

# CAPACITAÇÃO EM FOTO E VÍDEO PARA MILITARES DO CML

Texto: 2º Tenente **Ferrentini** / Cmdo CML



O Comando Militar do Leste (CML) realizou, de 8 a 11 de abril, a Capacitação em Foto e Vídeo destinada a militares envolvidos na área de Comunicação Social da guarnição do Rio de Janeiro. Um total de 37 militares de diversas unidades participaram do evento.

O primeiro dia de atividades contou com a participação do Chefe da Comunicação Social do Comando Militar do Leste, Coronel **Cinelli**. Na ocasião, ele abordou o tema desta edição, “A Força da Imagem”, especialmente no âmbito militar. Na

sequência, o Adjunto da 7ª Seção e coordenador da Capacitação, Major **Henne-mann**, contribuiu explanando sobre a importância do registro fotográfico e videográfico no Plano de Comunicação Social do Exército, destacando como a divulgação dos valores e práticas institucionais são importantes para a Força.

A Capacitação teve como convidado de honra o palestrante **Luis Kawaguti**, que abordou temas como roteiro jornalístico, técnicas de vídeo e fotografia. Interagindo bastante com os instruídos, o Sr. **Kawaguti** trouxe exemplos teóricos e práticos de suas experiências em coberturas jornalísticas nacionais e internacionais, com destaque para a Folha de São Paulo e para a BBC de Londres.

As instruções de fotografia abordaram conceitos relacionados à história da fotografia, ao triângulo de ex-

posição, lentes, composição, tipos de arquivo e tratamento de imagem, entre outros assuntos correlatos. A equipe de instrução foi formada pelos aspirantes **Anderson Valim** e **Ferrentini**, pelos cabos **Francilaine** e **Gutemberg** e pelo soldado **R.Menezes**. A aula prática transcorreu no museu Conde de Linhares.

Nas instruções videográficas, a equipe foi formada pela 2º Tenente **Hosana**, pelos soldados **Alvarenga** e **Matheus Rocha** e pelo servidor civil **Nilton Santos**, que abordaram assuntos como técnicas de filmagem, roteiro jornalístico, novos equipamentos audiovisuais, programas de edição e linguagem visual, entre outros. Os alunos também foram conduzidos a uma visita aos estúdios de vídeo e fotografia e às ilhas de edição da Subseção de Produção e Divulgação do CML, atualmente chefiada pelo Capitão **Romildo**. Em toda a Capacitação, a logística e a administração ficaram a cargo do 2º Sargento **Romero**.

# CML realiza Simpósio de Comunicação Social

*O evento contou com a participação de integrantes do Sistema de Comunicação Social do Exército e das demais Forças Armadas, além de profissionais de diversos veículos, de instituições públicas e privadas, docentes e acadêmicos da área.*

Texto : 2º Ten **Hosana** / Fotos : Cb Francilaine / Sd **R Menezes** / Sd **Nóbrega**

O Comando Militar do Leste (CML) promoveu, no período de 27 a 30 de maio, no Palácio Duque de Caxias, o Simpósio de Comunicação Social 2019. O evento contou com a participação de integrantes do Sistema de Comunicação Social do Exército (SisComSEx) e das demais Forças Armadas, além de profissionais de diversos veículos, de instituições públicas e privadas, docentes e acadêmicos da área.

O Simpósio foi planejado e organizado tendo por objetivos principais: ampliar a integração entre os componentes do SisComSEx; reforçar o canal técnico de Comunicação Social; nivelar conhecimentos sobre o Plano de Comunicação Social do Exército 2018-2019; compartilhar experiências entre integrantes do Sistema e civis da área de comunicação; difundir boas práticas; estabelecer diretrizes; e orientar os comandos subordinados, padronizando

procedimentos no âmbito do CML.

O Comandante Militar do Leste, General de Exército **Júlio Cesar de Arruda**, fez a abertura do Simpósio, abordando a importância da Seção de Comunicação Social do CML e os objetivos do evento. Enfatizou também a necessidade de um permanente intercâmbio de informações e atualizações na área da comunicação social, para que haja um crescimento profissional de todos os participantes.

O trabalho da Comunicação Social do CML e, especialmente, sua atuação na Intervenção Federal foram alguns assuntos abordados pelo Chefe da Seção de Comunicação Social do CML, Coronel **Carlos Frederico Gomes Cinelli**.

Os desafios, as ações emergenciais e estruturantes, e o legado deixado para a Segurança Pública no Estado do Rio de Janeiro estiveram entre



*Jornalista William Waack no Encerramento do Simpósio.*



*General Arruda, Coronel Cinelli e Major Hennemann entregando uma recordação do CML para o Jornalista William Waack.*

os tópicos apresentados ao público.

O evento também buscou difundir para o público ci-



*Jornalista Rodolfo Schneider, Diretor de Jornalismo do Grupo Bandeirantes no RJ.*



*Jornalista Carlos de Lannoy, TV Globo.*



*Jornalista Elenilce Bottari, Jornal O Globo.*



*Professora Karenine Miracelly, docente do Centro de Estudos de Pessoal do Exército.*

vil conhecimentos específicos a respeito da Força e divulgar a profissão militar, destacando suas peculiaridades e valores. Durante o Simpósio, os participantes realizaram uma visita



*General Richard, Chefe do Centro de Comunicação Social do Exército.*

ao Museu Histórico do Exército/Forte de Copacabana e ao Espaço Histórico-Cultural do CML.

A jornada de quatro dias contou com a participação de palestrantes militares e civis, a exemplo dos jornalistas **William Waack, Rodolfo Schneider, Luís Kawaguti, Carlos de Lannoy, Mario Rosa e Elenilce Bottari**; do publicitário **Eduardo Sanches Boix**; dos docentes **Marcelo Serpa, Karenine Miracelly, Cláudio Cotrim e Raul Santa Helena**.

Alguns dos demais temas apresentados durante o Simpósio foram: “Gestão da Crise da Comunicação Social”; “A Imparcialidade e a Ética Jornalística Perante uma Crise”; “O Impacto Perverso de Fake News na Segurança Pública e sua Utilização Criminosa para Atrapalhar Investigações Policiais”; e “O Gerenciamento de Crise pela Comunicação Social do Exército Brasileiro”.

No encerramento do Simpósio, o Chefe do Centro de Comunicação Social do Exército (CComSEx), General de Divisão **Richard Fernandez Nunes**, ministrou a palestra “A Comunicação Social no Exército Brasileiro”.

Na ocasião, apresentou a missão e o trabalho do CComSEx e as Diretrizes de Comunicação do Exército, além de abordar temas como mídias sociais e inteligência artificial, aproveitando para divulgar ao público presente, o soldado virtual MAX, uma categoria especial de “chatbot” que utiliza elementos de *Machine Learning* (inteligência artificial, por meio do aprendizado da máquina) e de Processamento de Linguagem Natural, a fim de dar a resposta mais adequada e rápida aos questionamentos recebidos.





# Conheça os produtos de Comunicação Social do CML

O site do Comando Militar do Leste (CML) vem ganhando cada vez mais relevância. Atualizado com frequência, possui números significativos de acesso, assim como as redes sociais, como Twitter, Facebook, Instagram e Youtube, que têm conquistado um aumento expressivo de seguidores. Este crescimento destaca a relevância das redes, que pode ser vista através dos números de seguidores, curtidas e visualizações.

**Twitter**  
mais de  
**30.000**  
seguidores.

**YouTube**  
mais de  
**7.000**  
inscritos.

**Facebook**  
mais de  
**3.700**  
curtidas.

**Instagram**  
mais de  
**3.000**  
seguidores.

## Site do CML

[www.cml.eb.mil.br](http://www.cml.eb.mil.br)

O site do CML foi criado em 8 de dezembro de 2004 e, todos os dias, é atualizado com notícias sobre o Comando. Por meio dele, o usuário tem acesso a outros canais de comunicação do CML. O site também divulga eventos institucionais, hotéis de trânsito, formaturas, diversas atividades, sala de imprensa, uniformes previstos, além dos endereços de Fortes e Fortalezas.



## Twitter

@CmdoCML

O Twitter do CML foi criado em março de 2018. Diariamente são publicadas diversas matérias e acontecimentos de cunho institucional e jornalístico sobre as missões mais importantes no âmbito do Comando Militar do Leste e de suas Organizações Militares Subordinadas.

## Facebook

@cmdocml oficial

Com mais de 4.000 seguidores, a página no Facebook, do Comando Militar do Leste, leva aos seus usuários conteúdo relevante, como postagens de matérias, eventos, vídeos e compartilhamento de links com assuntos militares, além de datas comemorativas e eventos institucionais.

## Instagram

@cmdocml

O Instagram do CML foi criado em abril de 2018 e desde então são postados diversas missões do CML. Sua principal característica é a postagem de fotografias e vídeos, com um olhar diferenciado, além da possibilidade da utilização de recursos para gerar grande engajamento com os usuários, como o "Stories (ou Histórias)".



## Canal no YouTube

[youtube.com/prodivcml](https://youtube.com/prodivcml)

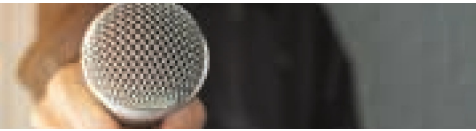
Com mais de 300 vídeos e com um número expressivo de 7.000 inscritos, a seção de Comunicação Social do CML, mantém a TV CML no YouTube. Um canal que conta com matérias jornalísticas, no qual os profissionais da área realizam uma criteriosa cobertura para levar aos usuários um conteúdo de qualidade e informativo.



## Revista Ecobravo

A **Revista Ecobravo** é um veículo de periodicidade anual, com o objetivo de ser uma retrospectiva dos principais acontecimentos que envolvem o Comando Militar do Leste em sua área de atuação.

A Revista, que apresenta informações de interesse dos militares e do público em geral sobre a atuação do Exército Brasileiro, está disponível na página principal do site do CML: [www.cml.eb.mil.br](http://www.cml.eb.mil.br). Você pode também acessar pelo Calameo buscando por "Ecobravo": [www.calameo.com](http://www.calameo.com)



## O porta-voz nas instituições militares: muito mais do que um simples meio de divulgação

Texto: 2º Tenente **Angela Alencar Rego Barros dos Santos**<sup>1</sup>

A definição do papel de um porta-voz é absolutamente clara e precisa: pessoa que fala pública e oficialmente em nome de outra pessoa, de um grupo, país ou organização. No entanto, na prática, essa função exige atributos que vão muito além de simplesmente possuir boa oratória e o conhecimento prévio e profundo daquilo ou daquele que se vai representar.

Transita com um porta-voz todo um espectro de informações, das mais estratégicas às mais banais e rotineiras, cabendo a ele o cuidado e a necessária habilidade para manter-se nos limites de autenticidade e conveniência conjuntural estratégica. Ele é a personificação da instituição que representa, competindo-lhe fornecer as informações relevantes à imprensa, saber a hora de uma pausa hábil, ou mesmo o momento de, eventualmente, assumir o desconhecimento de uma informação.

Ser a voz de uma corporação é um trabalho de adap-

tação constante combinado à disponibilidade real. As demandas chegam a qualquer hora, e a maneira com que são recebidas já é uma forma inicial de demonstrar ao público um pouco de como aquilo será transmitido. Por exemplo, ao receber a notícia da morte de um soldado em operação, o porta-voz precisa, após o período de consternação, se inteirar de todos os detalhes daquele fato, e de outros que tenham a mesma característica. A preparação permanente e antecipada, com o domínio dos setores e contatos prévios das partes responsáveis, é fundamental para a comunicação eficaz e assertiva. Numa possível coletiva, o tom de voz e a empatia também podem simbolizar possíveis caminhos pelos quais a imagem da instituição permeará.

Em se tratando de uma instituição militar, além da transparência dos fatos, da linguagem clara e objetiva, a questão da postura é fundamental. O comportamento do

porta-voz deve ser o reflexo do militar: discrição nas atitudes – inclusive pessoais, seriedade e sobriedade no recebimento e no tratamento das demandas, ética nas relações e nas divulgações, além de um cuidado constante com o público em geral. Ser porta-voz é, para além de mensageiro, ser um embaixador.

Por fim, vale frisar que em qualquer corporação — pública ou privada, civil ou militar —, todos os seus membros, sem exceção, representam e exprimem o todo perante as pessoas externas à instituição. O porta-voz é um símbolo, mas a instituição, por mais estruturada que seja em relação às suas decisões, é formada por pessoas, com diferentes visões e pontos de vista. Cabe ao porta-voz a sensibilidade de captar tais nuances, construindo um todo que integre essa diversidade de forma harmoniosa, e que convirja também para as finalidades últimas da corporação.

<sup>1</sup> Graduada em Comunicação Social – Jornalismo, pelas Faculdades Integradas Hélio Alonso e pós-graduada em Gestão de Marketing pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Integra a Subseção de Relações com a Mídia do Comando Militar do Leste.

#### BIBLIOGRAFIA DE APOIO:

**NEVES, Nubia.** Entenda a importância de um porta-voz – 2014 - <https://www.racecomunicacao.com.br/blog/entenda-a-importancia-de-um-porta-voz/-15/01/2019>.

**PIRATININGA, Paulo.** Quem é e o que pode fazer um porta-voz? – 2015 - <https://diariodoturismo.com.br/quem-e-e-o-que-pode-fazer-um-porta-voz-por-paulo-piratininga/-15/01/2019>

Porta-Voz – 2019 - <https://pt.wikipedia.org/wiki/Porta-voz> - acesso em: 14/01/2019.