



ESCOLA DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS DA AERONÁUTICA
CURSO DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS 1/2023

GLAUBER LEONARDO LANÇA, Cap Av

**A implantação do Curso de Relacionamento com a Imprensa para os oficiais
aviadores do 1º/1º GT**

Rio de Janeiro

2023

ESCOLA DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS DA AERONÁUTICA
CURSO DE APERFEIÇOAMENTO DE OFICIAIS 1/2023

GLAUBER LEONARDO LANÇA, Cap Av

**Implantação do Curso de Relacionamento com a Imprensa para os oficiais
aviadores do 1º/1º GT**

Trabalho de conclusão de curso apresentado no Curso de Aperfeiçoamento de Oficiais da Aeronáutica como requisito parcial para aprovação no Curso de Pós-graduação em Liderança com Ênfase em Gestão no COMAER.

Linha de Pesquisa: Comunicação Social
Orientador: Robertha Lima Souza da Silva,
Cap Av

Rio de Janeiro

2023

GLAUBER LEONARDO LANÇA, Cap Av

**A implantação do Curso de Relacionamento com a Imprensa para os oficiais
aviadores do 1º/1º GT**

Trabalho de conclusão de curso apresentado
no Curso de Aperfeiçoamento de Oficiais da
Aeronáutica.

Aprovado por:

Thiago Diorgilis Ribeiro Daniel, Ten Cel Av
EAOAR

Robertha Lima Souza da Silva, Cap Av
EAOAR

Rio de Janeiro

2023

RESUMO

A Força Aérea Brasileira e a sociedade em geral possuem o interesse mútuo na divulgação das missões realizadas. Essa pela necessidade de conhecer a função da Instituição e como estão sendo empregados os recursos do Estado e aquela pela necessidade de divulgar suas ações, buscando a valorização da Instituição e a confiança da sociedade, tendo como intermediador desse processo os órgãos de imprensa. Contudo, observa-se que alguns dos elementos que podem representar a Instituição, nesse contexto, os oficiais aviadores do 1º/1º GT, não possuem o preparo adequado para fazê-lo, gerando insegurança, nervosismo e ansiedade quando é necessário se expressar formalmente, o que pode trazer prejuízo para a imagem da Organização. Além disso, a falta de preparo inviabiliza o relacionamento interpessoal desses tripulantes com a sociedade. Nesse cenário, torna-se necessária a implantação, na Unidade Aérea, de um Curso de Relacionamento com a Imprensa (CRI), cujo objetivo é possibilitar que as informações sejam transmitidas de forma clara, objetiva e com segurança, melhorando a qualidade da comunicação e ainda, permitindo o relacionamento interpessoal entre os integrantes do Esquadrão e o público-alvo, contribuindo para aumentar a confiança da sociedade na Instituição. No âmbito da FAB, o CRI poderá, ainda, ser ministrado para as mais diversas organizações que empregam seus meios e seu efetivo em missões de apoio à sociedade e realizam o contato com os órgãos de imprensa, com iguais benefícios para as suas Organizações, para a Força e para o Brasil, na medida em que diversas ações realizadas ocorrem em território estrangeiro.

Palavras-chave: Comunicação. Confiança. Imprensa. Relacionamento interpessoal.

1 INTRODUÇÃO

O relacionamento entre as instituições e a sociedade, através da interação com os órgãos de imprensa, mostra-se cada vez mais complexo e desafiador. Atualmente, em um cenário globalizado, com o surgimento de novas plataformas de mídia e a rápida disseminação das informações nos mais variados meios de comunicação, estar preparado para essa interação torna-se essencial.

A Força Aérea Brasileira (FAB), como integrante das Forças Armadas, é uma instituição permanente do Estado e gera interesse por parte da sociedade no sentido de conhecer sua importância e as atividades que exerce.

Conforme descrito no Manual de Redação e de Assessoria de Imprensa da Força Aérea Brasileira:

Vivemos hoje em um ambiente de informação globalizada e acelerada. A mídia está em todo lugar, vinte e quatro horas por dia e sete dias por semana, com tecnologia para publicar em tempo real o que apurar. O que a Força Aérea realiza em seu cotidiano, frequentemente, pode virar notícia, porque o público tem o direito de saber o que a instituição faz. Logo, a questão central não é mais se um militar será entrevistado, mas quando isso poderá acontecer. (BRASIL, 2010, p. 68).

O Primeiro Esquadrão do Primeiro Grupo de Transporte (1º/1º GT), desde o início da operação com as aeronaves C-130, Hércules e atualmente com a implantação do novo vetor, KC-390, Millennium, é responsável pelas principais Ações de Força Aérea emanadas pela DCA 1-1 “Doutrina Básica da Força Aérea Brasileira” afetas à Aviação de Transporte. Dentre essas Ações destacam-se: Ação Cívico-Social, Busca e Salvamento, Combate a Incêndio em Voo, Transporte Aéreo Logístico e Evacuação Aeromédica, além de realizar diversas missões de ajuda humanitária e mitigação de efeitos de desastres, correspondentes à Tarefa de Apoio às Ações de Estado (ApAE), todas diretamente relacionadas à população civil em tempos de paz.

Tendo em vista a diversidade e a importância dessas ações, tanto em âmbito nacional quanto internacionalmente, é comum que os órgãos de imprensa tenham interesse nos objetivos das missões desempenhadas e suas principais características, a fim de transmiti-las para a sociedade.

Nesse contexto, é observado que as tripulações, apesar de possuírem os conhecimentos técnicos relativos aos assuntos abordados, não possuem o preparo adequado para interagir com os meios de comunicação, suscitando insegurança,

nervosismo e ansiedade quando é necessário se expressar formalmente, além de inviabilizar o relacionamento direto desses tripulantes com a população.

Isso posto, este ensaio defende que a implantação de um Curso de Relacionamento com a Imprensa (CRI) para os oficiais aviadores do 1º/1º GT irá melhorar a qualidade das informações transmitidas, além de aumentar o nível de confiança da Força Aérea Brasileira perante a sociedade.

A fim de defender a tese apresentada, argumenta-se que, a implantação do CRI irá aperfeiçoar as habilidades de comunicação dos oficiais da Unidade Aérea, possibilitando que as informações sejam transmitidas de forma clara, objetiva e com segurança. Além disso, o segundo argumento destaca que a aplicação do curso pretendido permitirá o desenvolvimento das relações interpessoais entre os militares do Esquadrão, reais executores das ações da Força Aérea, e a sociedade, gerando maior confiança do público em relação à Instituição.

2 DESENVOLVIMENTO

A interação entre instituições e a sociedade é a principal estratégia utilizada com o objetivo de disseminar informações que estejam de acordo com a missão e valores da instituição visando atrair e envolver o público nas ações executadas.

Essa interação é um compromisso, uma verdadeira responsabilidade pública, e se dá através dos mais variados meios de comunicação.

Da mesma maneira, a Força Aérea também destaca a importância desse relacionamento através das constantes trocas de informação sobre a missão desempenhada e os resultados obtidos, com o intuito de preservar e continuar conquistando a confiança e o apoio da sociedade, valorizando sua imagem e de seus integrantes. (BRASIL, 2010).

Dessa forma, dada a importância da interação entre a FAB e os meios de comunicação atuais, com o intuito de atingir o público-alvo, preparar os agentes para essas interações torna-se essencial, uma vez que uma comunicação eficiente e o relacionamento interpessoal entre esses agentes e o público externo além de manter a sociedade corretamente informada a respeito das atividades exercidas, também aumenta a confiança na Instituição.

2.1 Preparar para informar

A comunicação é o principal processo através do qual as organizações se apresentam e interagem com o público em geral. Sua definição possui origem no termo em latim *communicare* cujo significado é tornar comum, compartilhar, trocar opiniões, ou seja, comunicação é o compartilhamento de informações em busca de um entendimento comum, envolvendo uma fonte (emissor) e um destinatário (receptor).

No contexto de uma organização militar, o principal objetivo da comunicação é compartilhar com a sociedade informações de interesse mútuo, a fim de expor o trabalho realizado e promover uma imagem positiva, influenciando a opinião, tanto do público interno como também da sociedade civil como um todo, demonstrando para o cidadão como são gastos os recursos do Estado e as vantagens sociais de uma força militar bem preparada e equipada, sendo a imprensa um dos principais intermediários nesse processo.

Contudo, a comunicação, por si só, não garante que a mensagem transmitida atinja os destinatários da maneira como se almeja, sendo necessário o treinamento das fontes e o planejamento prévio por parte da organização. Sobre isso, Leal, Neto e Barbosa (2019, p. 127) afirmam que “[...] a comunicação pode ser eficaz ou não, daí a importância de um programa bem elaborado que busque atingir as metas propostas por cada organização.”

Dentre os elementos de um programa voltado para tornar eficaz o processo da comunicação, a capacitação das fontes é essencial, uma vez que esse tipo de programa visa: “estimular a expressividade corporal (sinais não verbais), a clareza, a objetividade, a firmeza e precisão na fala, desenvolver a capacidade de improviso e de argumentação[...].” (DUARTE e FARIA, 2011, p. 2).

Portanto, estar preparado para lidar com a imprensa é imprescindível, bem como manter uma boa imagem institucional e ter a mídia como uma aliada buscando a empatia do público, clientes externos e internos (URIAS e BOCHEMBUZO, 2011)

Sendo assim, tendo como base as considerações feitas, é possível observar que a comunicação surge como elemento fundamental para que a Força consiga se expressar de forma positiva em busca de um entendimento comum da sociedade a respeito das ações desempenhadas e consiga mobilizar a população em busca de apoio para que possa conquistar seus interesses. Isto posto, é perceptível que um

Curso de Relacionamento com a Imprensa, com o intuito de aperfeiçoar as habilidades de comunicação além de útil é necessário e benéfico, tanto para os agentes da Unidade, como emissores das informações, como também para toda a Instituição, valorizando sua imagem e de seus integrantes.

2.2 As relações interpessoais e a confiança na Instituição

Um dos objetivos estratégicos da Força Aérea Brasileira, previsto no Plano Estratégico Militar da Aeronáutica (PEMAER) visa reforçar a relevância da missão da FAB junto à sociedade, cuja finalidade é garantir que a população brasileira, de um modo geral, entenda a sua missão, de modo a valorizar cada vez mais a Instituição (BRASIL, 2018).

Todavia, para que essa valorização esperada ocorra é necessário, segundo Macedo *et al.* (2017), além da constante interação entre a Instituição e o público em geral, que esse público esteja disposto a se relacionar e a confiança é um elemento-chave nesse processo.

Sendo assim, antes de buscar um bom relacionamento e a valorização da Força perante a sociedade é necessário aumentar a confiança da população uma vez que, conforme aponta uma pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos feita em 28 países e divulgada pela Folha de São Paulo, os brasileiros estão entre os que menos confiam nas Forças Armadas. (FOLHA DE SÃO PAULO, 2022).

Nesse contexto, alguns estudos apontam que a confiança da sociedade em uma instituição é maior através dos relacionamentos interpessoais que, no caso do presente trabalho, é apresentado como a interação entre os elementos que executam diretamente as ações divulgadas pela FAB, os integrantes do 1º/1º GT, e o público ao qual se deseja atingir, a sociedade de maneira geral.

Essa visão é citada por Sato (2003) afirmando que a sociedade possui predisposição para confiar em pessoas nas quais identificam valores como honestidade e sinceridade. Dessa forma, uma relação de confiança é estabelecida no relacionamento entre indivíduos e não entre instituição e sociedade de forma direta. Ainda nesse contexto, Barger (2013) afirma que: “[...] conexões reais com pessoas reais não são apenas possíveis, mas, em muitos casos, são ainda mais valorizadas que o acesso à representação oficial de uma empresa.” Reforçando assim a valorização dos relacionamentos interpessoais.

Isso posto, fica evidente que a transmissão das informações pelos integrantes da Unidade Aérea, a qual representa a FAB num contexto de missões reais, é mais eficaz, no intuito de garantir que a sociedade tenha confiança na Instituição, do que simplesmente a divulgação das ações executadas, sem que haja uma interação direta entre esses agentes e o público em geral.

Contudo, também é notório que essa interação exige uma preparação prévia dos elementos que irão servir como porta-vozes, a fim de garantir a eficiência dos relacionamentos interpessoais, sendo essa preparação, conforme defendido nesse ensaio, caracterizada através da implementação de um Curso de Relacionamento com a Imprensa.

3 CONCLUSÃO

A Força Aérea Brasileira busca rotineiramente a interação com a sociedade, visando informá-la, de maneira efetiva, das principais ações que executa, as quais, em sua grande maioria, em prol dos cidadãos brasileiros, com o objetivo de aproximar o público da realidade da Força e aumentar a confiança na Instituição, sendo a comunicação a principal ferramenta nesse processo.

Contudo, para que toda essa interação ocorra de maneira eficaz e a instituição obtenha os resultados esperados é necessário que haja uma preparação das fontes responsáveis por transmitir as principais ações realizadas a favor da sociedade brasileira, o que não ocorre no cenário atual.

Com isso, este ensaio defendeu que a implantação de um Curso de Relacionamento com a Imprensa (CRI) para os oficiais aviadores do 1º/1º GT irá melhorar a qualidade das informações transmitidas, além de aumentar o nível de confiança da Força Aérea Brasileira perante a sociedade.

Essa afirmativa foi baseada em dois aspectos distintos, primeiro analisando e concluindo que, com o intuito de permitir que o público-alvo tenha o entendimento comum das informações transmitidas, é fundamental que as fontes aperfeiçoem suas habilidades de comunicação, tornando esse processo eficaz. Além disso, foi discutido que, buscando aumentar a confiança da sociedade na Instituição é necessário permitir as relações interpessoais entre os agentes das ações executadas e o público o qual se pretende atingir.

Por fim, cabe ressaltar que este ensaio abordou apenas dois aspectos positivos que podem ser visualizados através de uma boa interação entre os oficiais aviadores do 1º/1º GT e a sociedade por meio dos órgãos de imprensa, podendo o tema ser analisado sobre outras perspectivas, não menos importantes. No mais, o trabalho teve como foco o 1º/1º GT, esquadrão responsável pelas principais Ações de Força Aérea afetas à Aviação de Transporte executadas pela FAB. Contudo, o CRI poderá, ainda, ser ministrado para as mais diversas organizações que empregam seus meios e seu efetivo em missões de apoio à sociedade e possuem o contato com os órgãos de imprensa, dentre as quais é possível citar as unidades que atuam em missões de Garantia da Lei e da Ordem (GLO), Unidades de Saúde responsáveis pela instalação e administração de Hospitais de Campanha, além dos mais variados Esquadrões Aéreos, com iguais benefícios para as suas Organizações, para a Força e para o Brasil, na medida em que diversas ações realizadas ocorrem em território estrangeiro.

REFERÊNCIAS

BARGER, Christopher. **O estrategista em mídias sociais**. DVS Editora, 2013.

BERGAMO, Mônica. Brasileiros estão entre os que menos confiam nas Forças Armadas, diz pesquisa Ipsos feita em 28 países. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 8 ago. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2022/08/brasileiros-estao-entre-os-que-menos-confiam-nas-forcas-armadas-diz-pesquisa-com-28-paises.shtml>. Acesso em: 8 mar. 2023.

BRASIL. Comando da Aeronáutica. Centro de Comunicação Social da Aeronáutica. **Manual de Redação e de Assessoria de Imprensa da Força Aérea Brasileira**. Brasília, DF, p. 68, 2010. 1. ed. Disponível em: <https://www.yumpu.com/pt/document/read/14078787/manual-de-redacao-e-de-assessoria-de-imprensa-da-forca->. Acesso em: 25 fev. 2023.

BRASIL. Ministério da Defesa. Comando da Aeronáutica. Portaria EMAER nº 2.102/GC3, de 18 de novembro de 2018. Aprova a reedição do Plano Estratégico Militar da Aeronáutica. **Boletim do Comando da Aeronáutica**, Rio de Janeiro, n. 222, p. 22, 20 dez. 2018. Disponível em: <https://www.fab.mil.br/Download/arquivos/pemaer.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2023.

DUARTE, Jorge; FARIA, Armando Medeiros. Media Training: Capacitando Fontes e Porta Vozes. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2011.

LEAL, Adriana Pinheiro; NETTO, Alberto Mário Mafra; BARBOSA, Inêz Carneiro. EFICIÊNCIA NA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL. **RACE - Revista de Administração do Cesmac**, [S. l.], v. 3, p. 127, 2019. DOI: 10.3131/race.v3i0.932. Disponível em: <https://revistas.cesmac.edu.br/administracao/article/view/932>. Acesso em: 9 mar. 2023.

MACEDO, Roberta de Cassia et al. Confiança nos relacionamentos em cluster de empresas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 57, p. 332, 2017.
SATO, Carolina Tiemi. Gestão baseada em relações de confiança. *RAE eletrônica*, v. 2, 2003.

URIAS, Tamara Cristina; BOCHEMBUZO, Daniela Pereira. **A Importância do Media Training para uma Instituição Pública** - Estudo de caso: Capitania Fluvial do Tietê-Paraná.