

PALAVRAS DO COMANDANTE DA MARINHA NA ABERTURA DA PRIMEIRA JORNADA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA MARINHA

Falar de Comunicação Social, em âmbito da Força, implica reconhecer a importância e a inadiável necessidade de tornar a nossa Instituição cada vez mais próxima da sociedade brasileira. Nesse sentido, é essencial implementar veículos eficazes de comunicação a fim de melhor atingir os Públicos Interno e Externo, visando, dentre diversas motivações, propagar as razões de existência da Marinha, apresentar suas necessidades de pessoal, de material, e de recursos financeiros e buscar incrementar a seleção para o Recrutamento Naval. Em relação ao Público Interno, a Comunicação Social, além de mantê-lo informado do que está ocorrendo, tem o papel fundamental de contribuir como instrumento de liderança e para a manutenção e fortalecimento das tradições e costumes navais. Na verdade, o Público Interno deve ser fortalecido em suas convicções e auto-estima, à medida que lhe sejam fornecidos argumentos bastantes para que conheça e propague a relevância de um Poder Naval capacitado a assegurar a soberania e os interesses do País em suas Águas Jurisdicionais.

O Público Externo, por sua vez, representa segmento a ser influenciado e motivado a conhecer a Marinha do Brasil, para que, a partir daí, tenha a oportunidade de admirá-la, sendo, portanto, vital que lhe seja apresentada, permanentemente, uma imagem correta da Instituição e enfatizada a necessidade de se dispor de uma Força pronta, de porte compatível com suas

responsabilidades constitucionais e à altura da estatura político-estratégica do País.

Nesse contexto, nos últimos dois anos, ocorreram inúmeras realizações de Comunicação Social, das quais cito algumas, somente para exemplificar as atividades realizadas:

- as campanhas publicitárias por ocasião do Aniversário da Batalha Naval do Riachuelo - Data Magna da Marinha (11 de junho); do Dia da Independência (7 de setembro); e do Dia do Marinheiro (13 de dezembro);

- a coordenação da cobertura jornalística sobre a Operação de Busca e Resgate às vítimas e destroços do voo 447 da Air France, que representou o evento SAR de maior envergadura de que já participamos;

- a coordenação da cobertura jornalística da incorporação do Navio-Patrolha "Macaé"; e

- o lançamento da segunda edição da Revista "Âncora Social", que oferece um rico panorama das ações sociais desenvolvidas na Força.

A Comunicação Social segue seu rumo, adquirindo mais consistência, que pode ser verificada em medidas como a ampliação das instalações do **CCSM**, hoje sob a direção de um Contra-Almirante, e o aumento do efetivo de seu pessoal. Além disso, a Administração Naval tem procurado valorizar os profissionais do ramo ou que, por seu perfil, tenham condições de contribuir para tornar essa atividade mais efetiva.

Com relação ao futuro da Comunicação Social da Marinha, há que pensar sob o enfoque estratégico, ou seja, no que é possível fazer para, de forma contínua e sustentada, torná-la cada vez mais dinâmica, interessante

e cativante, compreendendo-a como poderoso instrumento de difusão de nossas atividades, de nossos valores e de nossa rica tradição, fortalecendo-os junto ao Público Interno, convencendo-o de que cada militar, ou Servidor civil, deve ser um espelho de nossos princípios éticos e morais, sendo sua conduta pessoal, por si só, um forte elemento de comunicação social, na medida em que qualquer desvio de comportamento, independente do posto ou graduação, tem um impacto interno tremendamente negativo e, mais ainda, junto ao Público Externo. Importa, também, intensificar e dinamizar a Comunicação Social, dando visibilidade às nossas ações junto à opinião pública, com foco nos requisitos de rapidez e fidelidade, que os modernos sistemas de comunicação impõem nos dias atuais.

Desse modo, considero vital o convencimento não só da população, mas também do Poder Político, quanto à importância da "Amazônia Azul" e de nossas águas interiores, seja para o desenvolvimento da economia, seja para garantia de nossos interesses e soberania. Isso permitirá a formação de um círculo virtuoso: mais atuação, mais reconhecimento da sociedade, mais apoio do Poder Político e, conseqüentemente, mais recursos financeiros, mais atuação. Portanto, tudo nos leva a atribuir elevada prioridade à divulgação:

- das ações bem sucedidas de eventos SAR;
- das medidas efetivas em prol da Segurança do Tráfego Aquaviário;
- de apresamentos efetuados ou irregularidades detectadas no mar e nas águas interiores pelos meios envolvidos em PATNAV, PATFLU e IN;
- do apoio às populações ribeirinhas; e
- da marca "Marinha do Brasil".

Por fim, e ainda dentro de uma concepção de futuro, desejo destacar o estudo, ora em curso, sob a responsabilidade do **CCSM** para a reestruturação e expansão da Comunicação Social na Marinha, que resultará em um plano ousado, que prevê, entre outros produtos, a criação de novos veículos de comunicação para os Públicos Interno e Externo, tais como: a TV Marinha, veiculada por *Web TV*, em forma de “revista eletrônica”, cujo propósito será apresentar, em vídeo, diversos aspectos da nossa Força e do trabalho dos homens e mulheres que a integram; uma Rádio Corporativa, a ser implementada por radiodifusão; um novo periódico intitulado “Marinha em Revista”; e a possibilidade de acesso à Internet / Intranet às tripulações dos navios no mar. Tudo isso conferirá enorme capilaridade à disseminação de informações na Marinha.

À luz desse novo Plano e tomando emprestado o lema dos hidrógrafos **“Restará sempre muito o que fazer”**, diria que as perspectivas da Comunicação Social da Marinha são alvissareiras, pois há suficientes razões para acreditar que constituirão reflexo de um porvir venturoso para toda a Instituição.

Brasília-DF 16 de Março de 2010.