



Operações Psicológicas: Abordagem semiótica da comunicação na guerra moderna¹

Fernando Lyra HIPPOLYTO Jales²
Luciana Carlos CELESTINO³
Universidade Potiguar (UnP), Natal - RN

RESUMO

Estudo semiótico sobre as Operações Psicológicas desenvolvidas pelas Forças Armadas brasileiras. As operações psicológicas constituem-se de uma série de ações comunicacionais produzidas pelas unidades militares, e têm como objetivo levar as tropas inimigas a desistirem do combate ou não oferecerem resistência ao avanço das forças aliadas. Elas podem ser desenvolvidas também para realçar a paz e promover a união entre Forças Armadas e população civil. A abordagem semiótica das Operações Psicológicas se desenvolve através do estudo de panfletos produzidos pela Força Aérea Brasileira, durante as operações Cruzex II e III, em 2004 e 2006 respectivamente. Essa abordagem demonstrou quais panfletos de Operações Psicológicas desenvolvidos podem, ou não, serem eficazes.

PALAVRAS-CHAVE: Semiótica; Operações Psicológicas; Força Aérea Brasileira; Cruzex; Inteligência.

APRESENTAÇÃO

A semiótica é fascinante. Ela abre um novo horizonte na percepção do mundo e da simbologia implícita e explícita do cotidiano, como também dos grandes eventos. Mas paralelo ao estudo dos significados e significações, encontramos as Operações Psicológicas (PsyOps) como uma atividade que existe exclusivamente em função dos processos de significações. As operações psicológicas são ações, estratégias e táticas

¹ Trabalho apresentado na sessão Teorias da Comunicação, da Altercom – Jornada de Inovações Midiáticas e Alternativas Experimentais, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista formado em Comunicação Social – Jornalismo, pela Universidade Potiguar (UnP) em 2007.2, e-mail: hippolyto@uol.com.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social – Jornalismo, da UnP. E-mail: lucianacarlos@unp.br



desenvolvidas pelas Forças Armadas com o intuito – entre muitos outros – de diminuir a necessidade de combates físicos entre as tropas, e reduzir assim o número de mortos e feridos em conflitos armados ou situações de insurgências.

Neste cerne de buscas e pesquisas sobre as Forças Armadas, se observa que há diferenças significativas entre tática e estratégica, pois enquanto a primeira é voltada para operações pontuais, a segunda é o planejamento em larga escala das ações que se estendam por maior intervalo espaço-temporal. Poderíamos dizer que a estratégia é “o que” deve ser realizado para alcançar um determinado objetivo, e tática é o “como” realizar. O emprego da semiótica como fator de melhoramento das operações psicológicas deve ser visto tanto como aspecto tático como estratégico, pois ela tem o potencial de funcionar tanto em pequenas operações – de cunho imediato – como em grandes campanhas ou em períodos entre guerras.

Uma das primeiras obras em língua portuguesa, sobre as operações psicológicas, é o livro do Cel.-Av Nelson O’ de Almeida - *A psicologia e um novo conceito de guerra*. A idéia geral da obra é que, no atual cenário dos teatros de operações modernos, o conceito de guerra total⁴ torna-se obsoleto e mal visto pela sociedade civil, e mesmo dentro das Forças Armadas (O’ DE ALMEIDA, 1990).

Só na Batalha de Stalingrado, travada por germânicos e russos entre 1942 e o início de 1943, as baixas foram de dois mil tanques, mais de dois mil aviões, dez mil canhões e setenta mil veículos motorizados (TOTA, 2006, p. 355), dados sobre o desperdício de vidas humanas perdidas superam os números de equipamentos em larga margem, o que mostra a necessidade de implantação de táticas e estratégias diferenciadas. Diante desses fatos, precisamos formular as seguintes questões: Pode-se realmente vencer guerras sem derramar sangue? As operações psicológicas podem contribuir com as vitórias enxutas, sem banhos de sangue, petróleo e lágrimas? Até que ponto os materiais comunicacionais produzidos pelos departamentos de Operações Psicológicas das Forças Armadas brasileiras podem constituir armas não-letais fundamentais ao que denominamos de guerra enxuta? E como funcionam – semioticamente – as operações psicológicas?

Parto do princípio que sim, as vitórias enxutas podem se tornar uma realidade como podemos observar na cidade de Palmas-TO, em 2001, alguns indivíduos da Polícia Militar rebelaram-se e aquartelaram-se. Na ocasião, foi enviada a 3ª Brigada de

⁴ Destruição da capacidade logística e causar o maior número de baixas às tropas inimigas, como foi empregado na II Guerra Mundial.



Infantaria Motorizada do Exército Brasileiro para conter a motim dos policiais. O Exército cercou os aquartelados e utilizou de recursos psicológicos (helicópteros que lançaram panfletos, além de caixas de som direcionadas para o prédio do quartel da Polícia Militar do Tocantins que reproduziam mensagens especialmente produzidas) para causar a rápida desmobilização da greve, o que foi alcançado em pouquíssimo tempo sem que um tiro sequer fosse disparado.

Afinal, em linhas gerais, por quê as operações psicológicas funcionam? Sem nos determos no momento nos aspectos de eficiência psico-comunicacionais, poderíamos parafrasear o Capitão Nascimento⁵ e afirmar que “militar tem família, militar também tem medo de morrer”.

Mas então por que usar a semiótica? Ela é capaz de explicar e interpretar todo o domínio da cognição humana: “A teoria semiótica nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são engendradas, nos procedimentos e recursos nela utilizados” (SANTAELLA, 2004, p. 5). Assim, a possibilidade, utilidade e necessidade de usar a semiótica na análise das operações psicológicas ficam claras, pois:

A semiótica participa do consórcio Inteligência-História para o trabalho com a imagem. Santaella e Nöth (1999, p. 75)⁶ enfatizam a importância da semiótica no trato de fontes visuais, para que se possa dissecar os elementos internos que compõe enredos e tramas de construção da imagem. (KLANOVICZ, 2006, p. 67).

É nesse teatro de informações flutuantes que as comunicações sociais encontram a árdua tarefa de analisar, produzir e veicular os produtos de operações psicológicas, e são divididas em três categorias: a destrutiva, que desestrutura e destrói um imaginário; a construtiva, que estrutura e constrói um imaginário, e; a subversiva, que modifica um imaginário, dissuade e atemoriza.

E é neste fascinante universo da batalha pela mente, onde as armas são as palavras, sons e imagens, que mergulho na minha pesquisa através da semiótica.

⁵ Personagem interpretado pelo ator Wagner Moura, no filme brasileiro Tropa de Elite (2007), o qual – durante a narração nos primeiros instantes do filme – afirma que “policial tem família, policial também tem medo de morrer”.

⁶ Klanovicz faz referência a: SANTAELLA, Lúcia & NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição e semiótica**. São Paulo: Iluminuras, 1999.



OBJETIVOS

O objetivo da pesquisa é o estudo das operações psicológicas para entender seu funcionamento, bem como sua capacidade de atingir seus objetivos. Para isso foi feita a abordagem semiótica dos produtos comunicacionais confeccionados pelos departamentos de operações psicológicas das Forças Armadas brasileiras, através da revisão histórica da comunicação na guerra, conhecimento de quais são esses produtos, e estudo de semiótica aplicada. Com o panorama histórico montado e produtos comunicacionais em mãos, segue-se o estudo semiótico das operações psicológicas.

JUSTIFICATIVA

Vidas demais são perdidas em campos de batalhas, em disputas nas quais o uso da força não é imperativo para a sobrepujança das tropas. O emprego das operações psicológicas se mostrou mais eficiente e menos danoso à vida e à sociedade, por isso deve ser aprimorado e intensificado. Visto que onde há o homem, existe a guerra (COSTA, 1980), e como a natureza da guerra ocorre não por desejos militares, mas por interesses político-econômicos, cabe a todos os cidadãos buscarem métodos para que tais conflitos bélicos não ocorram. Mas se forem inevitáveis, que exista o menor banho de sangue possível.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A pesquisa partiu da investigação detalhada do que são as operações psicológicas, e quais as suas formas de disseminação. Concluído levantamento inicial, o próximo passo foi buscar – dentro das Forças Armadas brasileiras – quais produtos comunicacionais de operações psicológicas foram desenvolvidos, em quais situações destinados, a quais públicos e com quais efeitos.

Foram escolhidas as operações psicológicas desenvolvidas pela Força Aérea Brasileira, através do Centro de Comunicação Social da Aeronáutica (CECOMSAer),



durante as operações de guerra simulada Cruzex 2 e 3, ocorridas respectivamente em 2004 e 2006 nas regiões nordeste e centro-oeste.

Terminada a escolha da fonte de recursos comunicacionais das operações psicológicas, iniciou-se o longo processo de solicitação do material produzido pelo CECOMSAer nas simulações Cruzex 2 e 3: panfletos, vídeos e mensagens de áudio. Nesse intervalo de tempo para receber oficialmente o material, aproveitei para construir o referencial teórico sobre semiótica, baseado em pesquisas bibliográficas.

Com o referencial teórico concluído, e os produtos comunicacionais das Forças Armadas em mãos, foi a vez de fazer a análise semiótica das operações psicológicas desenvolvidas pela Força Aérea Brasileira, durante as operações de guerra simulada Cruzex 2 e 3.

Por fim, as considerações finais mostram o quão necessária é a semiótica como ferramenta para salvar vidas, através do aperfeiçoamento das operações psicológicas.

REFERÊNCIAS

COSTA, Fernando Hippolyto da. **História da Base Aérea de Natal**. Natal: Universitária, 1980.

KLANOVICZ, Jó. **Fontes abertas: Inteligência e o uso de imagens**. In: Revista brasileira de inteligência. Vol. 2, nº. 2. Brasília: Abin, 2006.

O' DE ALMEIDA, Nelson. **A psicologia e um novo conceito de guerra**. Rio de Janeiro: Incaer, 1990.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. 1 ed., São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

TOTA, Pedro. **Segunda Guerra Mundial**. In: MAGNOLI, Demétrio. **História das guerras**. 3 ed., São Paulo: Contexto, 2006.