

Comunicação social no Comando Militar do Sudeste

Com uma estrutura unificada de comunicação, o Exército fortaleceu seus laços internamente e junto aos públicos de interesse.

Tenente Marília Villas Boas* e Tenente Roberto Lancellotti Zuccaro*

O Exército Brasileiro, criado há mais de 300 anos, ao longo de sua trajetória sempre utilizou a linguagem verbal para atingir seu contingente. No entanto, uma instituição deste porte, com unidades espalhadas em todos os cantos do Brasil, precisava de uma estrutura que unificasse a linguagem utilizada com seus públicos, orientasse os responsáveis no gerenciamento de crises, na organização de eventos e relacionamento com a mídia, fortificando os laços de comunicação entre si. Para que todos esses objetivos fossem atingidos satisfatoriamente, foi criado dentro do próprio Exército o Centro de Comunicação Social do Exército (CComSEx). A partir de então, todas as unidades da Força – do Oiapoque ao Chuí – foram implantadas dentro de um Sistema de Comunicação (SisComSEx), cuja finalidade é coordenar e integrar as atividades de Comunicação Social nessas unidades.

Seguindo as diretrizes do Plano de Comunicação, atualizado de três em três anos, os militares designados a exercer a função de

“Comunicador Social” permearam suas ações a partir deste importante documento, o qual, não só orientou como também regulou todas as atividades pertinentes à Comunicação Social do Exército. A Seção de Comunicação Social do Comando Militar do Sudeste (CMSE/5ª Seção), responsável por todas as atividades relativas à área de Relações Públicas, Publicidade e Jornalismo dentro do Estado de São Paulo, embora sempre pautada nas orientações do CComSEx, desenvolveu uma forma única de comunicar-se com a sociedade paulistana. Mapeou o público-alvo e veículos de comunicação e elaborou seu próprio plano para todas as atividades diárias, semanais, mensais e datas festivas, além de apoiar todas as unidades subordinadas a este Comando.

Como premissas básicas, a 5ª Seção considerou fundamentais os seguintes pontos:

- A comunicação social como um valioso instrumento;
- Os objetivos do Exército e as ações políticas decorrentes balizam as atividades do SisComSEx;

- O fortalecimento das convicções do público interno sobre a instituição;
- Credibilidade, confiança e prestígio da instituição junto à comunidade;
- Respostas adequadas e oportunas aos questionamentos dos diferentes públicos.

Segundo o organograma de Comunicação Social do Comando Militar do Sudeste, a 5ª Seção executa as seguintes atividades:

1. Atendimento às autoridades e comitivas - São responsáveis pelo contato com Receita Federal, Polícia Federal e INFRAERO para acesso do oficial da 5ª seção em área restrita, bem como solicitações para agilizar os procedimentos de bagagem e imigração (caso de estrangeiros); apoio às autoridades e comitivas no caso de perda de bagagem; fiscalização do apoio de viatura (s) para autoridades e comitivas; despacho de bagagens (check in) no balcão da companhia aérea; reserva de sala vip da INFRAERO para oficiais-generais; e escalar um oficial da 5ª seção para atendimento.

2. Reserva e hospedagem - Fazem recebimento do fax de soli-

citação de hospedagem; procedimentos para reserva; e mantêm uma relação atualizada de hotéis conveniados.

3. Gabinete do comando - Apóiam solicitação do Comandante, por intermédio do assistente; fazem atendimento no aeroporto ao Comandante; executam trabalhos burocráticos; fazem a recepção de convidados do Comandante ao QG; e confeccionam a resenha para o Comandante.

4. Recepção de oficiais movimentados para o comando do cmse - São encarregados de leitura de currículos; entrega de proposta de sócio do Círculo; apoios diversos.

5. Despedida de oficiais do comando do cmse - Solicitam bandeirante à seção administrativa; e providenciam gravação de placa com o nome do Oficial.

6. Comissão de recepção em eventos - Chefiam a comissão, controlam o acesso ao gabinete do comandante; confirmam a presença de autoridades; controlam o acesso aos palanques de autoridades; controlam a utilização dos estacionamentos e recebem a imprensa.

7. Atividades diversas - Fornecem informações sobre concursos; fazem cobertura videofotográfica de eventos; emitem documentos; atendem solicitações dos Tiro de Guerra (TG); e apóiam o programa Criança Cidadão do Futuro.

Projetos

Todas essas funções fazem parte da rotina da seção. Ao longo do tempo, temos tido alguns projetos criados para incrementar a Comu-

comunicação empresarial

“Avaliação constante de resultados contribuirá de forma significativa para a comunicação social do Exército Brasileiro.”

Tnte Marília e Tnte Zuccaro

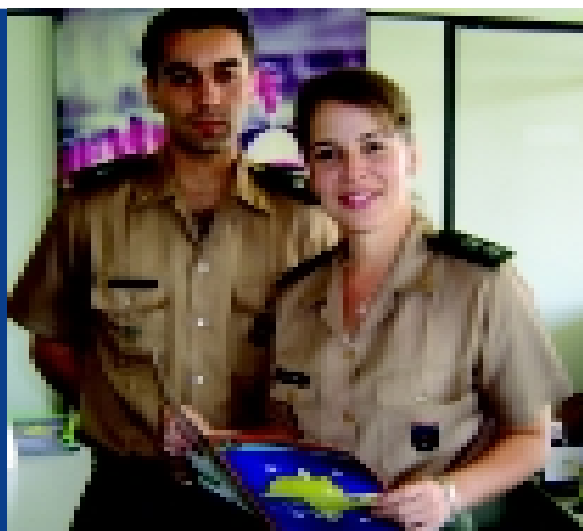


FOTO: DIVULGAÇÃO

nicação Social do CMSE, atendendo, também as necessidades do próprio Exército em seus objetivos gerais. Por isso, identificamos o problema e, a partir deste, as metas, ações e públicos.

Simpósio de Comunicação Social

Problema - A maior parte dos militares designados para exercer a função de Relações Públicas nas unidades e sub-unidades subordinadas ao CMSE nunca teve contato com esta área.

Metas - Apresentar as diretrizes e metas de trabalhos da Comunicação Social; desenvolver na área do CMSE um ambiente de trabalho único e nivelado; estreitar o laço pessoal e funcional entre participantes e palestrantes do simpósio; e ampliar o conhecimento e trazer novas idéias aos militares já familiarizados com a área.

Ações - Planejar os assuntos abordados durante o simpósio; contatar e agendar os palestrantes convidados; confeccionar material de anotação para o simpósio e brindes para os palestrantes; con-

vidar os participantes para o Simpósio; recepcionar e ambientar os palestrantes e participantes; elaborar, distribuir e tabular pesquisa de opinião aos participantes; realizar reunião para avaliar o evento, detectando falhas, pontos a melhorar e analisando as sugestões dos participantes.

Público-alvo - Inicialmente, o Simpósio era dirigido para o público interno, porém, atendendo a uma necessidade do Exército de se aproximar do público externo (Projeto “Portas Abertas”), foram abertas vagas para universitários e convidados da área de Comunicação Social.

Política de portas abertas

Esta ação foi criada pelo CComSex e adaptado para a área do CMSE.

Problema - O Exército é a instituição de maior credibilidade dentro da sociedade brasileira, porém ainda é uma instituição pouco conhecida.

Metas - Estreitar o laço entre a instituição e o público civil em geral; apresentar o CMSE e suas Or-

ganizações Militares Subordinadas (OMS) aos públicos de interesse, aproximando-os deste comando de área especificamente; mostrar a esse público as atividades do Exército para cumprir a missão constitucional.

Ações - Visitação as instalações do CMSE e OMS; pequena palestra abordando as principais atividades da unidade; demonstração de combate, pista de cordas (de acordo com a unidade visitada); entrega de folders, informativos e folhetos sobre a unidade, CMSE e Exército, além de brindes aos visitantes.

Público-alvo - Público externo em geral e públicos de interesse da unidade.

Informativo do CMSE

Problema - Foi identificada a necessidade de informar o público interno sobre todas as atividades e eventos do CMSE, bem como os públicos de interesse.

Metas - Criar um banco de dados com públicos de interesse e Organizações Militares; manter esse público informado das ações do CMSE e OMS; e alimentar com informações o público formador da opinião.

Ações - Fazer registro fotográfico de todas as solenidades militares e eventos que envolvam o CMSE; coletar dados para a elaboração de matérias; selecionar as melhores fotos para o informativo; fazer o lay-out; mandar para aprovação do Comando e, posteriormente, para a gráfica; realizar a distribuição dos informativos; e coletar opiniões sobre o informativo (sugestões e críticas) junto a uma amostra dos públicos.

Público-alvo - Público interno da unidade.

Colaborador emérito

Problema - Pessoas e instituições apoiam e prestigiam diversas atividades realizadas pelo CMSE. Detectamos, então, a necessidade de retribuir toda essa atenção dispensada.

Metas - Reconhecer e valorizar o público civil; tornar público esse reconhecimento; e incluir este público na lista de “Amigos do CMSE”.

Ações - Confeção do Diploma de Amigo do CMSE; selecionar os propostos; e coordenar o cerimonial de entrega na solenidade do Dia do Exército e Dia do Soldado, em que são entregues essas homenagens.

Público-alvo - Público civil.

Banda sinfônica

Problema - O CMSE possui uma banda de música que se apresenta não só em eventos militares mas também em eventos civis. Detectamos a excelente aceitação da Banda pelo público civil devido às diversas solicitações para apresentações. Em função dessa demanda, foi criada a Banda Sinfônica do Exército.


Metas - Projetar a música brasileira junto ao público interno e externo; fazer apresentações em países onde se realizam concertos de bandas; estimular o aperfeiçoamento profissional do músico militar; divulgar valores e as tradições militares do Exército; e motivar o público interno para o exercício da profissão de músico tanto militar como civil.

Ações - Captação de patrocínio para o Projeto; criação da Banda e publicação dos atos oficiais; tomar Medidas Administrativas para a implantação da Banda (maestro, regente, músicos, instalações); solicitar obras e aquisições diversas; reunião da banda; e consolidar a implantação (recursos pessoais, instrumentos, mobiliário em geral, uniforme, partituras e equipamentos de som).

Público-alvo Públicos interno e externo.

Avaliação

Obtivemos vários resultados com a implantação desses projetos, os quais destacamos a aproximação dos públicos de interesse do CMSE. Houve também maior conhecimento a respeito das atividades do CMSE e OMS, incluindo o estreitamento das relações entre CMSE e organizações civis e militares. Também realizamos a divulgação da Missão Constitucional do Exército para os públicos de interesse do CMSE. Notamos uma maior valorização e ampliação dos conhecimentos do público interno.

A partir da avaliação dos resultados, temos a certeza de que o CMSE contribuirá de forma significativa para que a Comunicação Social no Exército Brasileiro seja cada vez mais eficaz, alcançando todos os públicos que, juntos, formam a sociedade brasileira. 

(*) Tenente Marília Villas Boas é Oficial de Comunicação Social do Comando Militar do Sudeste, com formação em Relações Públicas.

(*) Tenente Roberto Lancellotti Zuccaro é Oficial de Comunicação Social do Comando Militar do Sudeste e possui formação em publicidade e propaganda.