



# A COMUNICAÇÃO SOCIAL E A ATIVIDADE DE INFORMAÇÕES

**Osmar José de Barros Ribeiro**

---

O uso perverso da Comunicação Social em detrimento do Estado e os instrumentos de que dispõe o Estado para, no mesmo campo, contrapor-se a ele, são os objetos do presente artigo, didaticamente apresentado.

---

## COMUNICAÇÃO SOCIAL

No exato momento em que, ainda nos tempos pré-históricos, um de nossos ancestrais não só logrou transmitir a outro uma idéia, como deste obteve uma resposta, teve início a história da Comunicação Social.

A adoção da expressão "Comunicação Social" objetiva, antes de mais nada, caracterizar o entendimento entre seres humanos, diferenciando-a da comunicação que se faz entre outras espécies de seres animais ou, mesmo, vegetais.

Trata-se, então, do processo de transmissão e recepção de mensagens entre pessoas que buscam expressar e trocar idéias, sentimentos e informações (aqui no seu sentido comum), não só para estabelecer relações, quanto para somar experiências.

A invenção da imprensa (1440), a criação do jornal (1829) e, nos últimos tempos, o expressivo desenvolvimento da radiofonia, ao qual se seguiu o advento da televisão, levaram à adoção da expressão Comunicação de Massa. Isso porque o atual estágio de evolução tecnológica permite que as mais diver-

sas mensagens sejam transmitidas ao mesmo tempo para público de vulto, espalhado nos mais diversos quadrantes e constituído por pessoas anônimas e de natureza a mais diversificada.

Não obstante, em que pese o anteriormente afirmado, neste trabalho será adotada a expressão Comunicação Social para caracterizar aqueles meios, de massa ou não, usados para alcançar grupos sociais de qualquer tamanho, entendendo-se ainda que a Comunicação Social se constitui em valor de incomensurável importância para a vida cultural de toda e qualquer nação.

Por outro lado, não menos importante é deixar estabelecida a distinção e o relacionamento que existe entre Comunicação Social, Operações Psicológicas e Propaganda. E, para tanto, nada melhor que o texto seguinte, da autoria do CMG João Alfredo Poeck:

“Comunicação Social consiste em ações e reações psicossociais intergrupos que, na interação social, na Moral Nacional e no intercâmbio de idéias pela arte ou pela ciência, qualificam a cultura da Nação. E, portanto, um universo abrangente, no qual os meios pelos quais ela vivifica esta mesma Nação (ou a própria Humanidade) podem ser de massa ou seletivos, na medida em que são usados para alcançar grandes grupos sociais ou audiências restritas.

“As Operações Psicológicas, por sua vez, compreendem todas as ações nas quatro Expressões do Poder Nacional, que tenham efeito na esfera psíquica de grupos sociais, em função de uma Guerra Psicológica adversa que esteja tentando influir nas emoções, atitudes e comportamentos de tais grupos, contra a consecução dos Objetivos Nacionais. Tais ações podem ter um caráter defensivo, de imunização do nosso público às mensagens adversas (Ação Psicológica) ou caráter ofensivo, visando a atuar diretamente na desmoralização do adversário e na neutralização de suas mensagens (Guerra Psicológica). O que justifica as Operações Psicológicas é a Guerra Psicológica Adversa.

“A Comunicação Social é permanente, constituindo-se em fator essencial à vida cultural da Nação. As Operações Psicológicas são indispensáveis à sobrevivência das idéias e dos valores que, numa democracia, enfrentam a insidiosa e volumosa manipulação de mensagens que representam a essência da subversão de valores, patrocinada por centros de poder adversos.

“A Propaganda é um instrumento técnico de comunicação. Tanto na Comunicação Social, quando pode ser utilizada pelas instituições para reforçar valores e imagens, como na di-

fusão controlada em prol do consumo de bens e serviços, é usada sempre dentro de parâmetros lícitos e honestos, conforme a legislação em vigor. Nas Operações Psicológicas é empregada especialmente na Contrapropaganda, em permanente apoio à consecução dos Objetivos Nacionais.”

### OPERAÇÕES PSICOLÓGICAS

O final da II Guerra Mundial marcou, também, o início daqueles fatos que levaram à divisão do mundo em dois grandes blocos — o Democrático e o Comunista — fruto da disputa entre os EUA e a URSS pelo Poder Mundial e que, direta ou indiretamente, terminou por envolver todas as nações. Tal disputa, malgrado as tentativas no sentido de anulá-la ou de reduzir seus efeitos, permanece até os nossos dias, não obstante os dirigentes de ambas as potências façam praça, em diferentes ocasiões, do seu acendrado amor pela paz entre os homens e entre as nações, antes movidos pelo receio da mútua capacidade de destruição que por um real e inquestionável desejo de paz. Foi sob tal enfoque que surgiu o conceito de Guerra Psicológica, implicando na utilização global da Propaganda pelo Estado, tanto em tempo de paz, quanto no de guerra.

### PROPAGANDA

Aqui, não se tratará da publi-

cidade, atividade popularmente conhecida como “propaganda comercial”, e sim daquela propaganda que é de interesse das Informações, por conter dados os quais, devidamente processados, darão origem àqueles conhecimentos necessários ao mais alto escalão governamental, com vistas à condução de suas diversas estratégias.

No universo das Informações, a Propaganda pode ser entendida como sendo o manuseio da Comunicação, de forma tecnicamente planejada, buscando influir psicologicamente sobre um ou mais grupos sociais, com o objetivo de alcançar determinados comportamentos que deverão trazer benefícios, diretos ou indiretos, ao seu patrocinador. Desse entendimento pode-se concluir que, ao se desejar modificar o comportamento do Homem, deve-se proporcionar-lhe a aquisição de um rol de conhecimentos compatíveis com a modificação pretendida, pela manipulação dos ambientes nos quais ele vive, quer sejam simbólicos ou físicos.

Outra consideração a ser feita é a de que, qualquer que seja o Estado, nele haverá um ordenamento jurídico-institucional, consubstanciado em um conjunto de regras e normas de convivência, regulador da vida da nação considerada. Quer o Estado tenha um sistema político de natureza democrática ou totalitária, nele existirá, necessariamente, uma ideologia determinando valores de diferentes espécies, bem como estabelecendo as carac-

terísticas do seu sistema de organização. Tudo aquilo que contrariar tais valores e sistema organizacional será merecedor de resposta destinada à neutralização dos efeitos resultantes dessa contestação ao *status quo*. Em geral, tais ações antagônicas são patrocinadas por centros de decisão externos e a propaganda é um instrumento bastante usado para tal fim.

Assim, tais ações adversas inserem-se no aspecto da Segurança do Estado e, como tal, em área de responsabilidade da Atividade de Informações. Daí, poder-se entender a Propaganda Adversa como sendo a propaganda de qualquer procedência, cujos efeitos agridam os valores morais e espirituais cultivados pela Nação ou, ainda, contestem os fundamentos da organização do Estado.

Nunca é demais salientar que não se deve confundir Propaganda Adversa e Propaganda Política. Enquanto a primeira é contrária e lesiva aos interesses nacionais, a segunda é legítima, lícita e conforme aos preceitos democráticos. A defesa de rumos diferentes para alcançar um mesmo objetivo, fato que caracteriza a propaganda oposicionista, tem sentido construtivo, na medida em que mostra haver todo um leque de opções democráticas para fazê-lo. Já a Propaganda Adversa, de cunho contestatório e subversivo, não possui qualquer compromisso de solução que tenha por base aqueles valores aceitos pela maioria nacional.

## CONTRAPROPAGANDA

No campo da Comunicação Social existe, como é óbvio, uma atividade cuja preocupação é a de antepor-se à Propaganda, seja qual for a sua classificação, para impedir que os resultados pretendidos por esta última junto ao Público-Alvo sejam alcançados. É a Contrapropaganda. Ela existirá a partir do instante em que um grupo, sentindo-se prejudicado pela Propaganda Adversa, aplica técnicas destinadas a impedir que a mensagem do adversário produza, no Público-Alvo, os efeitos pretendidos. Quando se toma conhecimento da Propaganda Adversa antes do seu desencadeamento, poderá ocorrer que o grupo lance a sua própria campanha, antecedendo-se ao adversário.

Isto posto, a Contrapropaganda pode ser entendida como a Propaganda que busca anular ou reduzir os efeitos que a Propaganda Adversa possa vir a causar no Público-Alvo. É fácil verificar, assim, que a Contrapropaganda é uma "Propaganda Contra" e, desta forma, obedece às mesmas normas, princípios e técnicas da Propaganda. Resumindo: a diferença entre elas é dada, não pelo conteúdo, mas pela finalidade.

## ANÁLISE DA PROPAGANDA NA ATIVIDADE DE INFORMAÇÕES

Ao analisar uma Propaganda,

o Analista estará desenvolvendo, sem dúvida alguma, um trabalho voltado para a produção de conhecimentos, vale dizer uma Atividade de Informações.

De pronto, surge uma questão: que tipo de Propaganda interessa à Atividade de Informações? Considerando que esta nada mais é que um instrumento do Estado à disposição dos Governos que democraticamente se sucedem, é meridianamente claro que merece preocupação aquela Propaganda que agride os valores morais, sociais e espirituais da Nação, ou que contestem o ordenamento jurídico-institucional do Estado, ou seja, a Propaganda Adversa. Tal tipo de Propaganda suscita o interesse governamental em efetivar ações de resposta. Assim sendo, cabe à Atividade de Informações proceder a um sistemático acompanhamento da Opinião Pública, quer interna quer externamente, para, utilizando a Técnica de Análise da Propaganda, bem caracterizá-la.

Desta forma, a Análise da Propaganda, assunto de elevado grau de complexidade, insere-se na esfera da Expressão Psicossocial do Poder Nacional, área na qual é dominante o Homem, com toda a sua carga de motivações comportamen-

tais.

### CONCLUSÃO

Espera-se, dos que se dedicam à tarefa de Análise da Propaganda, além de um bom nível intelectual e cultural, o perfeito domínio das técnicas de Análise, em particular as de Conteúdo e de Efeito. Há que possuir conhecimentos relacionados com as Ciências Humanas, na medida em que estará, inclusive, em busca de motivações pessoais e que sejam passíveis de condicionar reações comportamentais. Ao Analista, não deverá bastar uma conclusão fria e estática, consubstanciada na identificação da Origem, na citação do Veículo empregado, na qualificação do Conteúdo, nas características do Público-Alvo ou mesmo nos efeitos alcançados. Desse elemento ele deverá extrair o "porquê" da Propaganda e o significado das reações que vierem a ser constatadas.

De tudo, avulta a certeza de que deverá haver, sempre, uma interação entre os dirigentes governamentais e os profissionais de Informações, deixando bem clara e delimitada a ligação entre esta Atividade e o próprio Processo Decisório Nacional.



**OSMAR JOSÉ DE BARROS RIBEIRO** — Tenente-Coronel (R/1) do Exército. Possui todos os cursos regulares de sua arma: AMAN (Turma Aspirante Mega, 15 de fevereiro de 1955), ESAO (1964) e ECEME (1969). Possui ainda os cursos da EsIE (Guerra Química, 1957), EsNI (Curso "A", 1974) e ESG (1988). Além de comandante do Pelotão de Infantaria, foi Auxiliar de Instrutor (1960-61) e Instrutor-Chefe do Curso Básico (1971-72-73) da AMAN, e Chefe da 2ª seção do Estado-Maior da Brigada Para-quedista (1970). Participou da Força Interamericana de Paz (1966).