

As atividades de informações públicas fazem referência à “atividade que visa a produzir e a disseminar a imagem da Força de Paz e do Brasil”, por meio dos veículos de mídia impressa e eletrônica (BRASIL, 2013a). Essas três áreas se inter-relacionam conforme as atividades. Em suma, as atividades de Comunicação Social têm como missão principal preservar e fortalecer a imagem do Exército Brasileiro e os meios utilizados são veículos essenciais para suas atividades fins.

De acordo com o “Manual de Operações de Paz” (2013), as ações das três áreas:

[...] quando direcionadas para o público interno, visam a fortalecer o comprometimento com a Instituição, a aumentar a auto-estima e a incentivar a adoção de uma postura pró-ativa. Direcionadas para o público externo, as ações buscam adotar, principalmente, uma política

de “pronta resposta” aos questionamentos da sociedade, preservar e fortalecer a imagem da Força de Paz e do Brasil (BRASIL, 2013a, p. 53).

O CCOMSEX, durante um período do treinamento organizado pelo COTER prepara devidamente os militares da tropa nas questões de comunicação social para o repasse de técnicas e valores para o consequente fortalecimento da imagem da Instituição. Como narrou Souza Neto (2012, p. 250), “O contato com a população local é um dos principais aspectos enfatizados no treinamento dos militares brasileiros antes do seu envio.”

São considerados como finalidade da comunicação social em operações de paz pelo “Manual de Operações de Paz” (2013):

- Atuar no sentido de manter, em níveis elevados, a credibilidade, a confiança e a imagem da Força de Paz junto às comunidades nacional e internacional.
- Fornecer respostas adequadas e oportunas aos questionamentos da sociedade relacionados à Força de Paz.
- Privilegiar a atividade-fim da Força, considerando a importância das atividades de Cooperação Civil e Militar (CIMIC) e as ações comunitárias na integração Força de Paz-Comunidade e da opinião pública no respaldo às decisões militares.
- Constituir-se em fator multiplicador do poder de combate pela prevenção dos erros de entendimento e de percepção dos públicos interno e externo, e pelo fortalecimento do moral, da coesão e do espírito de corpo da tropa. (BRASIL, 2013b, p. 52/66-53/66).

A comunicação social é essencial em vários âmbitos em uma operação. Contudo, segundo Agostinho (2011, p. 7) há a necessidade de adotarem-se cuidados específicos em relação ao público-alvo das mensagens, levando em consideração a cultura, religião e idioma, como também os “atores relevantes” do local.

Em um país como o Haiti assolado pela miséria, pobreza, violência, analfabetismo, desigualdade, catástrofes naturais, inúmeros problemas e peculiaridades, deve-se, portanto realizar um bom gerenciamento das ati-

vidades da comunicação social para haver progresso e auxiliar nos objetivos da missão de paz em construir um país digno.

A Comunicação Social pode ser considerada como um fator primordial nas atividades militares. Segundo o CCOMSEX “no Exército, o homem constitui a essência da Organização e é fundamental que a Comunicação Social seja utilizada como um fator de coesão do grupo militar e principal atividade de difusão da imagem da Instituição” (REVISTA VERDE-OLIVA, 2011, p. 9).

Como o CCOMSEX narrou:

O Haiti é um exemplo no qual a Comunicação Social constitui-se em uma valiosa ferramenta para multiplicar o poder de combate. Além de fortalecer o moral, a coesão e o espírito de corpo da tropa militar brasileira, contribui para a construção e manutenção da opinião pública favorável, seja dos haitianos, seja dos brasileiros, seja da comunidade internacional (REVISTA VERDE-OLIVA, 2011, p. 9).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A intervenção da operação da ONU MINUSTAH se deu para reparar os graves problemas de desestruturação do Estado, e a Missão, que continua em atividades nos dias atuais, teve de planejar estratégias e ações para buscar atingir seus objetivos. Uma missão de paz como essa, que visa “reconstruir” um Estado precisa de recursos eficientes como os meios midiáticos, que possuem uma grande capacidade de influenciar no meio em que atuam.

O Batalhão brasileiro possui uma atuação marcante na MINUSTAH. A grande experiência em operações de paz da ONU, aliada ao treinamento anterior dos contingentes e a características do brasileiro, são alguns dos fatores desse sucesso. O COTER prepara a tropa com base em diversos princípios necessários antes da ida para a missão país. Alguns dos princípios da comunicação social com o auxílio do CCOMSEX são trabalhados durante esse preparo.

A imagem, a credibilidade e a confiança das comunidades internacionais são requisitos fundamentais para a Força se desenvolver. Os modelos, ideias e técnicas a serem executadas, são repassados ao contingente. O slogan “Braço Forte, Mão Amiga” é um dos grandes instrumentos de pro-

paganda empregado nas atividades do Exército. A imagem que ele transmite tem a capacidade de agradar ao público alvo.

Uma característica da tropa que contribui para o seu sucesso é a grande preocupação com questões civis, as ações comunitárias e a realização da integração entre a Força e a comunidade. Vê-se que há um grande entrosamento entre as tropas brasileiras e os haitianos, o que facilita bastante o trabalho.

Ao estudar a comunicação social no Batalhão Brasileiro ficou bem clara a necessidade de manutenção da imagem para a imprensa e seu público externo de origem, o brasileiro. A MINUSTAH é uma operação que traz custos para o país, e o brasileiro muitas vezes quer ter informações das atividades que o Exército realiza. Uma imagem positiva é bastante favorável para o desenvolvimento da operação.

Os entrevistados do CCOMSEX evidenciaram bem a importância do fortalecimento da imagem do Exército Brasileiro em suas inúmeras atividades. A importância da imagem ficou clara nas entrevistas realizadas pela autora. Os entrevistados procuraram apresentar a imagem positiva não salientando os problemas e dificuldades que o Exército possa ter tido na MINUSTAH. Mas isso faz parte do “marketing institucional”.

A manutenção de um caráter interno dos militares é também uma das grandes necessidades em uma operação de paz. Os mesmos devem tentar reproduzir suas mensagens de forma boa e convincente e ter uma relação boa com o público alvo.

A comunicação social do Batalhão Brasileiro propicia atividades de relações humanas no espaço de vivência e confecciona produtos internos para todos terem ciência dos fatos e fortaleceram a boa imagem em suas atividades. No Haiti, a conduta e as atividades diferenciadas do Exército Brasileiro perante aos demais integrantes da Missão é uma grande marca de atuação para atingir seus fins e ter uma posição destacada.

A célula G10 do Batalhão de Infantaria da Força de Paz, portanto, é essencial para o Exército Brasileiro se desenvolver na Missão de paz MINUSTAH, que necessita de uma organização do componente militar, civil e policial na comunicação social e nas demais áreas para trabalhar plenamente em função da reconstrução do Estado do Haiti.

## REFERÊNCIAS

- AGOSTINHO, T. C. A mídia e o exército brasileiro: análise da gestão da comunicação no caso terremoto no Haiti. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 16., 2011, São Paulo. *Papers...* São Paulo: Intercom, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0031-1.pdf>>. Acesso em: 11 out. 2013.
- AGUILAR, S. L. C. Segurança pública e as operações de construção de paz pós-conflitos armados. *Estudos Sociológicos*, Araraquara, v. 17, n. 33, p. 429-455, 2012.
- BRASIL. Ministério da Defesa. Estado-Maior Conjunto das Forças Armadas. *Manual de operações de paz*. 3. ed. Brasília, DF, 2013a. MD34-M-02. Disponível em: <[http://www.defesa.gov.br/arquivos/File/doutrinamilitar/listadepublicacoesEMD/md34\\_m\\_02\\_manual\\_op\\_paz\\_3ed\\_2013.pdf](http://www.defesa.gov.br/arquivos/File/doutrinamilitar/listadepublicacoesEMD/md34_m_02_manual_op_paz_3ed_2013.pdf)>. Acesso em: 11 out. 2013.
- BRASIL. Ministério da Defesa. Exército Brasileiro. Estado-Maior do Exército. *Manual de campanha comunicação social*. Brasília, DF, 2009. C- 45.
- BRASIL. Ministério da Defesa. Exército Brasileiro. Gabinete do comandante. *Plano de comunicação social do exército brasileiro para o ano de 2013*. Brasília, DF, 2013b.
- CENTRO DE INFORMAÇÕES DAS NAÇÕES UNIDAS NO RIO DE JANEIRO. *Militares brasileiros em missão de paz no Haiti realizam encontro virtual com imprensa do Brasil*. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <<http://unicrio.org.br/militares-brasileiros-em-missao-de-paz-no-haiti-realizam-encontro-virtual-com-imprensa-do-brasil/>>. Acesso em: 18 set. 2014.
- EARLY, E. A. *Research media- MINUSTAH* [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por: <[minustah-mpio-deputy@un.org](mailto:minustah-mpio-deputy@un.org)> em 11 nov. 2013.
- INFORMATIVO 2º BATALHÃO DE FORÇA DE PAZ. Porto Príncipe: Segundo Batalhão de Força de Paz, n. 6, fev. 2013.
- MAESTRELLI, R. *Missão das Nações Unidas para a estabilização do Haiti: avanços e desafios*. 2010. 78 f. Monografia (Bacharel em Direito)-Centro de Ciências Sociais e Jurídicas, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2010. Disponível em: <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Rodrigo%20Maestrelli.pdf>>. Acesso em: 26 abr. 2013.
- NACIONES UNIDAS. Consejo de Seguridad. Resolución 1542 de 30 de abril de 2004. Disponível em: <[http://www.un.org/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=S/RES/1542\(2004\)&referer=http://www.un.org/en/sc/documents/resolutions/2004.shtml&Lang=S](http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1542(2004)&referer=http://www.un.org/en/sc/documents/resolutions/2004.shtml&Lang=S)>. Acesso em: 12 nov. 2012.

NACIONES UNIDAS. Consejo de Seguridad. Resolución 1908 de 19 de janeiro de 2010. Disponível em: <[http://www.un.org/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=S/RES/1908\(2010\)&referer=http://www.un.org/en/sc/documents/resolutions/2010.shtml&Lang=S](http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1908(2010)&referer=http://www.un.org/en/sc/documents/resolutions/2010.shtml&Lang=S)>. Acesso em: 12 nov. 2012.

NACIONES UNIDAS. Consejo de Seguridad. Resolución 2119 de 10 de outubro de 2013. Disponível em: <[http://www.un.org/en/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=S/RES/2119\(2013\)&referer=http://www.un.org/en/peacekeeping/missions/minustah/resolutions.shtml&Lang=S](http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/2119(2013)&referer=http://www.un.org/en/peacekeeping/missions/minustah/resolutions.shtml&Lang=S)>. Acesso em: 15 nov. 2013.

NAZUR, C. Brasília. [set. 2013]. Entrevistador: Annelise Faustino da Costa em Brasília, 17 set. 2013 no Centro de Comunicação Social do Exército.

O PACIFICADOR. Porto Príncipe: 2º Batalhão de Infantaria Força de Paz, 15 nov. 2010a. Ed. 20.

O PACIFICADOR. Porto Príncipe: 2º Batalhão de Infantaria Força de Paz, 30 nov. 2010b. Ed. 21.

O PACIFICADOR. Porto Príncipe: 2º Batalhão de Infantaria Força de Paz, 1 jul. 2011. Ed. 35.

REVISTA VERDE-OLIVA. Brasília, DF: Centro De Comunicação Social Do Exército, v. 37, n. 202, out. 2009. Especial.

REVISTA VERDE-OLIVA. Brasília, DF: Centro de Comunicação Social do Exército, v. 39, n. 211, abr.-jun. 2011.

RIBEIRO, J. M. T. *A comunicação social no Batalhão Brasileiro*. [set. 2013]. Entrevistador: Annelise Faustino da Costa. Brasília, DF: Centro de Comunicação Social do Exército, 2013.

SOUZA NETO, D. M. de. O Brasil, o Haiti e a Minustah. In: KENKEL, K. M.; MORAES, R. F. (Org.). *O Brasil e as operações de paz em um mundo globalizado: entre a tradição e a inovação*. Brasília, DF: IPEA, 2012. p. 243-268.

UNITED NATIONS. Department of Peacekeeping Operations. *Operations handbook on United Nations multidimensional peacekeeping operations*. New York, 2003.

UNITED NATIONS. Office of Internal Oversight Services. Internal Audit Division. *Audit report: public information function in MINUSTAH*. Washington, DC, 29 Mar. 2011. Disponível em: <[http://usun.state.gov/sites/default/files/organization\\_pdf/167905.pdf](http://usun.state.gov/sites/default/files/organization_pdf/167905.pdf)>. Acesso em: 10 mar. 2013.

## **OBRAS CONSULTADAS**

O PACIFICADOR. Porto Príncipe: 2º Batalhão de Infantaria Força de Paz, ed. 1-58, 2010-2012.

INFORMATIVO 2º Batalhão de Força de Paz. Porto Príncipe: 2º Batalhão de Infantaria Força de Paz, ed. 1-8, 2013.