Separata ao Boletim do Exército

MINISTÉRIO DA DEFESA
EXÉRCITO BRASILEIRO
SECRETARIA-GERAL DO EXÉRCITO

SEPARATA AO BE Nº 40/2016

COMANDANTE DO EXÉRCITO

PORTARIA Nº 1.204, DE 20 DE SETEMBRO DE 2016.

Aprova o Plano de Comunicação Social do Exército para o ano de 2017 (EB 10-P-11.001) e dá outras providências.

Brasília-DF, 7 de outubro de 2016.

MINISTÉRIO DA DEFESA
EXÉRCITO BRASILEIRO
GABIENETE DO COMANDANTE

PORTARIA Nº 1.204, DE 20 DE SETEMBRO DE 2016.

Aprova o Plano de Comunicação Social do Exército para o ano de 2017 (EB 10-P-11.001) e dá outras providências.

O **COMANDANTE DO EXÉRCITO**, no uso das atribuições que lhe conferem o art. 4º da Lei Complementar nº 97, de 9 de junho de 1999, alterada pela Lei Complementar nº 136, de 25 de agosto de 2010, e o inciso XIV do art. 20 da Estrutura Regimental do Comando do Exército, aprovada pelo Decreto nº 5.751, de 12 de abril de 2006, e de acordo com o que propõe o Centro de Comunicação Social do Exército, resolve:

Art. 1º Aprovar o Plano de Comunicação Social do Exército para o ano de 2017 (EB 10-P-11.001), que com esta baixa.

Art. 2º Estabelecer que esta portaria entre em vigor a partir de 1º de janeiro de 2017.

Art. 3º Revogar a Portaria do Comandante do Exército nº 1.489, de 20 de outubro de 2015.

PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO PARA O ANO DE 2017

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO

2. A COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO BRASILEIRO/2017
a. Missão da Comunicação Social
b. Diretriz do Comandante do Exército
c. Campanhas Institucionais
d. Públicos de Interesse da Força
e. Calendário de Comunicação Social para 2017

3. O SISCOMSEx
a. O Sistema de Comunicação Social no EB
b. Orientações Gerais aos Integrantes do SISCOMSEx
c. Orientações Gerais às OM
d. O Papel do Comandante na Comunicação Social
e. Atuação do Oficial de Comunicação Social
f. Utilização da RESISCOMSEx

4. ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
a. Considerações Gerais
b. Relações Públicas
c. Relações com a Mídia (Assessoria de Imprensa)
d. Produção e Divulgação Institucional
e. *Marketing* Institucional

5. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
a. A Cargo do CCOMSEx
b. A Cargo das Agências do SISCOMSEx

6. PRESCRIÇÕES DIVERSAS
a. Recursos e Patrocínios
b. Comunicação com o CCOMSEx
c. Legislação de Comunicação Social

ANEXOS:
A - Calendário de Comunicação Social 2017
B - Relatório Anual de Atividades de Comunicação Social
C - Modelo de Contrato de Cessão de Direito de Uso de Imagem
D - Formulário para Solicitação de Apoio a Projetos (público geral)
E - Formulário para Solicitação de Apoio a Projetos (público interno)
F - Orientações Técnicas para o Envio de Matérias para a Divulgação na *Internet* e nas Mídias Sociais do Exército
G - Modelo para Proposta de Projeto para Divulgação Institucional (patrocínio POUPEX)

1. INTRODUÇÃO

A Comunicação Social (Com Soc), diante da importância crescente da informação em um mundo cada vez mais interconectado e interdependente, está inserida em todas as atividades da Força e constitui-se ferramenta fundamental no processo para a tomada de decisão, permitindo ao Exército Brasileiro (EB) interagir, cada vez mais, com a opinião pública.

A credibilidade e o "capital de confiança" alcançados pelo EB, perante a sociedade, em face de resultados obtidos nas mais diversas ações em que a Instituição se fez e se faz presente, aumentam sua exposição nos órgãos de mídia. Dessa forma, cabe a cada integrante da Força atuar como um agente de comunicação social e ser responsável pelo fortalecimento e pela preservação da imagem institucional.

Não obstante os resultados positivos das pesquisas de opinião de vários institutos, o diagnóstico da imagem do Exército, realizado, em 2016, pelo Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEx), identifica oportunidades de melhorias sinalizadas pelos públicos de interesse. Assim, em 2017, atividades de Com Soc voltadas para diferentes setores da sociedade, camadas sociais e regiões geográficas devem ser planejadas nos diversos níveis para o sucesso das ações da Instituição, contribuindo para a elaboração do projeto político da Força.

O Portfólio Estratégico do Exército deverá ganhar mais visibilidade, particularmente os oito Projetos Estratégicos Indutores da Transformação. Essa divulgação visa mostrar à sociedade que os projetos estão estreitamente ligados à segurança do País e ao desenvolvimento nacional, formando uma opinião pública mais favorável à sua implantação.

A ideia-força "Defesa da Amazônia" deve ser enfatizada, evidenciando a importância da presença da Força na região, os efeitos da atuação da Instituição, bem como a premência das necessidades para a defesa da área.

Deve-se divulgar o tema "Fronteiras", a fim de caracterizar seus reflexos no desenvolvimento nacional, na soberania, na integridade, na segurança da população, inclusive nos grandes centros. Respaldar-se na determinação, contida na Estratégia Nacional de Defesa (END), de desenvolver as três capacidades básicas de monitoramento-presença-mobilidade, e no papel imprescindível do Exército para as ações que aí se desenvolverem.

A Com Soc deve destacar a "Defesa da Pátria" como principal missão do Exército e veicular o Preparo e Emprego, atividade-fim da Força, como principal Sistema de Atividade, estabelecendo-o como referência e definidor das necessidades para os demais.

Em 2017, o Sistema Com Soc deve dar continuidade aos Objetivos Estratégicos do Exército (OEE) 11 e 14, do Sistema de Planejamento do Exército (SIPLEx). O primeiro estabelece a ação estratégica de incentivar o intercâmbio e a divulgação da cultura institucional, e o segundo prevê ações destinadas a elevar o nível de interatividade com os formadores de opinião.

A Proteção Social das Forças Armadas (PSFA) é constituída por um conjunto integrado de instrumentos legais e ações afirmativas permanentes e interativas, que visam a assegurar o amparo social aos militares das Forças Armadas e a seus dependentes. Assim, os estudos realizados pelo Grupo de Trabalho (GT) Com Soc sobre esse tema devem continuar em 2017, a fim de prestar precisos esclarecimentos à sociedade e aos formadores de opinião sobre as peculiaridades da carreira militar, que justificam a consolidação da PSFA, conforme previsto na Constituição Federal.

O Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEx) será empregado prioritariamente nas atividades e nas campanhas definidas neste Plano. É imprescindível que os Órgãos de Direção Setorial (ODS), o Órgão de Direção Operacional (ODOp) e os Comandos Militares de Área (C Mil A) estruturem suas Agências de Com Soc para atuarem em proveito de suas demandas e, quando solicitado, da Agência Central do Sistema.

O CCOMSEx, Órgão Central do SISCOMSEx, produzirá conteúdos regulares com linguagem jornalística, por meio da nova estrutura chamada Agência Verde-Oliva, voltada à disseminação do trabalho e dos valores da Instituição.

2. A COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO BRASILEIRO/2017

a. Missão da Comunicação Social

A Com Soc visa preservar e fortalecer a imagem da Força perante a sociedade brasileira e diante da comunidade internacional, conduzir atividades de relações públicas, de relações com a mídia e de divulgação institucional em todos os níveis de comando, difundindo o trabalho, a importância, os princípios, os valores e os atributos militares que embasam e norteiam a Instituição, com ênfase no Portfólio Estratégico do Exército.

b. Diretriz do Comandante do Exército

Minha intenção é que o Exército seja reconhecido pela sociedade brasileira como uma Instituição pertencente ao Estado, que está presente em todo o território nacional e pronta para atender às necessidades da Nação; que cumpre sua missão constitucional de defender a Pátria, de garantir os poderes constitucionais, a lei e a ordem, e de contribuir com o desenvolvimento nacional, preservando princípios e valores. A confiança da sociedade no Exército (mais de 80%), medida em 2016, deve servir de parâmetro para elevarmos esse percentual, com vista a obter uma imagem cada vez mais positiva. Para tanto, o Sistema de Comunicação Social do Exército deve buscar o aprimoramento de sua estrutura e de seus processos de divulgação, bem como a capacitação dos seus recursos humanos, em particular dos C Mil A, que, em última análise, são os impulsionadores da comunicação do Exército com a sociedade.

c. Campanhas Institucionais

1) Campanha do Novo Portfólio Estratégico do Exército

Na divulgação do Novo Portfólio Estratégico do Exército, em 2017, a campanha deverá focar na identificação dos projetos pelo público em geral, com a finalidade de criar um ambiente favorável a sua implantação e à captação de recursos financeiros.

a) Planejar e executar a campanha de forma a atender às seguintes condicionantes:

- dar maior visibilidade aos projetos estratégicos, particularmente os oito Projetos Estratégicos Indutores da Transformação;

- divulgar na sociedade que os projetos estão estreitamente ligados à segurança do País e ao desenvolvimento nacional;

- buscar, em especial nos formadores de opinião, um posicionamento favorável à implantação dos projetos, como forma de elevar a oferta de emprego no País; e

- associar o tema a outras campanhas previstas para o ano de 2017.

b) Apresentar o Plano de Campanha até a 2ª quinzena do mês de fevereiro de 2017.

c) Disponibilizar os produtos da campanha às OM da Força até a 1ª quinzena do mês de junho de 2017.

2) Campanha de Ingresso na Força

a) Iniciar com a maior brevidade possível, a fim de informar aos possíveis candidatos os concursos públicos previstos para o ano de 2017, possibilitando a melhor preparação dos candidatos.

b) Disponibilizar, a partir de janeiro de 2017, no portal e nas mídias sociais do Exército, as seguintes informações: escolas que promoverão concursos, requisitos básicos ao candidato, período aproximado de inscrições e de realização do concurso e um *link* com as escolas, com o intuito de fornecer informações complementares e o conteúdo programático de concursos anteriores.

c) Explorar a entrada na Escola Preparatória de Cadetes do Exército (EsPCEx) da primeira turma de mulheres na Linha de Ensino Militar Bélico.

d) Impactar os públicos-alvo, compostos por estudantes dos Ensinos Fundamental, Médio e Superior, bem como por integrantes da Força.

e) Abordar, como ideia-força, uma mensagem comunicacional com os principais atrativos da carreira das Armas, associada aos Projetos Estratégicos do Exército.

f) Viabilizar parcerias com cursos universitários da área de Com Soc (Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Jornalismo), visando à ação conjunta na elaboração da Campanha de 2018, como trabalho de conclusão de curso.

g) Disponibilizar os produtos da campanha às OM da Força até a 2ª quinzena do mês de março de 2017.

h) Apresentar o Plano de Campanha de Ingresso na Força 2018 até o final de setembro de 2017.

3) Campanha do Dia do Exército

a) Impactar os públicos-alvo, compostos por estudantes dos Ensinos Fundamental, Médio e Superior; por docentes e pesquisadores de instituições de ensino; por profissionais da mídia; e por integrantes da Força.

b) Disponibilizar os produtos da campanha às OM da Força até a 2ª quinzena do mês de fevereiro de 2017.

c) Apresentar o Plano de Campanha do Dia do Exército 2018 até setembro de 2017.

4) Campanha do Dia do Soldado

a) Impactar os públicos-alvo compostos por estudantes dos Ensinos Fundamental, Médio e Superior; por dirigentes; por docentes e pesquisadores de instituições de ensino; por profissionais da mídia; e por integrantes da Força.

b) Abordar, como ideia-força ou mensagem comunicacional, a atuação e a colaboração do Soldado nos projetos que compõem o Portfólio Estratégico do Exército e, como consequência, a contribuição para o desenvolvimento nacional.

c) Apresentar o Plano de Campanha do Dia do Soldado até a 2ª quinzena do mês de março de 2017.

d) Disponibilizar os produtos da campanha às OM da Força até a 1ª quinzena do mês de julho de 2017.

5) Campanhas Complementares

São as campanhas de interesse da Força, de caráter sazonal, que devem ser veiculadas com os objetivos de valorizar as ações em curso na Instituição, atender às necessidades do Órgão de Direção-Geral (ODG),

dos Orgãos de Direção Setorial (ODS) e dos Comandos Militares de Área (C Mil A) para a divulgação de seus programas e projetos, bem como informar, constantemente, os públicos do Exército.

Nesse contexto, destacam-se as seguintes campanhas:

- Comemorações do Centenário da Missão Militar Francesa no Brasil;

- Comemorações do Sesquicentenário do Conflito da Tríplice Aliança (1864-1870);

- Proteção Social dos Militares;

- Defesa da Amazônia;

- Valores Militares;

- Conheça Seu Exército;

- Reserva Pró-Ativa; e

- Operações em curso.

As campanhas possuirão suas respectivas ideias-força, associadas às mensagens comunicacionais referentes ao Portfólio Estratégico do Exército.

d. Públicos de Interesse da Força

Para cumprir sua missão, o SISCOMSEx deverá interagir com os diversos públicos do Exército. Os públicos de interesse para a Instituição, em 2017, serão:

1) Prioritários:

a) militares da ativa, da reserva, inativos, pensionistas, servidores civis e dependentes;

b) formadores de opinião;

c) autoridades e pessoas ligadas à área esportiva no Brasil; e

d) cônjuges de militares.

2) Outros públicos:

a) estudantes universitários (capacidade de mobilização para qualquer atividade);

b) dirigentes, docentes e pesquisadores das instituições civis dos Ensinos Fundamental, Médio e Universitário; e

c) crianças e jovens.

e. Calendário de Comunicação Social para 2017

- Conforme Anexo “A”.

3. O SISCOMSEx

a. O Sistema de Comunicação Social no EB

1) O SISCOMSEx tem por finalidade :

- promover a realização coordenada e integrada do conjunto de atividades de Com Soc;

- assessorar o Comandante nos assuntos referentes à Com Soc;

- executar as ações previstas no Plano de Comunicação Social Institucional; e

- estabelecer um canal técnico entre os diversos escalões, racionalizando e agilizando os fluxos comunicacionais.

2) O SISCOMSEx é composto pelo CCOMSEx, como Órgão Central, e por quatro classes de agências:

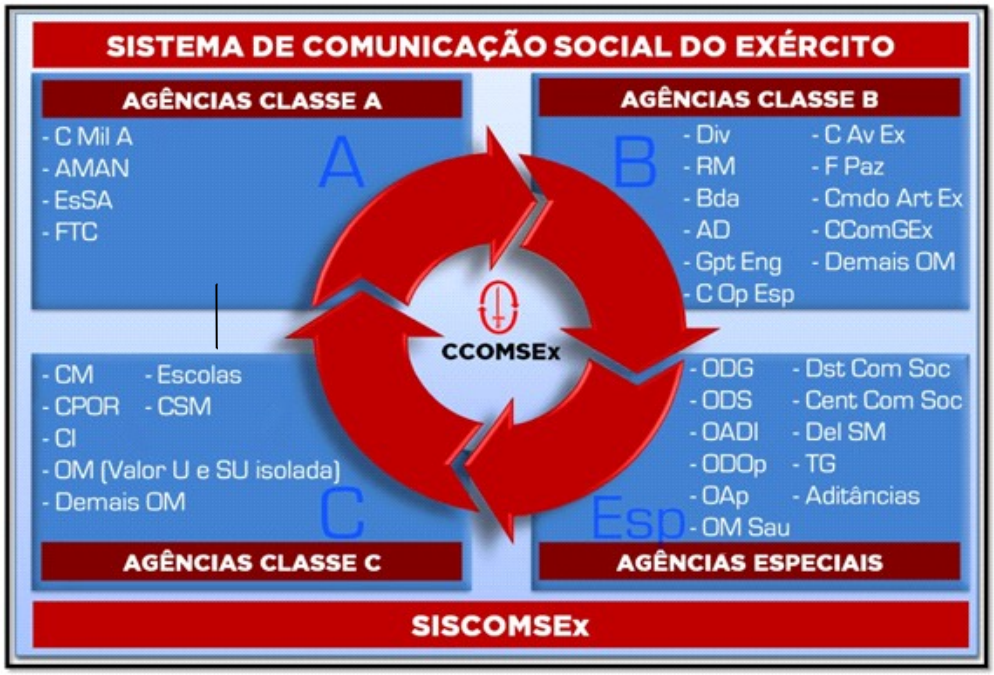
- **Agência Classe "A":** Seções de Com Soc dos Comandos Militares de Área (C Mil A), do Comando da Força Terrestre Componente (quando ativado), da Academia Militar das Agulhas Negras e da Escola de Sargentos das Armas;

- **Agência Classe "B":** Seções de Com Soc das Divisões de Exército, das Regiões Militares, das Brigadas, do Comando da Artilharia do Exército, das Artilharias Divisionárias, dos Grupamentos de Engenharia, do Comando de Operações Especiais, do Comando de Aviação do Exército, do Comando de Comunicações e Guerra Eletrônica do Exército, além das OM de Força de Paz (quando ativadas) e demais OM equivalentes;

- **Agência Classe "C":** Seções de Com Soc das OM valor Unidade e Subunidade Independente, dos Colégios Militares, dos Centros de Preparação de Oficiais da Reserva, dos Centros de Instrução e demais Escolas, das Circunscrições do Serviço Militar (CSM) e de outras OM equivalentes; e

- **Agência Especial (AE):** Seções de Com Soc do Órgão de Direção-Geral (ODG), do Órgão de Direção Operacional (ODOp), dos Órgãos de Direção Setorial (ODS), dos Órgãos de Apoio (OAp), dos demais Órgãos de Assitência Direta e Imediata (OADI), das OM de Saúde e demais OM equivalentes. Funcionam também, como Agências Especiais, as Aditâncias Militares, as Delegacias do Serviço Militar, os Tiros de Guerra, além do Destacamento (Dst) Com Soc e do Centro (Cent) de Com Soc (quando ativados).

3) Estrutura do SISCOMSEx:



b. Orientações gerais aos integrantes do SISCOMSEx

1) Criar condições que facilitem a implementação de todas as ações políticas que tenham por objetivos:

a) difundir o preparo e o emprego da Força, tanto na defesa externa, quanto na garantia da lei e da ordem;

b) manter a interação permanente do Exército com a sociedade brasileira;

c) preservar as tradições, a memória e os valores morais, culturais e históricos;

d) preservar e fortalecer a imagem do Exército perante a opinião pública;

e) sensibilizar a sociedade quanto à importância da Instituição para o País; e

f) aumentar a projeção do Exército no cenário internacional e a sua aproximação com os demais exércitos.

2) Buscar antecipar-se aos fatos e adotar, sempre que possível, uma postura proativa.

3) Atribuir, nos planejamentos e nas ações, maior prioridade para o público interno e para os formadores de opinião.

4) Assegurar o maior número de colaboradores, nos diversos meios de mídia, de modo a contar com instrumentos capazes de alcançar vasto público favorável à Força.

5) Participar efetivamente dos planejamentos operacionais das hipóteses de emprego e dos exercícios de campanha da Força e de Comando Conjunto/Combinado nos níveis estratégico, operacional e tático.

c. Orientações gerais às OM

1) Zelar pela apresentação e pela conduta da Guarda ao Quartel, principalmente no que se refere à apresentação da sentinela da hora, em atitude marcial, acarretando o primeiro impacto positivo para a recepção de visitantes.

2) Identificar os civis no Corpo da Guarda e, em seguida, encaminhá-los à Seção de Relações Públicas. Essa ação deverá ser realizada com delicadeza e atenção para que os civis sejam conduzidos ao local de destino na OM. Dependendo do nível hierárquico da autoridade visitante, é adequado que o comandante da OM a receba na entrada ou designe um oficial para fazê-lo. Em seguida, a visita deve ser conduzida ao gabinete.

3) Mobiliar o serviço de telefonista da OM com pessoal capacitado para atender ao público. Esse contato deve ser cordial, informando o nome da OM e apresentando os cumprimentos de “bom dia”, “boa tarde” ou “boa noite”. É importante sempre demonstrar interesse em servir e informar corretamente.

4) Atentar para as seguintes recomendações em relação às visitações públicas:

a) realizar uma pequena apresentação sobre a OM, preferencialmente no auditório;

b) estabelecer um roteiro de visita para o interior do aquartelamento;

c) escalar guias preparados para a condução dos visitantes;

d) estabelecer medidas de segurança para as demonstrações e exposições de material de emprego militar;

e) providenciar sanitários (masculino e feminino) limpos e em condições de uso pelos visitantes;

f) manter a apresentação impecável das instalações, dos equipamentos e das viaturas da OM; e

g) não permitir aos menores de idade:

(1) o manuseio de armamento, individual ou coletivo, inclusive de ar comprimido;

(2) o manuseio de explosivos ou munições, mesmo que destinados ao manejo

(3) o passeio ou a entrada em veículos com armamento; e

(4) o tiro com armas de qualquer tipo, incluindo as de ar comprimido e os simuladores de qualquer arma ou equipamento.

5) Observar os seguintes procedimentos para a recepção de comitivas militares:

a) recepcionar a comitiva, preferencialmente com a presença do comandante OM ou de oficial designado para tal;

b) providenciar alojamento em condições de receber os visitantes, disponibilizando as informações necessárias sobre a rotina da OM e sobre aspectos relevantes da cidade visitada;

c) disponibilizar uma relação de telefones úteis; e

d) escalar um oficial de ligação.

6) Apresentar, na página eletrônica da OM, devidamente amparada pelas Instruções Gerais para Utilização da Rede Mundial de Computadores pelo Exército Brasileiro (EB10-IG-01.001), as seguintes informações:

a) símbolo da OM;

b) nome completo da OM;

c) mensagem de boas-vindas;

d) histórico;

e) subordinação;

f) informações gerais, tais como o endereço físico da OM, o correio eletrônico funcional de domínio administrado pelo Exército e o do responsável pelo conteúdo do sítio de internet. É vedada a divulgação de endereço de correio eletrônico que utilize domínio público;

g) autorização para publicação da página eletrônica (documento, data e autoridade responsável);

h) um *link* para o sítio oficial do EB (http://www.eb.mil.br); e

i) informações previstas em normas da Administração Pública Federal, quando pertinente.

7) Não permitir a veiculação de informações pessoais nas páginas eletrônicas institucionais.

8) Primar pela constante revisão do conteúdo disponível na página, de forma que as informações sejam coerentes, exatas e pertinentes.

9) Alterar o conteúdo das informações disponibilizadas no sítio, mediante autorização do comandante, chefe ou diretor da OM.

Observação: é responsabilidade do CCOMSEx manter uma relação atualizada das OM que possuem páginas eletrônicas na internet.

d. O Papel do Comandante na Comunicação Social

1) O comandante, chefe ou diretor de uma OM é o responsável pela atividade de Com Soc no quartel, na guarnição e nos municípios de sua área de atuação. Assim, deve aproveitar todas as oportunidades para desenvolver ações de Com Soc, as mais amplas possíveis.

2) É importante que, ao desencadear qualquer ação, seja ou não operacional, haja avaliação sobre o impacto dessa iniciativa para os públicos-alvo e para a imagem da Instituição. Dessa forma, as ações de comunicação institucional no cotidiano da OM, em consonância com o presente Plano, devem atender às peculiaridades da OM e estar de acordo com diretrizes de seu escalão superior.

3) O comandante deve estimular a prática diária das Relações Públicas, promover a sinergia interna, elevando a autoestima e a coesão dos integrantes da OM e, ainda, criar laços sólidos de bom convívio com a comunidade. As iniciativas do comando irão sempre influir na manutenção dos elevados índices de aceitação do Exército perante a população brasileira.

4) Cabe ao comandante manter um relacionamento profissional e amistoso com a mídia, antecipando-se aos fatos ou respondendo às solicitações com agilidade, para que a notícia possa ser veiculada sem distorção, e eliminando os espaços para especulações indesejáveis.

5) O comandante deve, também, empenhar-se para que o Canal Técnico, implementado pela RESISCOMSEx, opere eficazmente e para que as informações fluam com rapidez e oportunidade.

Observação: **Atenção, Cmt!** Estimule os integrantes da OM e familiares a acessarem o portal do EB, a Rádio Verde-Oliva e as mídias sociais da Instituição.

e. Ações do Oficial de Comunicação Social

1) Ser o principal assessor do comandante em todos os assuntos referentes às relações de uma OM com os públicos interno e externo. Portanto, um mediador, um gestor de relacionamentos com os segmentos de interesse da Instituição.

2) Ter visão sistêmica e estratégica, estar em condições de apoiar e atuar na gestão de processos comunicacionais, antecipar fatos, ser proativo e oferecer alternativas para a tomada de decisão.

3) Valorizar o trabalho integrado, conjunto, pois nenhuma área da Com Soc se sobrepõe à outra: as Relações Públicas, as Relações com a Mídia e a Divulgação Institucional caminham juntas, sintonizadas nos objetivos da ação.

4) Levar em consideração, ao desenvolver uma ação de comunicação, as seguintes demandas:

a) qual é o público?

b) qual é o objetivo?

c) é realmente necessária e oportuna?

d) como será desenvolvida?

e) qual a abrangência de sua visibilidade interna e externamente?

f) experiências anteriores mostram resultados positivos de ações dessa natureza?

5) Estar permanentemente atualizado sobre os assuntos de interesse da Força, devendo:

a) intensificar os relacionamentos nos níveis de sua competência;

b) estimular a participação e a cooperação do público interno;

c) despertar o interesse pela informação, em todos os níveis; e

d) contribuir para fortalecer o vínculo e a confiança entre os públicos e a Instituição.

f. Utilização da RESISCOMSEX

1) Recomendações gerais

a) **Acessar diariamente a RESISCOMSEx**, devendo esse procedimento compor a rotina da Seção de Com Soc da OM.

b) Informar ao comandante, chefe ou diretor toda mensagem que seja enviada do CCOMSEx às OM.

c) Observar as recomendações existentes na página da RESISCOMSEx sobre o correto emprego da Ficha de Informação de Pronto Interesse do Sistema (FIPIS), da Mensagem do Canal Técnico e da Mensagem do Serviço de Informações ao Cidadão (SIC), que são ferramentas valiosas para a comunicação entre as OM e o Comando da Força.

d) Atentar para os conteúdos oferecidos pela RESISCOMSEx, como o funcionamento do SISCOMSEx, os produtos de campanhas institucionais, a legislação de Com Soc, as orientações sobre envio de matérias e as pesquisas de opinião.

e) Manter atualizado o cadastro da OM, mediante acesso à RESISCOMSEx.

f) Encaminhar questionamentos sobre a obtenção de *login* e senha de acesso à RESISCOMSEx pelo *e-mail* siscomsex@ccomsex.eb.mil.br, ou pelos telefones (61) 3415-4298 ou RITEx 860-4298.

2) Ficha de Informação de Pronto Interesse do Sistema (FIPIS)

A FIPIS foi criada com as finalidades de observar o princípio da oportunidade, de desenvolver uma comunicação proativa e de estabelecer uma ligação simples e rápida por meio do Canal Técnico com o CCOMSEx.

a) Utilizar sem prejuízo do canal de comando e sempre que a situação indicar urgência na transmissão da informação que, pelas suas características, possa refletir positiva ou negativamente na imagem da Força.

b) Empregar a FIPIS nas seguintes situações:

(1) reportagens veiculadas pela mídia regional com possibilidade de veiculação nacional;

(2) ações de destaque que tenham atraído o interesse da mídia nacional;

(3) ocorrências policiais de maior vulto, envolvendo militares;

(4) acidentes graves, com ou sem vítimas;

(5) calamidades públicas que possam implicar apoio do Exército; e

(6) transgressões disciplinares de maior gravidade que possam despertar o interesse da mídia.

c) **Não usar a FIPIS para transmissão de informações de rotina** que possam ser encaminhadas por outros meios.

d) **Não transmitir a FIPIS como anexo à mensagem. O texto deve vir no corpo do documento**. Na impossibilidade técnica de transmissão da FIPIS, a mensagem poderá ser transmitida, prioritariamente, para o Oficial de Sobreaviso pelo telefone (61) 98116-8915, ou ainda pelo *e-mail* imprensa@ccomsex.eb.mil.br e pelo fax (61) 3415-5659.

3) Mensagem do Canal Técnico

As Mensagens do Canal Técnico têm por finalidade estabelecer uma ligação direta entre os integrantes do Sistema e o Órgão Central (CCOMSEx), possibilitando o envio de orientações e a troca de informações relevantes para o SISCOMSEx.

a) Não confundir com a FIPIS, por tratar de assuntos de rotina, sem implicações para a imagem da Instituição. Ela pode ser utilizada pelas OM para solicitações de produtos e orientações ao CCOMSEx.

b) Valer-se da Mensagem do Canal Técnico para a solicitação de material institucional, devendo fornecer informações suficientes para a efetivação do apoio (nome do evento, data, local, público estimado etc). As autorizações de envio de material dependerão da disponibilidade no estoque do CCOMSEx.

4. ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

a. Considerações Gerais

As atividades de Com Soc do EB visam a assessorar diretamente o comandante, chefe e diretor nos assuntos atinentes às relações públicas, às relações com a mídia (assessoria de imprensa), à divulgação institucional e ao *marketing* institucional, com o propósito de preservar e fortalecer a imagem da Força perante a sociedade brasileira e a comunidade internacional.

b. Relações Públicas

1) Generalidades

A busca da excelência no atendimento ao público em geral deve ser uma preocupação de todos os comandantes, chefes e diretores e de todos os integrantes da Força, merecendo atenção especial os seguintes aspectos: a conduta; a urbanidade; a postura profissional; a apresentação pessoal; a maneira educada de atender pessoalmente, por telefone ou por correspondência; bem como os cuidados e a atenção em relação ao fornecimento das informações.

2) Meios eletrônicos de atendimento

a) Fale Conosco

(1) Acessar a ferramenta “Fale Conosco”, disponível no portal do Exército, para buscar orientações que não constem do campo “Tire suas Dúvidas”.

(2) Enviar comentários, sugestões ou dúvidas pelo *e-mail* faleconosco@ccomsex.eb.mil.br.

b) Junte-se a Nós

(1) Acessar a ferramenta "Junte-se a Nós", disponível no portal do Exército, para obter informações a respeito das formas de ingresso na Força.

(2) Observar que, nessa ferramenta, é possível encontrar informações sobre o Serviço Militar, as escolas militares, os colégios militares, o ingresso na Força (militar de carreira ou temporário), as mulheres no Exército, dentre outros dados.

c) Projeto Reserva Pró-Ativa

(1) Acessar o ícone "Reserva pró-Ativa", disponível no portal do Exército. Esse é um canal interativo de comunicação entre os integrantes da reserva e o Comando do Exército.

(2) Orientar todas as OM no sentido de incentivar a participação contínua dos integrantes da reserva em todos os eventos, de tal forma que a integração com essa parcela da sociedade cresça a cada dia.

(3) Fortalecer o vínculo já existente entre os militares da reserva e entre eles e os militares da ativa, por meio da veiculação de notícias institucionais, matérias de destaque do portal do Exército, notícias sobre a Força veiculadas na mídia e sobre os novos serviços disponibilizados.

(4) Oferecer um canal exclusivo de comunicação do integrante da reserva com o Comando do Exército, por meio do programa "O Comandante Responde", de *e-mails* e da "Caixa de Sugestões".

(5) Permitir que militares da reserva possam postar livros, artigos e outras publicações por meio da ferramenta "Fonte do Saber", no espaço Reserva pró-Ativa, transmitindo às novas gerações sua história militar, seus conhecimentos profissionais e suas experiências vividas na caserna.

(6) Intensificar a adesão ao projeto por intermédio das seguintes ações:

(a) difundir amplamente o projeto na área de responsabilidade da OM, pelos meios de veiculação disponíveis;

(b) manter o cadastro de militares da reserva e reformados atualizado;

(c) destacar a presença de militares da reserva e reformados em todas as solenidades;

(d) planejar e realizar palestras para os militares da reserva/reformados sobre temas atuais da Força Terrestre;

(e) realizar reuniões sociais de confraternização;

(f) capacitar recursos humanos para atendimento à reserva e aos reformados; e

(g) disponibilizar militares de saúde para atendimento básico, como aferição de pressão arterial e de taxas de glicose, consultas médicas, entre outras ações na área de saúde.

d) Competências do Serviço de Informações ao Cidadão (SIC)

(1) Realizar a gestão e o processamento de pedidos de acesso à informação ao EB, conforme a Ordem de Serviço nº 006 - 2ª-Subchefia/EME, em consonância com as determinações da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 - Lei de Acesso à Informação.

(2) Orientar o público quanto ao acesso à informação.

(3) Receber e registrar requerimentos de acesso à informação, de desclassificação e de reavaliação de classificação; reclamações e recursos em sistema eletrônico específico.

(4) Fornecer imediatamente a informação requerida, sempre que estiver disponível.

(5) Encaminhar os requerimentos, reclamações e recursos ao órgão ou à autoridade competente.

(6) Informar sobre a tramitação de documentos e sobre o prazo para atendimento dos requerimentos.

(7) Difundir que os pedidos de acesso à informação podem ser apresentados das seguintes formas:

(a) presencialmente, no próprio SIC-EB (CCOMSEx);

(b) presencialmente, nas seções de Com Soc das OM do EB, desde que invoque a Lei nº 12.527/11;

(c) pela *internet*, por meio do sistema e-SIC da Controladoria-Geral da União, pelo endereço eletrônico www.acessoainformacao.gov.br/sistema; ou

(d) por correspondência dirigida ao SIC-EB, desde que contenha o nome do requerente, uma identidade válida e um endereço eletrônico (*e-mail*), e invoque a Lei nº 12.527/11.

e) Informativo do Exército - INFORMEX

(1) Acessar o ícone "INFORMEX", disponível no portal do Exército, o qual possibilita a obtenção, com oportunidade, da palavra oficial da Força sobre assuntos de interesse da Instituição, de forma rápida e direta.

(2) Incentivar a divulgação do conteúdo dos INFORMEX como forma de orientação aos subordinados. Trata-se de um ótimo instrumento para o exercício da ação de comando.

3) Atendimento aos públicos interno e externo

a) Valer-se sempre da cortesia para demonstrar consideração e respeito ao público externo.

b) Realizar o atendimento adequado ao público em geral, seguindo as orientações constantes da cartilha "Atendendo ao Público", disponível na RESISCOMSEx.

4) Incorporação

a) Destacar as recomendações sobre o tratamento dispensado a todos os conscritos, sempre com educação, respeito, dignidade e cordialidade. Muitos desses cidadãos não serão incorporados e levarão para suas vidas as únicas impressões da Força, tanto positivas como negativas, a partir do tratamento recebido nessa ocasião. Ressalta-se, portanto, a relevância de cada militar como agente de comunicação social.

b) Frisar para todos os integrantes da OM a proibição de qualquer tipo de trote e de outras brincadeiras inadequadas com os conscritos e, posteriormente, com os novos recrutas.

c) Solicitar, caso seja possível, a cobertura de imprensa para a formatura de incorporação dos novos recrutas, ampliando assim a divulgação e a repercussão local da cerimônia.

d) Incentivar a máxima presença de familiares e convidados para a solenidade de incorporação, aumentando a visibilidade e a transparência da Instituição para diversos segmentos da sociedade local.

5) Ação Cívico-Social (ACISO)

a) Envidar esforços no sentido de mobilizar a comunidade local para usufruir dos benefícios das ações que serão disponibilizadas à população, mediante ampla campanha de divulgação do evento.

b) Incentivar a máxima participação de órgãos públicos, universidades, profissionais de saúde, Poder Judiciário local, empresas etc.

c) Planejar a execução da ACISO em concomitância com a realização dos exercícios no terreno ou durante as comemorações da Semana da Pátria, do Dia do Exército, do Dia do Soldado, do aniversário da OM, bem como por ocasião de campanhas sanitárias.

d) Não permitir promoções pessoais e aproveitamento político do evento.

e) Sempre solicitar permissão do escalão enquadrante da OM para a atividade, caso não haja determinação anterior do escalão superior para realizar a ACISO.

6) Procedimentos para apoio aos órgãos externos de Com Soc

A utilização de instalações do aquartelamento para filmagens, a cessão de materiais (fardamento, viaturas, aeronaves), as reportagens que possam ser realizadas com integrantes da OM, a participação de militares em programas de televisão e rádio, e o comparecimento de militares a palestras, debates e entrevistas são alguns dos exemplos que exigem planejamento, preparo e resposta adequados, objetivando a divulgação e a preservação da imagem da Força.

Para melhor aproveitamento das oportunidades, é importante observar alguns aspectos inerentes ao funcionamento do SISCOMSEx:

a) avaliar o nível do pleito e encaminhar o pedido ao escalão superior para apreciação;

b) solicitar que haja presteza na tramitação, tendo em vista os benefícios que podem advir para a Instituição;

c) tratar as situações que impliquem repercussão local e/ou regional diretamente com o C Mil A;

d) informar ao CCOMSEx as inserções na mídia pela cadeia de comando e por meio do canal técnico;

e) dar atenção especial, por ocasião da análise das solicitações, às que possam implicar riscos para o pessoal e danos para o material; e

f) encaminhar a solicitação ao CCOMSEx, preferencialmente via RESISCOMSEx ou FAX, conforme o modelo constante do Anexo D.

7) Páginas eletrônicas de OM

a) Observar as determinações constantes da Portaria nº 445, de 19 de maio de 2015, que regula as Instruções Gerais para Utilização da Rede Mundial de Computadores pelo Exército Brasileiro (EB 10-IG-01.010), 2ª Edição.

b) Elaborar a página eletrônica da OM de acordo com o previsto nas IG-01.010, 2ª Edição.

8) Mídias Sociais

a) Estabelecer que o CCOMSEx é o único órgão que poderá instituir e operar contas nos sítios de mídias sociais e redes sociais representando o Exército Brasileiro.

b) Autorizar a criação de contas eventuais mediante apreciação do Estado-Maior do Exército (EME).

c) Vedar a divulgação, em sítios ou em redes sociais, de fotos, vídeos ou outras informações relacionadas à rotina de qualquer OM, ou que possam comprometer a segurança do aquartelamento e a imagem do Exército.

Observação: as mídias sociais operadas pelo CCOMSEx serão abordadas na letra d. (Produção e Divulgação Institucional), deste capítulo.

9) Registro vídeo-fotográfico de atividades das OM

a) Observar que o registro vídeo-fotográfico de atividades das OM, particularmente aquelas ligadas à instrução militar, é passível de veiculação pela mídia.

b) Adotar procedimentos para evitar que haja emprego tendencioso de fatos registrados por pessoas e órgãos.

c) Registrar a cobertura vídeo-fotográfica de formaturas e de atividades relacionadas à instrução militar, empregando preferencialmente pessoal militar ou profissionais cadastrados, sempre acompanhado por militares ligados à atividade que está sendo conduzida. É uma tarefa necessária ao registro histórico das OM e, portanto, imprescindível à preservação da memória da Força.

d) Evitar o registro vídeo-fotográfico nas áreas de coquetéis e refeições.

e) Atentar para as seguintes recomendações quanto à cobertura de instrução militar:

(1) não permitir, sob qualquer pretexto, o registro vídeo-fotográfico por iniciativa de qualquer indivíduo;

(2) adotar medidas de controle da quantidade de gravações e fotografias produzidas; e

(3) inserir data e hora de produção nas fotografias e nas gravações e mantê-las catalogadas.

10) Projeto Formadores de Opinião

a) Estreitar o relacionamento entre as OM e o segmento de formadores de opinião, nos níveis local, regional e nacional, por se tratar de público de interesse com maior potencial de projetar a imagem da Força perante a sociedade.

b) Intensificar a difusão de informações disponíveis de tal forma que o segmento possa influenciar positivamente a opinião pública a respeito da Instituição.

c) Ações desejáveis das OM para a manutenção do projeto:

(1) promover a cooperação mútua, o conhecimento sobre a Força, a neutralização de preconceitos, a soberania, a defesa da Pátria e o desenvolvimento nacional, entre outras;

(2) articular visitas de cortesia, bem como convites para participação de atividades da OM (exercícios no terreno, palestras, solenidades, ciclo de estudos, debates etc.);

(3) remeter produtos de Com Soc (Revista Verde-Oliva, agendas permanentes, produtos especiais etc.) ao segmento;

(4) difundir, em elevado grau, os caminhos para o ingresso na carreira das Armas;

(5) criar parcerias para atividades conjuntas com acadêmicos, tais como estágios, campanhas sobre temas de interesse regional e nacional, realização de atividades culturais, cívicas e esportivas. Além disso,

convidar esse público para concursos e exposições, tanto nos quartéis, como nas universidades.

(6) viabilizar a realização anual de um estágio de correspondentes de assuntos militares para estudantes do Ensino Superior, com duração aproximada de três a quatro jornadas; e

(7) manter atualizada a relação de pessoas que integram o segmento de formadores de opinião, contendo nome completo, cargo ou função, endereços, contatos etc.

11) Projeto Momento Cívico

a) Estreitar o relacionamento entre as OM e os alunos do Ensino Fundamental, de forma a possibilitar o conhecimento básico sobre a Força, seus princípios e valores.

b) Contribuir com as escolas locais para o desenvolvimento do civismo, especialmente no que diz respeito ao culto aos símbolos nacionais, como o hasteamento da Bandeira Nacional e o canto do Hino Nacional.

c) Fortalecer a cidadania e a imagem da Força Terrestre.

d) Divulgar o EB e os seus principais meios de interação com os diversos públicos, com ênfase para a Rádio Verde-Oliva.

e) Ações desejáveis das OM para a manutenção do projeto:

(1) Planejar um cronograma de visitação, no mínimo mensal, às escolas de Ensino Fundamental localizadas na área de influência da OM;

(2) Escalar uma equipe composta por um oficial, um subtenente ou sargento, e quatro cabos ou soldados, capacitados a interagir com o público jovem e a conduzir as atividades do Momento Cívico;

(3) Desenvolver, durante o Momento Cívico, no mínimo, as seguintes atividades: palestra sobre o Exército (missão, objetivos, principais atividades em desenvolvimento, finalidade do evento e leitura do histórico da Bandeira Nacional e do Hino Nacional); hasteamento da Bandeira e canto do Hino Nacional; entrevista com os alunos e com a direção da escola; e distribuição de material institucional;

(4) Conduzir, caso haja disponibilidade, a banda de música da OM ou da Guarnição para o hasteamento da Bandeira, para o canto do Hino Nacional e para a apresentação de repertório de músicas atuais;

(5) Realizar a cobertura vídeo-fotográfica do evento;

(6) Distribuir exemplares das Revistas Verde-Oliva e Recrutinha, bem como de fôlderes sobre o "Ingresso na Força";

(7) Entregar um "*Kit* Cívico" (Bandeira Nacional, DVD - Hino Nacional com imagens do Brasil e do Exército e material de divulgação institucional diverso) e um certificado de participação à direção da escola; e

(8) Solicitar a divulgação do evento no portal do EB, encaminhando o material produzido ao CCOMSEx, por meio do endereço eletrônico redacao@ccomsex.eb.mil.br.

12) Cerimonial Militar e Protocolo

Consultar e pôr em prática as orientações prescritas no **Vade-Mécum de Cerimonial Militar do Exército - Prática de Cerimonial e Protocolo (VM 07)**, aprovado pela Portaria do Comandante do

Exército nº 522, de 15 de outubro de 2001, principalmente no que diz respeito à recepção de convidados em eventos sociais, à precedência, às formas de tratamento e à confecção de convites.

c. Relações com a Mídia (Assessoria de Imprensa)

1) Generalidades

Quando os meios de comunicação de massa assumem papel preponderante na formação da opinião pública, cumpre a todos os integrantes da Instituição buscar formas de fortalecer e consolidar, cada vez mais, a imagem do EB.

Assim sendo, é essencial entender a conjuntura atual. Com o aumento da demanda por informações em tempo real, cresce a necessidade de transparência e torna-se mais difícil divulgar a imagem da Instituição. Como regra básica para o relacionamento com a mídia, cabe enunciar que, "respeitado o nível hierárquico de quem fala, resguardado o sigilo do que não pode ser veiculado e considerado aquilo que há interesse de divulgar em benefício da imagem da Força, mantenha-se como princípio a máxima abertura e o mínimo retardo".

Portanto, o relacionamento com a mídia deve privilegiar a antecipação, a rapidez, a transparência e a confiabilidade nas respostas e nos questionamentos. Nenhuma demanda pode deixar de ser respondida com oportunidade. Cabe destacar a importância de a Força se manifestar em temas de seu interesse, posto que o Exército será melhor conhecido quando houver divulgação constante dos assuntos que projetem positivamente a imagem da Instituição.

Há que se aproveitar a grande visibilidade obtida pelo Exército por sua atuação nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, tanto na segurança, quanto na participação de atletas do programa de alto rendimento. A eficiência das tropas militares na manutenção de um ambiente seguro e estável durante os Jogos e o destacado desempenho dos atletas militares, refletido no quadro de medalhas, contribuíram para o fortalecimento da imagem da Instituição nos cenários nacional e internacional.

2) Recomendações para o relacionamento com a mídia

a) Conhecer o perfil dos órgãos de mídia presentes na área, por meio de um completo Levantamento de Área (LA) de Com Soc.

b) Estabelecer relacionamento profissional com os órgãos de mídia sem preferências ou predileções, atendendo-os de forma imparcial e com a maior presteza possível, levando-se em consideração os prazos exíguos utilizados pelos veículos de comunicação.

c) Encaminhar os profissionais de imprensa, ao chegarem a uma OM, diretamente ao comandante ou ao elemento designado para tratar com esse público.

d) Dialogar com os jornalistas de forma atenciosa e respeitosa, evitando discussões sobre assuntos fora do contexto militar.

e) Tratar somente de assuntos relacionados à sua área de atuação, sem fazer conjecturas ou expressar opiniões conflitantes com os objetivos e interesses da Força.

f) Empregar linguagem simples, sem o uso de termos militares, para tratar somente do necessário, evitando a abordagem daquilo que foge ao tema discutido.

g) Não usar expressões evasivas, como "sem comentários" ou "nada a declarar".

h) Ser transparente na emissão das respostas aos jornalistas, aproveitando a ocasião para mostrar o profissionalismo e o interesse do Exército em esclarecer todos os fatos.

i) Nunca confiscar anotações, filmes ou quaisquer equipamentos que pertençam a profissionais ou a empresas de jornalismo.

j) Solicitar, sempre que possível, que as perguntas sejam feitas por escrito, respondendo-as da mesma forma. Preferir o fax e o *e-mail* ao telefone (tudo que for falado ao telefone poderá ser utilizado como informação útil).

k) Lembrar que a aparência e a postura são importantes.

l) Estreitar, sempre que possível, o relacionamento interpessoal com os representantes dos órgãos de mídia local, convidando-os a participar de atividades da OM.

m) Confeccionar um banco de dados com os principais veículos de mídia da sua área de atuação, registrando informações sobre as matérias favoráveis e desfavoráveis publicadas a respeito da Força, sobre os principais jornalistas e suas angulações (tendências, tipos de abordagem etc.), sobre os pontos fortes, as fraquezas, as oportunidades e as ameaças comunicacionais do ambiente.

3) Recomendações para as situações de crise de imagem

a) Considerar que os repórteres serão mais incisivos nos questionamentos e mais investigativos. Em situações de crise que já se tornaram públicas, não se deve negar o fato, nem mentir para tentar explicá-lo.

b) Propor a designação de um porta-voz, militar com total domínio do assunto e sem qualquer envolvimento emocional com o problema. É importante que todos os integrantes da OM estejam esclarecidos sobre o fato ocorrido, o que minimiza a possibilidade de informações contraditórias. Muitas vezes, o soldado, em determinado posto, pode ser interpelado, entretanto, deve sempre saber o que dizer. Como regra, o repórter deve ser orientado a procurar o comandante da OM ou o porta-voz. É importante destacar que **o gerente da crise não deverá ser o porta-voz**.

c) Reunir as informações sobre o fato, elaborar um texto conciso para distribuição à imprensa (*release*) e informar à 5ª Seção do Estado-Maior do escalão superior.

d) Preparar um *media training* para o porta-voz e simular perguntas semelhantes às que poderão ser feitas, a fim de facilitar as ações a serem desenvolvidas pelo entrevistado e proporcionar maior segurança e domínio sobre o assunto.

e) Convocar a imprensa a partir de um fato novo, se for o caso. É conveniente lembrar que quem fala primeiro define o assunto.

f) Observar os seguintes aspectos para a entrevista:

(1) Antecipar-se aos fatos, sendo proativo;

(2) Exibir números e dados sobre o caso;

(3) Caracterizar a excepcionalidade do acidente/incidente e informar as medidas tomadas para preveni-lo, investigá-lo ou mitigá-lo;

(4) Evitar palavras negativas ou alarmistas;

(5) Mencionar as providências tomadas para atender às possíveis vítimas;

(6) Manter-se disponível para esclarecimentos complementares que evitem distorções, tendo sempre em mente o sigilo das informações; e

(7) Acordar as regras a serem cumpridas, antecedendo a entrevista, podendo haver dois tipos de contato com o repórter: a entrevista *on the record* (a pessoa entrevistada é identificada por posto, nome e cargo - "o Major João, Comandante do ..., declarou que ..." - e tudo fica registrado) e a *off the record* (não há entrevista, apenas conversa entre o repórter e a fonte - tal informação não fará parte da matéria). É aconselhável, em situações de crise, a utilização de entrevistas *on the record*, com o intuito de se evitar problemas futuros, como interpretações equivocadas por parte do entrevistador.

g) Empregar ideias-força para facilitar a condução das ações de Com Soc, como: espírito de equipe, coordenação, plano de busca e resgate, sobreviventes, investigação, treinamento, condolências, profissionalismo, educação, mensagem para o público, solidariedade, identificação com a Nação, economia de custos - fazendo mais com menos, cooperação, condições difíceis, importância da missão, bens, material, equipamento ou vidas salvas, resposta rápida, competência e bom preparo.

h) Adotar o processo das cinco fases para o gerenciamento de crise:

(1) Quem será o responsável pelas informações?

(2) Como controlar possíveis comentários não autorizados?

(3) Quando fazer os comunicados?

(4) O que e como comunicar?

(5) Quais as precauções a adotar?

i) Enviar sempre a Ficha de Informação de Pronto Interesse do Sistema (FIPIS) ao CCOMSEx. De acordo com a gravidade do assunto, admite-se que as informações sejam fornecidas, inicialmente, via telefone.

4) Recomendações para a função de porta-voz

a) Buscar participar diretamente da elaboração das "mensagens-chave" e dos comunicados à imprensa, visando a dominar o conteúdo, transmitir segurança e conquistar credibilidade.

b) Ter sido indicado pelo escalão superior, devendo estar disponível 24 horas e fornecer à equipe de comunicadores todos os telefones nos quais possa ser localizado.

c) Prestar declarações de forma segura e precisa, não especulando sobre situações desconhecidas ou apresentando resposta negativa à pergunta negativa feita pela imprensa.

d) Utilizar linguagem corporal receptiva (não usar mãos para trás, não cruzar os braços, não colocar as mãos nos bolsos, não fazer gestos ou arremedos cômicos, e não mostrar indignação).

e) Anotar as perguntas cujas respostas não possam ser dadas naquele momento.

f) Não prometer o que não possa ser cumprido.

g) Atentar para orientações complementares existentes no caderno "Falando com a Imprensa", que pode ser acessado por meio da RESISCOMSEx.

5) Nota à Imprensa, *Press Release* e Nota de Esclarecimento, Entrevistas e *Media Training*

Consultar o Caderno "Falando com a Imprensa", disponível na RESISCOMSEx, que fornece orientações para o correto uso desses meios de interação com a mídia.

6) FIPIS

a) É uma ferramenta primordial para a obtenção de informações iniciais sobre assunto que possa levantar o interesse das mídias local, regional e nacional. O acesso regular à Ficha possibilita que o Comando da Força apresente pronta resposta aos órgãos de mídia.

b) Consultar o nº 2) da letra "f", do capítulo 3 (Utilização da RESISCOMSEx) deste Plano de Com Soc para obter informações complementares sobre o emprego e a confecção da FIPIS.

7) Resenha *On-line*

a) É uma resenha diária, elaborada pelo CCOMSEx, com as principais notícias de interesse para o Exército veiculadas pela mídia. Está disponível no Portal do Exército, em sua versão *on-line*, normalmente a partir das 9 horas.

b) Às segundas-feiras, é disponibilizada a resenha das matérias de interesse da Força, publicadas em revistas de grande circulação no cenário nacional.

c) As OM devem difundir o acesso à resenha e estimular o público interno à leitura diária, considerando a importância do acompanhamento do que vem sendo veiculado na mídia sobre a Instituição.

d. <u>Produção e Divulgação Institucional</u>

1) Generalidades

O sítio www.eb.mil.br é o endereço eletrônico do Exército na *internet*. Ele permite acessar diversos produtos *on-line*, bem como textos e imagens a respeito das áreas de atuação da Força.

O portal eletrônico funciona como meio de divulgação das atividades do Exército, de contato com profissionais da mídia e de outras categorias profissionais, de informação e interatividade com os integrantes da Força, de contato direto do público em geral com a Instituição e de acesso às mídias sociais, à rádio e à TV Verde-Oliva.

Esse portal oferece, ainda, arquivos de áudio e vídeo com notícias do Exército, os quais podem ser acessados pelo usuário ou utilizados por emissoras de radiodifusão.

2) Recomendações às OM sobre peças e veículos de divulgação institucional

a) Noticiário do Exército (NE)

(1) É a mais antiga mídia da Força, sendo publicado desde 18 de junho de 1957. Nele podem ser encontradas as principais notícias do Exército, com atualizações diárias, além de matérias alusivas às datas comemorativas. Cabe ressaltar que a Agência Verde-Oliva, estruturada dentro do CCOMSEx, é a responsável pela produção das matérias;

(2) A leitura do NE deve ser realizada durante as formaturas e instruções, de forma a estimular o público interno a consultá-lo, bem como ter conhecimento daquilo que está ocorrendo na Força; e

(3) Matérias de interesse constantes do NE devem ser replicadas nas páginas eletrônicas das OM, disponibilizando o *link* com o endereço eletrônico da publicação.

b) Exército Brasileiro em Revista

(1) É um espaço para divulgação das atividades da Força, sendo as matérias produzidas pelas OM, obedecendo às orientações estabelecidas no Anexo F deste Plano, e encaminhadas ao CCOMSEx por meio do endereço eletrônico redacao@ccomsex.eb.mil.br.

(2) A produção de matérias no âmbito da OM deve ser estimulada com o objetivo de divulgar a todos os públicos as atividades desenvolvidas pela Instituição.

(3) A forma de acesso ao produto pelo portal do Exército deve ser divulgada em todos os meios da OM.

c) Revista Verde-Oliva (RVO)

(1) A RVO é editada e veiculada com a finalidade de divulgar temas institucionais que permitam melhor visibilidade do Exército. Além de sua versão impressa, a RVO também está disponível na versão digital. Os textos da Revista são propostos pelas OM e por militares, ou são produzidos pelo CCOMSEx.

(2) Os seguintes temas deverão ser considerados impositivos: ingresso do segmento feminino na AMAN; participação do Exército no desenvolvimento da infraestrutura nacional; o Exército e a integração da Amazônia; o Projeto Reserva Pró-Ativa; o Programa "O Comandante Responde"; e o Projeto Amazônia Conectada.

(3) Difundir a RVO tão logo seja recebida pela OM, empregando todos os recursos possíveis para sua divulgação.

(4) Distribuir, como instrumento de Relações Públicas, para autoridades e formadores de opinião.

(5) Comentar as matérias publicadas em reuniões de quadros e formaturas.

(6) Expor exemplares em salas de visitas, bibliotecas, ambientes de descanso, locais de circulação, e em eventos internos e externos.

d) TV Verde-Oliva

(1) A TV Verde-Oliva está presente no portal do Exército com as seguintes finalidades:

(a) divulgar os filmes produzidos pelas OM ou pelo CCOMSEx; e

(b) reprisar as matérias jornalísticas divulgadas na TV aberta e em canais por assinatura que façam referência à Força Terrestre.

(2) As OM devem gerar oportunidades para a apresentação das matérias veiculadas na TV Verde-Oliva. Algumas situações que podem exemplificar: instruções, exposições, palestras, reuniões e participação da OM em atividades da comunidade (Momento Cívico).

e) Rádio Verde-Oliva

(1) A Rádio Verde-Oliva foi concebida para a difusão do civismo, de princípios e valores essenciais para o fortalecimento da cidadania e da imagem da Força Terrestre, sendo sua programação transmitida para Brasília, na frequência FM 98,7 MHz, ou pela *internet*, via portal do Exército.

(2) Deverá possuir como principais metas:

(a) oferecer música de qualidade;

(b) veicular notícias nacionais e internacionais; e

(c) prestar serviços de utilidade pública, informando sobre atividades do EB e das demais Forças.

(3) As OM podem propor a difusão de matérias na Rádio Verde-Oliva, desde que o assunto institucional seja de interesse geral. O contato com a emissora é o *e-mail* verdeolivafm@ccomsex.eb.mil.br.

(4) Estimular, no âmbito das OM fora da Guarnição de Brasília, o incremento da audiência da rádio por meio da *internet*, valendo-se da difusão por som ambiente nas seções da Unidade.

f) Mídias Sociais

(1) As mídias sociais são espaços de comunicação *on-line*, nos quais é possível compartilhar conteúdos, opiniões, visões, experiências, perspectivas, fotos, vídeos e áudios. O CCOMSEx é o órgão gestor das mídias sociais no âmbito do EB, empregando para esse fim o *Twitter*, o *Facebook*, o *Youtube*, o *Instragram,* o *Flickr* e o *EBlog* (o blog do Exército), como mídias oficiais de comunicação institucional;

(2) São pautadas, exclusivamente, por assuntos relacionados à Com Soc, com esteio moral e respeito aos valores institucionais;

(3) Possibilitam a obtenção de informações, a divulgação, as críticas e os questionamentos relativos à Força Terrestre;

(4) Divulgam assuntos relacionados à Instituição, por meio de postagens: matérias, vídeos e imagens do EB, bem como de outras instituições ou de órgãos de mídia;

(5) Utilizam a ferramenta *Flickr* para a busca de imagens constantes daquele banco de dados, possibilitando a produção de cartazes e painéis móveis para exposições, palestras, eventos sociais e formaturas, que contribuirão para a divulgação das atividades desenvolvidas pelo Exército;

(6) As OM podem remeter sugestões de matérias ao CCOMSEx pelo *e-mail* redacao@ccomsex.eb.mil.br. Não há restrição de acesso, por parte de integrantes da Força, às mídias sociais, tampouco de envio de comentários; e

(7) Observar a ética nas postagens, visto que todos os integrantes da Força devem preservar a imagem do Exército, a ordem e a disciplina, além de estarem sujeitos ao Regulamento Disciplinar do Exército e ao Código Penal Militar. As orientações técnicas para envio de matérias constam do Anexo F deste Plano.

g) Aplicativo do EB

(1) O aplicativo do Exército, disponível para as plataformas *Android* e *IOS*, foi criado com a finalidade de convergir as publicações das mídias sociais e as principais notícias divulgadas no portal do Exército, facilitando o acesso do público às informações da Força Terrestre em uma única plataforma.

(2) Posteriormente, o aplicativo passou a agregar outras informações importantes para a família militar e para o público externo, como o INFORMEX, o Boletim do Exército, a consulta rápida ao RUE, os concursos e os sistemas do Exército compatíveis com a plataforma.

(3) O aplicativo conta, atualmente, com a função de notificação de usuários por meio de um alerta, o qual pode ser realizado de acordo com a região geográfica. Além de avisar sobre os INFORMEX e a abertura de novos concursos, essa função também é utilizada para noticiar assuntos relevantes para o Exército Brasileiro.

(4) A instalação do aplicativo deve ser estimulada nas OM, pois, além de ele conter informações relevantes para a tropa, serve como meio de divulgação institucional perante os públicos interno e externo, permitindo o compartilhamento de notícias por meio de outras redes sociais ou aplicativos de mensagens.

h) Recrutinha

(1) O Recrutinha é uma revista temática infanto-juvenil que contém histórias em quadrinhos. Esse produto é distribuído impresso e é disponibilizado no portal do Exército no período das campanhas institucionais.

(2) Distribuir a revista ao público tão logo seja recebida pela OM, já que as histórias abrangem um tema vinculado a um fato memorável ou a uma data comemorativa.

(3) Confeccionar um plano de distribuição para que se obtenham os resultados esperados na área de influência da OM.

(4) Reproduzir o "*Recrutinha*", caso seja de interesse da OM, utilizando a versão disponibilizada no portal do Exército, sem qualquer modificação.

i) Filmes e Vídeos

(1) Os filmes e vídeos são produtos de propaganda institucional para publicação em televisão e internet, abordando temas que, em muitas ocasiões, passam a ser os principais meios de divulgação da Força; e

(2) As OM devem difundir, em todas as oportunidades possíveis, os vídeos e filmes institucionais, envidando esforços para sua divulgação pelas emissoras de TV locais e regionais.

j) Cartazes, folhetos e panfletos

(1) São produtos de comunicação visual que apresentam mensagem alusiva a datas comemorativas, informações sobre temas de campanhas institucionais, orientações sobre como ingressar na Força, dentre outras. Integram o *kit* de material elaborado por ocasião das campanhas da Semana do Exército e do Dia do Soldado, das operações militares ou de outros eventos esporádicos.

(2) As OM devem distribuir esses produtos conforme o cronograma das campanhas e em todas as oportunidades de contato com o público a que se destinam as peças publicitárias.

3) Orientações para a elaboração de produtos de Com Soc

a) Considerar, para a elaboração dos produtos, o público-alvo a ser impactado, a diretriz do Comandante, os objetivos a atingir, as ideias-força presentes no material e a disponibilidade de meios e recursos humanos visando à obtenção de melhores resultados.

b) Realizar, com a equipe de criação, uma tempestade de ideias (*brainstorming*), com o objetivo de conhecer diversos pontos de vista sobre as maneiras de abordar o tema dos produtos.

c) Confeccionar os produtos de comunicação visual (cartaz, folheto, fôlder, *outdoor*, faixa, *banner* etc.), atendendo às seguintes recomendações:

(1) evitar a poluição visual, já que o excesso de inscrições e imagens pode comprometer a objetividade e o entendimento da mensagem;

(2) preservar os símbolos nacionais (Bandeira, Armas Nacionais, Selo Nacional e Hino Nacional) e o símbolo do EB nas suas formas originais, obedecendo à legislação em vigor;

(3) usar tipos de letras simples que destaquem a mensagem principal;

(4) apresentar o produto, antes de sua finalização, a um grupo representativo do público-alvo para avaliar o nível de apreensão da mensagem (pré-teste);

(5) priorizar aspectos ligados à história e às atividades da OM, às tradições, às inovações e à participação na comunidade. Nesse contexto, evitar matérias que cultuem personalidades vivas; e

(6) priorizar produtos atraentes, de bom gosto, que ressaltem a presença do elemento humano, de todos os níveis hierárquicos, pois eles apresentam maior possibilidade de alcançar seus objetivos.

e. *Marketing* Institucional

1) Generalidades

As ações de *marketing* na Força deverão ser direcionadas para os campos da cultura, da educação, da ciência e tecnologia, da ação social, da ecologia e do esporte, sempre que possível associadas ao desenvolvimento da capacidade operacional do Exército.

Ao ser empregado de forma integrada com as áreas da Comunicação Social, o *marketing* deve ser inserido naturalmente no desenvolvimento de campanhas, programas e projetos, ao:

a) buscar parcerias e (ou) apoios para a promoção de mensagens institucionais da Força;

b) analisar a conveniência de agregar a imagem do Exército a outras marcas;

c) definir melhor a mídia e elaborar programa de veiculação de mensagens da Força com vistas a otimizar o resultado do esforço de comunicação;

d) promover a Rádio Verde-Oliva e a página eletrônica do Exército, incrementar a utilização das mídias sociais do EB, de forma a alcançar os objetivos de suas criações, bem como manter crescente o número e a fidelização dos ouvintes e internautas; e

e) orientar a utilização de espaços publicitários nos produtos elaborados pelo CCOMSEx ou pelos componentes do SISCOMSEx.

2) Emprego da Marca Exército

a) Divulgar a marca "Exército Brasileiro" em todos os níveis e escalões de comando e em todas as oportunidades. A Portaria do Comandante do Exército nº 885, de 4 de novembro de 2008, que aprova o Manual de Uso da Marca do Exército Brasileiro, disponibilizado no portal do Exército e na RESISCOMSEx, normatiza a reprodução e o uso desse elemento.

b) Envidar esforços para que a marca Exército (símbolo e nome) e a frase-síntese (*slogan*) estejam presentes na assinatura de todos os produtos confeccionados, mesmo naqueles de amplitude regional, com a finalidade de preservar e fortalecer a imagem do EB e com o intuito de torná-lo mais conhecido por todos os públicos. No entanto, cuidados especiais devem ser tomados quando esses produtos contemplarem outras marcas públicas ou privadas, as quais poderão ser associadas à marca da Força.

c) Associar a marca Exército Brasileiro a qualquer outra marca pública ou privada somente quando autorizado pelo Comandante do Exército, ouvido o CCOMSEx.

3) Veiculação de peças publicitárias

a) Observar o que está prescrito no Decreto da Casa Civil da Presidência da República nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, para a veiculação de peças publicitárias, normalmente inseridas em campanhas institucionais, a fim de que se atue de forma coerente com as orientações do Governo Federal. É importante que, nesse caso, seja realizado um contato prévio com o CCOMSEx, de modo a verificar a possível repercussão da divulgação no âmbito da Força, bem como evitar a duplicidade de esforços e gastos de recursos. Uma possível utilização das agências contratadas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República exige coordenação com a Assessoria de Comunicação Social do Ministério da Defesa (MD).

b) Incentivar a divulgação das peças produzidas pelo CCOMSEx, disponíveis na RESISCOMSEx, por qualquer OM que possua contato com emissoras de rádio e de TV regionais interessadas em reproduzi-las em suas programações.

c) Ampliar as oportunidades de divulgação das mensagens da Força, pela elaboração de outros produtos de alcance regional, a cargo dos C Mil A, ouvido o CCOMSEx.

d) Consultar as orientações complementares para a confecção e a veiculação de peças publicitárias disponibilizadas na RESISCOMSEx.

4) Cessão do uso de imagem

a) Empregar a cessão do uso de imagem pela correta observância da autorização ou da remuneração pela licença do uso de imagem de terceiros para compor determinada obra ou peça de campanha publicitária.

b) Cumprir o previsto nos incisos V, XXVII e XXVIII, do Art. 5º da Constituição Federal, podendo ser complementado pela Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 - Lei dos Direitos Autorais.

c) Firmar contrato de autorização de cessão de uso de imagem, conforme modelo constante do Anexo C.

5) Publicidade gratuita

a) Valer-se de veículos de comunicação ou de empresas que divulguem de forma gratuita as peças publicitárias desenvolvidas.

b) Estreitar o contato, por meio de parcerias, com instituições públicas e com corporações privadas para a veiculação das campanhas institucionais ou de utilidade pública de abrangência nacional. Entre os produtos das campanhas destacam-se: os encartes em publicações de grande amplitude, a inserção em *sites* de empresas parceiras, os terminais de autoatendimento de bancos, as revistas de grande circulação, os *spots* rádio para emissoras, os vídeos para emissoras locais, os *totens* em pontos de grande circulação, entre outras possibilidades de veiculação.

6) Mídia espontânea

a) Estimular a aproximação com os órgãos de mídia locais para a confecção de matérias e produtos que divulguem regionalmente ou nacionalmente as ações positivas desenvolvidas pelas OM ou por integrantes da Força.

b) Os comandantes de OM deverão consultar o C Mil A enquadrante antes de autorizar a realização de obras cinematográficas ou publicitárias no interior das respectivas Unidades, bem como a promoção de eventos no interior dos aquartelamentos com veiculação na mídia.

7) O militar como agente de Com Soc

a) Ter ciência que todos os militares são agentes de Com Soc, sendo peças fundamentais para a preservação e para o fortalecimento da imagem da Instituição.

b) Refletir a imagem positiva do EB pelas ações baseadas nos valores e atributos militares, com ênfase para: a postura, a conduta, as mensagens transmitidas, o comprometimento com a Força e a crença na Instituição.

c) Representar o Exército, demonstrando identificação única, em qualquer parte do território nacional, profissionalismo, dedicação e amor incondicional à Pátria.

5. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

a. A cargo do CCOMSEx

1) Estágios e Simpósios

Deverão ser desenvolvidos pelo CCOMSEx: um simpósio de Com Soc, voltado para os integrantes do SISCOMSEx; um estágio de Com Soc, para oficiais do Quadro de Estado-Maior da Ativa (QEMA); um estágio de Auxiliar (Aux) de Com Soc, dirigido a subtenentes e sargentos que atuam na área de Com Soc; e um ou mais estágios de correspondentes de assuntos militares, para universitários da área de Com Soc.

a) Simpósio de Com Soc para integrantes do SISCOMSEx

Deverá ser realizado no mês de março de 2017, com duração de uma semana, atendendo aos seguintes objetivos:

(1) ampliar a integração entre os componentes do SISCOMSEx e reforçar o canal técnico de Com Soc;

(2) compartilhar conhecimentos no campo de Com Soc entre os oficiais e praças participantes do Simpósio;

(3) discutir aspectos dos trabalhos diários de Com Soc;

(4) nivelar conhecimentos sobre o Plano de Comunicação Social EB/2017 e coordenar atividades; e

(5) selecionar os participantes do Simpósio, priorizando a participação de militares dos C Mil A que irão, efetivamente, desempenhar as funções de Chefe e de Auxiliar da Seção de Com Soc em 2017.

b) Estágio de Com Soc para oficiais do QEMA

Deverá ser realizado no mês de junho de 2017, com duração de duas semanas, atendendo aos seguintes objetivos:

(1) capacitar os oficiais do QEMA para o desempenho das funções ligadas ao SISCOMSEx, a fim de atender às necessidades do Exército em pessoal habilitado para a ocupação de cargos específicos dessa atividade;

(2) conhecer e atualizar as técnicas e os procedimentos mais comuns no dia a dia das atividades de Com Soc;

(3) ampliar a cultura de Com Soc por meio de palestras ministradas por profissionais de reconhecido saber na área; e

(4) selecionar os participantes do Estágio, priorizando os militares dos C Mil A recém-egressos da ECEME, que aplicarão os conhecimentos antes e durante o Comando de OM.

c) Estágio de Auxiliar de Com Soc

Deverá ser realizado no mês de setembro de 2017, com duração de duas semanas, atendendo aos seguintes objetivos:

(1) conhecer a estrutura organizacional, a missão, as possibilidades e as limitações do Órgão Central do Sistema de Comunicação Social do Exército;

(2) conhecer a estrutura de funcionamento do SISCOMSEx e da RESISCOMSEx; e

(3) proporcionar aos estagiários uma visão do papel do subtenente ou sargento como auxiliar de Com Soc, particularmente no manuseio das diversas mídias que sejam de interesse de sua OM, bem como na elaboração direta de material impresso ou digital, segundo as demandas surgidas.

d) Estágio de Correspondentes de Assuntos Militares (ECAM)

(1) Deverá ser realizado nos meses de junho e setembro de 2017, em paralelo às atividades desenvolvidas nos Estágios de Com Soc (QEMA e Aux Com Soc), com duração de uma semana, atendendo aos seguintes objetivos:

(a) proporcionar aos profissionais de imprensa, professores e universitários de Jornalismo, de Publicidade, de Relações Públicas, de Direito e de Relações Internacionais conhecimentos específicos a respeito do EB e das especificidades da atividade jornalística relacionadas aos assuntos militares; e

(b) ampliar a divulgação da profissão militar, por meio da participação em atividades, em exercícios no terreno e em operações, de modo a aproximar esse público prioritário à Força.

(2) Deverá atender às seguintes propostas:

(a) ministrar palestras explorando os temas: o EB; os desafios da Com Soc no EB; o EB e a mídia; experiências e ensinamentos como jornalista em áreas de conflito; e Direito Internacional dos Conflitos Armados. Essas palestras encontram-se disponíveis na RESISCOMSEx.

(b) realizar visitas a OM e a exposições;

(c) programar um “Dia Verde” com a realização, se possível, com as atividades a seguir: distribuição de material; pernoite em barracas (conforme análise da OM); higiene e primeiros socorros; consumo de ração operacional; orientação e transposição de obstáculos simples;

(d) apresentar a ambientação de um conflito hipotético a ser contextualizado no exercício; e

(e) propiciar a prática de atividades, como entrevistas individuais e coletivas, cobertura jornalística e produção de matérias jornalísticas.

e) Estágio de Capacitação de Fotógrafos das OM da Gu Brasília

Deverá ser realizado no mês de maio de 2017, com duração de uma semana, atendendo aos seguintes objetivos:

(1) fornecer conhecimento técnico de fotografia e tratamento de imagens aos militares das OM de Brasília; e

(2) ampliar o número de militares capacitados a realizar coberturas fotográficas em eventos de interesse das OM e do SISCOMSEx.

f) Estágio de Comunicação Social para Integrantes do BRABAT e da BRAENGCOY

Poderá ser realizado nos meses de fevereiro e agosto de 2017, com duração de uma semana, atendendo aos seguintes objetivos:

(1) capacitar os militares da Seção de Com Soc do BRABAT e da BRAENGCOY para o desempenho das tarefas ligadas a essa àrea, a fim de atender às necessidades de divulgação do Exército no Haiti; e

(2) conhecer e atualizar as técnicas e os procedimentos mais comuns no dia a dia das atividades de Com Soc, particularmente na missão no Haiti.

2) Visitas de Orientação Técnica (VOT)

a) realizar uma VOT ao Comando Militar da Amazônia, no mês de abril.

b) realizar uma VOT ao Comando Militar do Planalto, no mês de maio.

c) realizar uma VOT ao Comando Militar do Sudeste, no mês de junho.

d) realizar uma VOT ao Comando Militar do Sul, no mês de setembro.

e) proporcionar o contato do CCOMSEx com os integrantes do Sistema nos respectivos C Mil A, devendo:

(1) atualizar conhecimentos relativos às atividades de cinegrafista, editor de vídeo e fotógrafo e editor de peças gráficas dos integrantes do SISCOMSEx, em particular dos praças que estejam servindo nas Seções de Com Soc;

(2) compartilhar conhecimentos de Com Soc entre os militares do CCOMSEx e os integrantes dos C Mil A;

(3) ampliar a integração entre os componentes do SISCOMSEx e reforçar o canal técnico de Com Soc;

(4) uniformizar procedimentos, aprimorar a capacitação do pessoal e orientar quanto à condução das atividades de Com Soc; e

(5) facilitar a ligação dos comandantes militares de área com os dirigentes dos órgãos de mídia locais.

f) realizar, durante a VOT, em coordenação com o C Mil A, as seguintes atividades:

(1) palestra sobre a Com Soc do EB;

(2) palestras sobre técnicas de fotografia, filmagem, edição; e

(3) visita a órgãos de imprensa local selecionados pelo C Mil A.

g) ter duração de quatro a cinco jornadas.

h) realizar contatos preliminares com os C Mil A, a fim de coordenar as datas mais adequadas, conforme o Calendário de Comunicação Social de 2017, constante do Anexo A deste plano.

3) Festival de Fotografias

Deverá ser realizado, preferencialmente, no mês de novembro de 2017, com duração de uma semana, atendendo aos seguintes objetivos:

a) estreitar as relações entre os representantes de órgãos de Com Soc das Forças Militares nacionais;

b) estimular a produção de peças de comunicação de alta qualidade; e

c) manter os recursos humanos de Com Soc atualizados em relação às principais técnicas e aos recursos disponíveis no mercado mundial.

4) Visita de Formadores de Opinião

Deverá ser realizada no mês de junho de 2017, na Amazônia, e no mês de novembro de 2017, no Nordeste, com duração de uma semana, atendendo aos seguintes objetivos:

a) estreitar as relações entre personalidades de reconhecida influência pública e representantes de instituições, cuja aproximação seja de interesse da Força, como o CCOMSEx e os órgãos de Com Soc dos C Mil A a serem visitados; e

b) divulgar as ações do Exército junto aos formadores de opinião no cenário nacional, em particular na Amazônia.

5) Desenvolvimento das Campanhas

a) Ingresso na Força

(1) Oferecer (proativa e mensalmente) à mídia nacional, no mínimo, duas oportunidades de divulgação das atividades das Escolas Militares, criando condições para o aproveitamento de boas imagens pelos jornalistas e de assuntos interessantes aos veículos de comunicação em âmbitos nacional e regional.

(2) Remeter ao DECEx material de divulgação institucional.

(3) Confeccionar peças e produtos para distribuição às OM e, posteriormente, às escolas.

(4) Elaborar matéria, divulgar no *site* e nas mídias sociais do EB e produzir matéria para a Revista Verde-Oliva, referente aos seguintes eventos:

(a) entrada dos Alunos do CFS pelo Portão das Armas, destacando a entrada do segmento feminino;

(b) entrada dos novos alunos na EsPCEx, destacando a inserção do segmento feminino na Linha do Ensino Militar Bélico; e

(c) concurso de admissão às escolas militares de formação, destacando as possibilidades de acesso ao segmento feminino.

b) Dia do Exército e Dia do Soldado

(1) Oferecer à mídia nacional material (vídeo, *spot* rádio e impressos) para divulgação nos diversos meios de transmissão.

(2) Confeccionar peças gráficas e produtos para distribuição às OM.

(3) Elaborar uma palestra institucional para ser ministrada nas OM, em escolas, em universidades e em outros locais de interesse, de acordo com o público-alvo.

6) Divulgação da Instituição

a) Realizar cobertura jornalística e cinefotográfica; oferecer matérias para divulgação nas mídias nacionais; remeter ao C Mil A material de divulgação institucional; remeter, via RESISCOMSEx, matérias para aproveitamento em páginas eletrônicas das OM diretamente envolvidas; elaborar matérias para a Revista Verde-Oliva e divulgar no *site* e nas mídias sociais do EB os seguintes eventos:

- Operação Ágata;

- Operações Conjuntas, a cargo do MD;

- Emprego da Força no cenário nacional;

- Festa Nacional da Arma de Engenharia, em proveito do DEC;

- Festa Nacional da Cavalaria e da Artilharia, em proveito do CMS;

- Festa Nacional da Infantaria, em proveito do CMNE; e

- Término da participação brasileira na MINUSTAH, sfc.

b) Realizar a cobertura jornalística e fotográfica; remeter aos C Mil A e ODS material de divulgação institucional; elaborar matéria para a Revista Verde-Oliva e divulgar, no *site* e nas mídias sociais do EB, os seguintes eventos:

- Substituição da Bandeira Nacional na Praça dos Três Poderes, em proveito do CMP;

- Formatura de Monte Castelo no Monumento Nacional aos Mortos da Segunda Guerra Mundial (MNMSGM), em proveito do CML;

- Retomada de Corumbá/Marcha Cívico-Social da Retirada da Laguna, em proveito do CMO;

- Emprego do SISFRON;

- Manobra Escolar da AMAN, em proveito do DECEx; e

- Criação da Brigada da Foz do Amazonas, em proveito do CMA, sfc.

c) Realizar a cobertura jornalística e fotográfica, divulgar no *site* e nas mídias sociais do EB e efetuar a confecção de peças e produtos gráficos, quando for oportuno, dos seguintes eventos:

- Passagens de Chefia dos ODS localizados em Brasília;

- Encontros de Parlamentares com o Cmt EB;

- Reunião do Alto Comando do Exército (ACE), em proveito da SGEx;

- Entrega da Medalha Mérito Desportivo Militar;

- Reunião de Contrato de Objetivos;

- Estágio de Adaptação ao CCOMSEX;

- Simpósio de Comunicação Social;

- Estágio de Capacitação de Fotógrafos das OM da Gu Brasília;

- Entrega de Insígnias para Oficial-General, em proveito da SGEx;

- Entrega de Espadas - Imposição da OMM - Entrega do Bastão de Comando para Oficial-General, em proveito da SGEx;

- Despedida de Oficial-General integrante do ACE;

- Dia do Exército - Entrega da Medalha da Ordem do Mérito Militar;

- Visitas de Orientação Técnica de Comunicação Social;

- Entrega da Medalha da Vitória, em proveito da SGEx;

- Estágio de Comunicação Social para Oficiais do QEMA;

- Estágio de Correspondentes de Assuntos Militares (ECAM);

- Entrega da Ordem do Mérito da Defesa, em proveito da SGEx;

- Entrega da Medalha da Ordem do Mérito Naval, em proveito da SGEx;

- Viagem de Formadores de Opinião;

- Entrega da Medalha do Mérito Santos Dumont, em proveito da SGEx;

- Entrega de Comendas a Autoridades Nacionais e Estrangeiras, em proveito da SGEx;

- Dia do Soldado - Entrega da Medalha do Pacificador;

- Estágio de Auxiliar de Comunicação Social;

- Entrega da Medalha do Mérito Aeronáutico, em proveito da SGEx;

- Entrega da Medalha do Mérito da Defesa, em proveito da SGEx;

- Dia da Bandeira;

- Festival de Fotografias;

- Entrega da Medalha do Mérito Tamandaré, em proveito da SGEx; e

- Outros eventos de interesse da Força.

d) Divulgar no *site* e nas mídias sociais do EB os alusivos aos seguintes eventos:

- Dia do Magistério do Exército;

- Dia do Serviço de Assistência Religiosa;

- Dia da Aviação de Caça;

- Dia da Vitória;

- Estágios de Comunicação Social realizados pelos C Mil A;

- Encontros de Bandas Musicais;

- Comemoração da Tomada de Monte Castelo;

- Comemoração Nacional da Cavalaria, em proveito do CMS;

- Dia Internacional dos *Peacekeepers*;

- Batalha Naval do Riachuelo;

- Visita de Oficiais-Generais estrangeiros;

- Independência do Brasil;

- Viagem do Cmt Ex para a Entrega de Espadas;

- Semana de Comunicação Social do CEP;

- Semana Nacional de Ciência e Tecnologia;

- Competição Internacional de Patrulhas em Área de Selva, em proveito do CMA;

- EPCOM;

- AZUVER;

- Dia do Quadro do Oficial da Reserva - R2;

- Diplomação dos Cursos da ECEME;

- Dia do Marinheiro;

- Dia do Reservista;

- Realização de Obras Militares em Apoio à Família Militar, em proveito do DEC;

- Mostra da Base Industrial de Defesa do Brasil (BID), em proveito do DCT;

- Polo de Ciência e Tecnologia do Exército em Guaratiba, em proveito do DCT;

- MAREXAER, em proveito do DECEx;

- Estágio para capacitação dos Oficiais de Doutrina e Lições Aprendidas (ODLA), em proveito do COTER;

- Realização de Obras de Cooperação do Exército Brasileiro (Mão Amiga), em proveito do DEC; e

- Outros assuntos de interesse da Força.

e) Ficar em condições de apoiar os C Mil A e ODS na captação de imagens, na confecção de vídeos institucionais e na divulgação, nas mídias sociais, de produtos referentes aos projetos, em implantação, do Exército.

f) Produzir um vídeo institucional sobre os 100 anos da Missão Militar Francesa, ressaltando aspectos sobre a história, a influência e o processo de modernização e evolução do Exército, conforme a Portaria nº 155-EME, de 16 de maio de 2016, que aprova a Diretriz para as Comemorações do Centenário da Missão Militar Francesa no Brasil, no âmbito do Exército.

b. A cargo das Agências do SISCOMSEx

1) Comemorações em Datas Festivas

a) Estimular a participação dos públicos interno e externo na comemoração de datas festivas do Exército, buscando a interação com os segmentos da sociedade de maior interesse da Força.

b) Incentivar a realização de atividades lúdicas com o público interno e reuniões com familiares em almoços e jantares.

c) Estreitar os laços com autoridades das esferas públicas e privadas, por meio de convite, para a participação em eventos festivos.

2) Projeto "Portas Abertas"

a) Promover a visitação aos quarteis por públicos-alvo de interesse da Força, particularmente em datas referentes ao aniversário da OM, Dia da Arma/Quadro/Serviço etc.

b) Estimular o interesse de alunos dos ensinos fundamental e médio pela carreira nas Forças Armadas.

c) Influenciar o pensamento dos públicos-alvo, fazendo-os conhecer as atividades desenvolvidas pelo Exército, pelos Comandos Militares, pelas Grandes Unidades enquadrantes e pela própria OM.

3) Desenvolvimento das Campanhas

a) Ingresso na Força

- Oferecer (proativamente) à imprensa informações sobre as formas de ingresso nas Escolas Militares;

- Remeter ao CCOMSEx as matérias veiculadas na mídia regional;

- Replicar, em seu *site* e em outras mídias, as peças de divulgação sobre as Escolas militares e sobre as formas de ingresso na Força publicadas no *site* do Exército; e

- Realizar a divulgação, nas mídias locais, da entrada dos Alunos do CFS pelo Portão das Armas e da entrada dos novos alunos na EsPCEx.

b) Dia do Exército e Dia do Soldado

- Buscar conteúdo completo na RESISCOMSEx e nas mídias sociais do EB;

- Planejar visitações, exposições e palestras para os públicos de interesse; e

- Replicar as matérias em suas páginas oficiais;

4) Divulgação da Instituição

a) Efetuar a cobertura jornalística e cinefotográfica de eventos sob sua responsabilidade direta.

b) Remeter ao CCOMSEx material para ser divulgado no *site* e nas mídias sociais do EB dos eventos abaixo listados e de outros que ocorram eventualmente:

- Reunião de Assessores Parlamentares, nos C Mil A;

- Aniversários de criação do C Mil A, dos Grandes Comandos, das Grandes Unidades, Unidades e Subunidades Isoladas, das Escolas e das demais OM do EB;

- Estágio do COTER para capacitação dos Oficiais de Doutrina e Lições Aprendidas (ODLA);

- Viagens de Instrução à ESA; ao CAvEx e à AMAN;

- Simpósio de Integração Jurídica;

- Dia das Armas, Quadros e Serviços;

- Visitas de Orientação Técnica;

- Reunião com Oficiais-Generais da Reserva;

- Conclusão do Curso de Aperfeiçoamento de Sargentos das Armas;

- Páscoa dos Militares;

- Visitas de Integração Jurídica aos Comandos Militares de Área;

- Visitas Institucionais ao Poder Judiciário e às Funções Essenciais da Justiça;

- Entrega de Medalhas e Condecorações;

- Escola de Fogo de Instrução da EsACosAAe;

- Seminário Internacional de Operações na Selva; e

- Competição Internacional de Patrulha em Área de Selva.

5) Tarefas Específicas

a) EME

(1) Coordenar com o CCOMSEx os esforços de divulgação do Portfólio Estratégico do Exército, a fim de permitir a necessária integração com os produtos e as mídias sociais da Força.

(2) Fornecer ao CCOMSEx matérias sobre a transformação do Exército para manter os públicos de interesse informados acerca das ações em curso.

b) DGP

- Remeter ao CCOMSEx o texto alusivo às datas comemorativas do dia do Quadro Auxiliar de Oficiais, do Serviço de Assistência Religiosa do Exército, do Serviço Militar e do Oficial R2, com antecedência de 15 dias à data do evento, conforme assinalado no Calendário de Com Soc 2017, e conforme a Portaria do Comandante do Exército nº 295, de 10 de abril de 2015.

c) COTER

(1) Informar o CCOMSEx sobre todas as ações e projetos de vulto do ano corrente, para ampla divulgação por meio de campanhas comunicacionais, com ênfase nas operações previstas para o ano de 2017.

(2) Fornecer matérias ao CCOMSEx para divulgação no portal e nas mídias sociais do EB, para confecção de matérias para a Revista Verde-Oliva, e para produção de material de divulgação

institucional dos seguintes eventos: Operação Amazônia; Operação Ágata; término da participação do Brasil na MINUSTAH, sfc.

d) COLOG

(1) Informar o CCOMSEx sobre todas as ações e projetos de vulto do ano corrente, para ampla divulgação por meio de campanhas comunicacionais, com ênfase em atividades que busquem a modernização dos produtos de defesa, o planejamento e a gestão dos recursos e dos meios voltados à logística militar, bem como a mensuração dos processos, visando à racionalização.

(2) Fornecer matérias ao CCOMSEx para divulgação no portal e nas mídias sociais do EB, para confecção de artigos para a Revista Verde-Oliva, bem como para produção de material de divulgação institucional dos seguintes eventos: atuação do Sistema de Fiscalização de Produtos Controlados; aquisição de Material de Emprego Militar (MEM) e produtos de Defesa; e reversão logística dos meios empregados na MINUSTAH, sfc.

e) DECEx

(1) Favorecer as adaptações e os ajustes necessários aos cursos de Com Soc do CEP, a fim de que possam estar alinhados com os objetivos do SISCOMSEx.

(2) Disponibilizar ao CCOMSEx, até 1º de setembro de 2017, os nomes dos Estabelecimentos de Ensino (EE) que promoverão os concursos; os requisitos básicos do candidato; o período aproximado de inscrições e da realização dos concursos; e informações complementares julgadas úteis para a preparação da Campanha de Ingresso na Força.

(3) Remeter ao CCOMSEx, em coordenação com os EE, os alusivos às datas comemorativas das Armas, do Quadro de Material Bélico, do Quadro Complementar de Oficiais, do Serviço de Saúde e do Serviço de Intendência, com antecedência de 15 dias à data do evento, conforme o Calendário de Com Soc 2017 e conforme a Portaria do Comandante do Exército nº 295, de 10 de abril de 2015.

(4) Fornecer matéria ao CCOMSEx para divulgação no portal e nas mídias sociais do EB, para confecção de artigos para a Revista Verde-Oliva e para produção de material de divulgação institucional dos seguintes eventos: Manobra Escolar da AMAN; inserção do segmento feminino na Linha do Ensino Militar Bélico (EsPCEx e Curso de Formação de Sargentos); Aniversário da ESA, da EsACosAAe, da EsSLog, do CEP, da EsPCEx, da AMAN e da ECEME; competições da MAREXAER; da Escola de Fogo de Instrução da EsACosAAe; encontros de bandas musicais; Semana de Comunicação Social do CEP; e Semana de Ciências Humanas.

(5) Elaborar um planejamento das ações inerentes à comemoração do centenário da Missão Militar Francesa, conforme a Portaria nº 155-EME, de 16 de maio de 2016 (Diretriz para as Comemorações do Centenário da Missão Militar Francesa no Brasil, no âmbito do Exército).

(6) Informar o CCOMSEx sobre todas as ações e projetos de vulto do ano corrente, para ampla divulgação por meio de campanhas comunicacionais.

(7) Apoiar o CCOMSEx no fornecimento de imagens de divulgação das atividades das Escolas Militares à imprensa, criando condições para o aproveitamento, pelos jornalistas, de assuntos interessantes aos veículos de comunicação.

f) DCT

(1) Informar o CCOMSEx sobre todas as ações e projetos de vulto do ano corrente, para ampla divulgação, por meio de campanhas comunicacionais, com ênfase nas atividades que busquem o

incremento tecnológico dos produtos de defesa, o desenvolvimento de novos sistemas bélicos, principalmente aqueles de emprego dual, além de avanços científicos que promovam o bem-estar social.

(2) Fornecer ao CCOMSEx matérias para a divulgação no portal e nas mídias sociais do EB, artigos para a Revista Verde-Oliva, assim como produzir material de divulgação institucional dos eventos na área de Ciência e Tecnologia.

(3) Remeter ao CCOMSEx o texto alusivo à data comemorativa do Dia do Quadro de Engenheiro Militar (QEM), com antecedência de 15 dias à data do evento, conforme o Calendário de Com Soc 2017 e a Portaria do Comandante do Exército nº 295, de 10 de abril de 2015.

(4) Apoiar o CCOMSEx no fornecimento de imagens de divulgação das atividades das Escolas Militares à imprensa, criando condições para o aproveitamento, pelos jornalistas, de assuntos interessantes aos veículos de comunicação.

g) DEC

(1) Informar o CCOMSEx sobre todas as ações e projetos de vulto do ano corrente, para ampla divulgação, por meio de campanhas comunicacionais, com ênfase nas atividades que busquem a integração e o desenvolvimento da infraestrutura nacional.

(2) Fornecer ao CCOMSEx matérias para divulgação no portal e nas mídias sociais do EB, para confecção de artigos para a Revista Verde-Oliva, e para produção de material de divulgação institucional dos seguintes eventos: Campanha das Obras Militares em Apoio à Família Verde-Oliva; Campanha das Obras de Cooperação do Exército Brasileiro - Mão Amiga; e comemoração da Festa Nacional da Engenharia, conforme a Portaria Cmt Ex nº 1.783, de 8 de dezembro de 2015 (Diretriz para as Comemorações do Sesquicentenário do Conflito da Tríplice Aliança 1864-1870, no âmbito do Exército Brasileiro -EB10-D-09.004).

(3) Fornecer ao CCOMSEx artigos para a confecção de matérias para a Revista Verde-Oliva referentes aos seguintes temas: “O Sistema de Engenharia na minha Força” e “O que o Sistema de Engenharia faz pela sociedade”.

h) CMS

(1) Viabilizar uma reunião com os militares da reserva, contando com a presença do Cmt Ex, em coordenação com o Gab Cmt Ex.

(2) Realizar a divulgação das atividades relevantes, como as operações de defesa da faixa de fronteira (Fronteira Sul), as operações de prevenção e repressão a crimes transfronteiriços (Ágata) e as operações interagências, evidenciando a vertente do "Braço Forte".

(3) Realizar a cobertura jornalística e cinefotográfica da Festa Nacional da Cavalaria e da Festa Nacional da Artilharia.

(4) Ficar em condições de apoiar uma VOT, a ser conduzida pelo CCOMSEx, prevista para o mês de setembro.

(5) Fornecer ao CCOMSEx matérias para a divulgação no portal e nas mídias sociais do EB, para confecção de artigos para a Revista Verde-Oliva e para a produção de material de divulgação institucional dos seguintes eventos: Simpósio de Comunicação Social do CMS; EXPOINTER; Seminário Internacional de Defesa; e comemoração da Festa Nacional da Cavalaria e da Artilharia, conforme a Portaria Cmt Ex nº 1.783, de 8 de dezembro de 2015 (Diretriz para as Comemorações do Sesquicentenário do Conflito da Tríplice Aliança 1864-1870, no âmbito do Exército Brasileiro - EB10-D-09.004).

i) CMSE

(1) Viabilizar uma reunião com os militares da reserva, contando com a presença do Cmt Ex, em coordenação com o Gab Cmt Ex.

(2) Ficar em condições de apoiar uma VOT, a ser conduzida pelo CCOMSEx, prevista para o mês de junho.

(3) Divulgar os polos de excelência na área do CMSE, devendo ser priorizados o Comando de Aviação do Exército e a 1ª Brigada de Artilharia Antiaérea, entre outros.

j) CML

(1) Viabilizar uma reunião com os militares da reserva, contando com a presença do Cmt Ex, em coordenação com o Gab Cmt Ex.

(2) Enviar ao CCOMSEx matéria para divulgação nos veículos de comunicação do Exército referente à Reunião com Oficiais-Generais da Reserva.

k) CMO

(1) Viabilizar uma reunião com os militares da reserva, contando com a presença do Cmt Ex, em coordenação com o Gab Cmt Ex.

(2) Realizar a divulgação das atividades relevantes, como as operações de defesa da faixa de fronteira, as operações de prevenção e repressão a crimes transfronteiriços (Ágata) e as operações interagências, evidenciando a vertente do "Braço Forte".

(3) Divulgar, com o apoio do CCOMSEx, as atividades desenvolvidas pelos Destacamentos de Fronteira.

(4) Fornecer ao CCOMSEx matérias para divulgação no portal e nas mídias sociais do EB, para confecção de artigos para a Revista Verde-Oliva, e para a produção de material de divulgação institucional dos eventos: Projetos de Experimentação da Brigada Guaicurus; e Comemoração da Retomada de Corumbá/Retirada da Laguna (Campo Grande-MS), conforme a Portaria Cmt Ex nº 1.783, de 8 de dezembro de 2015 (Diretriz para as Comemorações do Sesquicentenário do Conflito da Tríplice Aliança 1864-1870, no âmbito do Exército Brasileiro -EB10-D-09.004).

l) CMA

(1) Viabilizar uma reunião, no mínimo, com os militares da reserva, contando com a presença do Cmt Ex, em coordenação com o Gab Cmt Ex.

(2) Realizar a divulgação de atividades relevantes, como as operações de defesa da faixa de fronteira (Operação Curare), as operações de prevenção e repressão a crimes transfronteiriços (Ágata) e as operações interagências, evidenciando a vertente do "Braço Forte".

(3) Realizar ampla divulgação, com o apoio do CCOMSEx, de todas as atividades relacionadas ao Projeto Pró-Amazônia e ao Amazônia Conectada.

(4) Divulgar, com o apoio do CCOMSEx, as atividades desenvolvidas pelos Pelotões Especiais de Fronteira.

(5) Realizar, em coordenação com o CCOMSEx, os preparativos necessários para a condução da Viagem de Formadores de Opinião, prevista para maio.

(6) Realizar a cobertura jornalística e cinefotográfica, com apoio do CCOMSEx, do Seminário Internacional de Operações na Selva e da Competição Internacional de Patrulha.

(7) Ficar em condições de apoiar uma VOT, a ser conduzida pelo CCOMSEx, prevista para o mês de abril.

m) CMNE

(1) Viabilizar uma reunião, no mínimo, com os militares da reserva, contando com a presença do Cmt Ex, em coordenação com o Gab Cmt Ex.

(2) Realizar ampla divulgação, com o apoio do CCOMSEx, de todas as atividades relacionadas à Operação Pipa.

(3) Remeter ao CCOMSEx matérias para divulgação no portal e nas mídias sociais do EB, para confecção de artigos para a Revista Verde-Oliva, e para produção de material de divulgação institucional dos seguintes eventos: Simpósio de Comunicação Social do CMNE; Estágio de Comunicação para os Tiros de Guerra; e Comemoração da Festa Nacional da Infantaria, conforme a Portaria Cmt Ex nº 1.783, de 8 de dezembro de 2015 (Diretriz para as Comemorações do Sesquicentenário do Conflito da Tríplice Aliança 1864-1870, no âmbito do Exército Brasileiro - EB10-D-09.004).

(4) Realizar, em coordenação com o CCOMSEx, os preparativos necessários para a condução da Viagem de Formadores de Opinião, prevista para outubro.

n) CMN

(1) Viabilizar uma reunião, no mínimo, com os militares da reserva, contando com a presença do Cmt Ex, em coordenação com o Gab Cmt Ex.

(2) Realizar a divulgação das atividades relevantes, como as operações de defesa da faixa de fronteira, as operações de prevenção e repressão a crimes transfronteiriços (Operação Ágata) e operações interagências, evidenciando a vertente do "Braço Forte".

(3) Divulgar, com o apoio do CCOMSEx, as atividades desenvolvidas pelos Pelotões Especiais de Fronteira.

o) CMP

(1) Viabilizar uma reunião, no mínimo, com os militares da reserva, contando com a presença do Cmt Ex, no mês de novembro.

(2) Ficar em condições de apoiar uma VOT, a ser conduzida pelo CCOMSEx, prevista para o mês de maio.

6) Ações Complementares

a) Estreitar os laços com a imprensa local.

b) Orientar as OM integrantes dos respectivos C Mil A, para que confeccionem um Plano de Comunicação Social próprio.

c) Promover Simpósios Regionais com a participação de órgãos da mídia, estudantes universitários e outros segmentos de interesse.

d) Estimular a realização de Estágios de Correspondentes de Assuntos Militares (ECAM). Seguir as mesmas atividades propostas, constantes das ordens ao CCOMSEx.

6. PRESCRIÇÕES DIVERSAS

a. Recursos e patrocínios

1) Os recursos destinados às atividades de Com Soc serão descentralizados, com finalidade exclusivamente voltada para a divulgação institucional.

2) A execução orçamentária e financeira das ações de divulgação institucional podem ser empreendidas por recursos provenientes de patrocínios, pela descentralização de nota de crédito (NC) destinada para essa finalidade específica, bem como pelo emprego de recursos captados pela própria OM, desde que devidamente justificados.

3) O CCOMSEx informa aos integrantes do SISCOMSEx que as solicitações de patrocínio para produtos de divulgação institucional devem ser remetidas aos escritórios locais da Fundação Habitacional do Exército/Poupança do Exército (FHE/POUPEX).

b. Comunicação com o CCOMSEx

1) A RESISCOMSEx funcionará como o canal técnico do SISCOMSEx.

2) As medidas de controle das atividades de Com Soc são de caráter permissivo e não necessitam ser confirmadas permanentemente, a fim de não dificultarem as ações dos demais escalões.

3) As consultas devem seguir o canal de comando. Caso seja feita uma consulta ao CCOMSEx (que representa o Comandante do Exército), é importante que o Comandante Militar de Área ou o chefe do ODS/ODG já tenha emitido o seu parecer sobre o tema, a fim de facilitar a avaliação do Comandante do Exército.

4) Lista de Contatos dos Chefes de Divisão do CCOMSEx:

Função	**Temas que podem ser tratados pelo canal técnico.**	**Contatos extra-RESISCOMSEx (RITEx 860)**
Subchefe	Trata de pedidos de apoio técnico, campanhas extraordinárias, de pessoal e de material.	subchefe@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-4103
Chefe da Divisão de Planejamento e Gestão	Trata de pedidos de cooperação de instrução, cursos e estágios, andamento de campanhas, atividades de *marketing*, dúvidas sobre a prestação de apoios a outros órgãos etc.	planejamento@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-4113 61 3415-4298
Chefe da Divisão de Relações com a Mídia	Todos os assuntos relacionados a pedidos da imprensa em geral.	imprensa@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-5303
Chefe da Divisão de Produção e Divulgação	Todos os assuntos relacionados à produção de artes e vídeos para as campanhas.	redacao@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-5163
Chefe da Divisão Administrativa	Andamento da remessa de material institucional para as campanhas e temas sobre as movimentações de pessoal para o Centro.	61 3415-4105 61 3415-5223
Chefe da Divisão de Relações Públicas	Atividades de relações públicas.	faleconosco@ccomsex.eb.mil.br 61 3415-4114

c. Legislação de Comunicação Social

1) Portarias do Ministro do Exército:

a) nº 367/1996 - Comissão de História do Exército.

b) nº 540, de 23 JUN 1983 - Insígnia de Comando para o Centro de Comunicação Social do Exército.

c) nº 569, de 2 SET 1996 - Plano de Atividades Culturais do Exército.

d) nº 867, de 21 NOV 1991 - Diretriz sobre o Procedimento em Relação à Sociedade de Amigos da Organização Militar.

2) Portarias do Comandante do Exército:

a) nº 095, de 24 FEV 05 - Normas para Reprodução do Símbolo do Exército.

b) nº 101, de 18 MAR 03 - Normas para a Organização e o Funcionamento do Sistema de Comunicação Social do Exército (SISCOMSEx).

c) nº 110, de 18 FEV 14 - Regulamento do Centro de Comunicação Social do Exército (EB10-R-11.001).

d) nº 172, de 10 MAR 14 - Regimento Interno do Centro de Comunicação Social do Exército (EB10-RI-11.001).

e) nº 280, de 30 ABR 08 - Normas para Concessão de Diploma de Colaborador Emérito do Exército.

f) nº 1.317, de 3 JUL 00 - Normas para Funcionamento da Rede do Sistema de Comunicação Social do Exército (RESISCOMSEx).

g) nº 402, de 16 AGO 01 - Normas para a Publicação de Revistas Militares.

h) nº 522, de 15 OUT 01 - Vade-Mécum de Cerimonial Militar do Exército - Prática de Cerimonial e Protocolo.

i) nº 528, de 15 OUT 01 - Diretrizes Gerais para o Relacionamento do CCOMSEx com a Fundação Cultural do Exército.

j) nº 615, de 29 OUT 02 - Diretriz Estratégica do Sistema Cultural do Exército.

k) nº 764, de 24 DEZ 02 - Diretriz Estratégica de Comunicação Social do Exército.

l) nº 838, de 11 NOV 05 - Plano Básico de Comunicação Social 2007/2010 (SIPLEx-6).

m) nº 885, de 4 NOV 08 - Manual de Uso da Marca Exército Brasileiro.

n) Portaria nº 445, de 19 de maio de 2015 - Instruções Gerais para Utilização da Rede Mundial de Computadores pelo Exército Brasileiro (EB10 - IG - 01.010).

3) Decretos:

a) nº 85.836, de 24 MAR 1981 - Criação do CCOMSEx.

b) nº 6.555, de 8 SET 08 - Dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências.

4) Leis:

a) nº 8.313, de 23 DEZ 1991 - Programa Nacional de Apoio à Cultura (Lei Rouanet).

b) nº 9.610, de 19 FEV 1998 - Lei de Direitos Autorais.

5) Diretriz do Ministério da Defesa:

- Diretriz de Comunicação Social, de 10 OUT 03.

6) Portaria Normativa:

- nº 1.359, de 12 DEZ 05 − Política de Comunicação Social de Defesa do Ministério da Defesa.

7) Instrução Normativa:

- nº 2, de 16 DEZ 09 - Disciplina as ações de publicidade dos órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal e dá outras providências.

8) Portarias do Estado-Maior do Exército:

a) nº 026, de 22 ABR 09 - Manual de Comunicação Social (C 45-1).

b) nº 068, de 20 NOV 1985 - Manual de Campanha Ação Comunitária (C45-3) - 1ª edição -1985.

c) nº 083, de 24 JUN 10 - Altera as condições de funcionamento do Estágio de Comunicação Social para Oficiais do QEMA.

9) Publicações:

a) Caderno de Comunicação Social - Falando com a Imprensa (1ª edição), de 2013.

b) Caderno de Comunicação Social - Atendendo ao Público (1ª edição), de 2013.

10) Coletânea:

Coletânea de Vade-Mécum de Cerimonial do Exército - SGEx - disponível em: http:www.sgex.eb.mil.br/vade_mecum/vademecum.htm

ANEXO A - (CALENDÁRIO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL 2017) AO PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO PARA O ANO DE 2017

Data	Evento	Local	Agência Responsável	Agências Cooperantes
JAN	Entrada dos Alunos do CFS pelo Portão das Armas.	**Três Corações**	DECEx	CCOMSEx
30 JAN	1ª Reunião do Alto Comando do Exército.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
1º FEV	Café e almoço de Parlamentares com o Cmt Ex.	**Brasília**	CCOMSEx	Gab Cmt Ex
	Reunião de Assessores Parlamentares dos C Mil A.	**Brasília**	CCOMSEx	SGEx
5 FEV	Substituição da Bandeira Nacional na Praça dos Três Poderes.	**Brasília**	CMP	CCOMSEx
8 FEV	Alusivo ao Dia do Magistério do Exército.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx DECEx
11 FEV	Cerimônia de Ingresso dos novos cadetes na AMAN.	**Resende**	AMAN	CCOMSEx DECEx
13 FEV	Alusivo ao Dia do Serviço de Assistência Religiosa.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx DGP
16 FEV	Aniversário da SGEx.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx SGEx
20 FEV	2ª Reunião do Alto Comando do Exército.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
26 FEV	Medalha Mérito Desportivo Militar.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
MAR	Estágio do COTER para capacitação dos Oficiais de Doutrina e Lições Aprendidas (ODLA).	**Brasília**	COTER	CCOMSEx
2 MAR	Aniversário do CIE.	**Brasília**	CIE	CCOMSEx CIE
3 MAR	Aniversário do CCIEx.	**Brasília**	CCIEx	CCOMSEx CCIEx
13 a 17 MAR	Estágio de Adaptação ao CCOMSEX.	**Brasília**	CCOMSEx	-
21 a 23 MAR	Simpósio de Comunicação Social da 3ª DE.	**Santa Maria**	3ª DE	CMS

Data	Evento	Local	Agência Responsável	Agências Cooperantes
24 MAR	Aniversário do CCOMSEx	**Brasília**	CCOMSEx	-
25 MAR	Solenidade - Medalha Bartolomeu de Gusmão (FAB).	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
27 MAR	Aniversário do DEC e do COLOG	**Brasília**	DEC COLOG	CCOMSEx DEC COLOG
27 a 31 MAR	Simpósio de Comunicação Social.	**Brasília**	CCOMSEx	-
31 MAR	Entrega de Insígnias para Oficial-General.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
2 a 7 ABR	IX Encontro do Sistema Cultural do Exército.	**Rio de Janeiro**	DECEx	CCOMSEx CML
3 a 7 ABR	Visita a Órgãos de Mídia de São Paulo.	**São Paulo**	CMSE	-
4 a 7 ABR	LAAD	**Rio de Janeiro**	CCOMSEx	CML
6 ABR	Entrega de Espadas - Imposição da OMM - Bastão de Comando para Oficial-General.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
10 ABR	Alusivo ao Dia da Arma de Engenharia.	**Todo o País**	DEC	CCOMSEx DECEx
	Festa Nacional da Arma de Engenharia.	**Brasília**	DEC	CCOMSEx
12 ABR	Alusivo ao Dia do Serviço de Intendência.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx DECEx
12 a 21 ABR	Semana do Exército.	**Todo o País**	CCOMSEx	C Mil A SGEx
19 ABR	Dia do Exército - Medalha da Ordem do Mérito Militar.	**Brasília** **Cidades Sedes dos C Mil A**	SGEx	C Mil A CCOMSEx
22 ABR	Alusivo ao Dia da Aviação de Caça.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx
24 a 28 ABR	Visita de Orientação Técnica ao CMA.	**Manaus**	CCOMSEx	CMA
24 ABR a 5 MAIO	Exercício Avançado de Operações de Paz (BRABAT).	**A definir**	BRABAT	CCOMSEx

Data	Evento	Local	Agência Responsável	Agências Cooperantes
25 ABR	Aniversário do CMP.	**Brasília**	CMP	CCOMSEx CMP
MAIO	Concurso de Admissão CFS.	**Todo o País**	Todas as Agências das OM sede de Exame	CCOMSEx DECEx
	Estágio Internacional de Defesa Cibernética para Oficiais de Nações Amigas.	**Brasília**	CIGE	CCOMSEx
2 a 6 MAIO	Semana das Comunicações.	**Todo o País**	CCOMGEx	CCOMSEx
5 MAIO	Alusivo ao Dia da Arma de Comunicações	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx DECEx
5 a 12 MAIO	Exercício Avançado de Operações de Paz (BRAENGCOY).	**A definir**	BRAENGCOY	CCOMSEx
7 MAIO	Substituição da Bandeira Nacional na Praça dos Três Poderes.	**Brasília**	CMP	CCOMSEx
8 MAIO	3ª Reunião do Alto Comando do Exército.	**Brasília**	CCOMSEx	SGEx
	Alusivo ao Dia da Vitória.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx
	Medalha da Vitória.	**Brasília**	MD/SGEx	CCOMSEx
9 a 12 MAIO	Estágio de Capacitação de Fotógrafos das OM da Gu Brasília.	**Brasília**	CCOMSEx	-
10 MAIO	Alusivo ao Dia da Arma de Cavalaria.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx DECEx
	Operação Ágata.	**Estados Fronteiriços**	CMA CMO CMS	CCOMSEx
13 MAIO	Comemoração Nacional da Cavalaria.	**Porto Alegre**	CMS	CCOMSEx
15 a 17 MAIO	1º Ciclo de Estudos Estratégicos.	**Brasília**	EME	CCOMSEx
15 a 19 MAIO	1ª Viagem de Formadores de Opinião (VFO).	**Manaus**	CCOMSEx	CMA
19 MAIO	Formatura do Curso de Aperfeiçoamento de Sargentos das Armas - 1º turno.	**Cruz Alta (RS)**	EASA	CMS
21 MAIO	Alusivo à Tomada de Monte Castelo.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx
	Formatura de Monte Castelo no MNMSGM.	**Rio de Janeiro**	CML	CCOMSEx

Data	Evento	Local	Agência Responsável	Agências Cooperantes
22 a 26 MAIO	Visita de Orientação Técnica ao CMP	**Brasília**	CCOMSEx	CMP
24 MAIO	Alusivo ao Dia da Arma de Infantaria.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx DECEx
	Comemoração Nacional da Infantaria.	**Fortaleza**	10ª RM	CCOMSEx CMNE
27 MAIO	Alusivo ao Dia do Serviço de Saúde.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx DECEx
29 MAIO	Alusivo ao Dia Internacional dos *Peacekeepers.*	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx CMP
30 MAIO	Dia Internacional dos *Peacekeepers.*	**Brasília**	CCOMSEx	CCOMSEx CMP
31 MAIO	Formatura de Aniversário do Serviço Geográfico.	**Brasília**	DCT	CCOMSEx
1º JUN	Aniversário do DCT.	**Brasília**	DCT	CCOMSEx DCT
4 JUN	Troca da Guarda do MNMSGM (EB e MB).	**Rio de Janeiro**	CML	CCOMSEx
5 a 16 JUN	Estágio de Comunicação Social para Oficiais do QEMA.	**Brasília**	CCOMSEx	-
12 a 16 JUN	Estágio de Correspondentes de Assuntos Militares (ECAM).	**Brasília**	CCOMSEx	-
10 JUN	Alusivo ao Dia da Arma de Artilharia.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx
	Comemoração Nacional da Artilharia.	**Porto Alegre**	SGEx	CCOMSEx
	Medalha da Ordem do Mérito da Defesa.	**Brasília**	CMS	CCOMSEx
11 JUN	Alusivo à Batalha Naval do Riachuelo.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx
	Festa Nacional da Artilharia.	**Santa Maria**	CMS	CCOMSEx
	Medalha da Ordem do Mérito Naval.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
19 a 23 JUN	Visita de Orientação Técnica ao CMSE.	**São Paulo**	CCOMSEx	CMSE
26 JUN	Aniversário do CMN.	**Belém**	CMN	CCOMSEx CMN
	4ª Reunião do Alto Comando do Exército.	**Brasília**	CCOMSEx	SGEx
26 a 29 JUN	Semana Internacional de Cadetes.	**Resende**	AMAN	CCOMSEx DECEx

Data	Evento	Local	Agência Responsável	Agências Cooperantes
1º Semestre	Viagem de Instrução do Pessoal do Gab Cmt Ex à ESA, ao CAvEx e à AMAN.	**Resende** **Taubaté** **Três Corações**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx DECEx
	Viagem do Pessoal do Gab Cmt Ex ao Polo de Defesa de Santa Maria.	**Santa Maria**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx CMS
	Viagem de Ciência e Tecnologia do Pessoal de Gab Cmt Ex	**Rio de Janeiro** **Juiz de Fora** **Itajubá**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx DCT
	VIII Simpósio de Integração Jurídica.	**Brasília**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
JUL	Visitas de Integração Jurídica aos Comandos Militares de Área.	**Todos os C Mil A**	Gab Cmt Ex	C Mil A CCOMSEx
	Visitas Institucionais ao Poder Judiciário e às Funções Essenciais da Justiça.	**Brasília**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
18 JUL	Páscoa dos Militares no CMNE.	**Recife**	CMNE	-
20 JUL	Medalha do Mérito Santos Dumont.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
24 JUL	Aniversário do DECEx.	**Rio de Janeiro**	DECEx	CCOMSEx DECEx
	Aniversário do CML.	**Rio de Janeiro**	CML	CCOMSEx CML
	Aniversário do CMSE.	**São Paulo**	CMSE	CCOMSEx CMSE
	Aniversário do CMNE.	**Recife**	CMNE	CCOMSEx CMNE
25 a 28 JUL	Exercício Final de Adestramento do Curso de Observação Aérea.	**Rio de Janeiro**	CML	CCOMSEx
31 JUL	Entrega de Insígnias para Oficial-General.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
AGO	Semana do Quadro de Engenheiros Militares.	**Brasília**	DCT	CCOMSEx
	Comemoração dos 180 anos de nascimento do Brigadeiro Tibúrcio	**Fortaleza**	10ª RM	CMNE
3 AGO	Alusivo ao Dia do Quadro de Engenheiros Militares.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx DCT
	Entrega de Espadas -Imposição da OMM - Bastão de Comando para Oficial-General.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx

Data	Evento	Local	Agência Responsável	Agências Cooperantes
5 e 6 AGO	Temporada Hípica da 3ª DE.	**Santa Maria**	3ª DE	CMS
6 AGO	Substituição da Bandeira Nacional na Praça dos Três Poderes.	**Brasília**	CMP	CCOMSEx
	Troca da Guarda do MNMSGM (FAB e EB).	**Rio de Janeiro**	CML	CCOMSEx
14 a 25 AGO	Competição Internacional de Patrulha em Área de Selva.	**Manaus**	CMA	CCOMSEx
19 AGO	Solenidade de Entrega dos Espadins.	**Resende**	AMAN	CCOMSEx DECEx
22 a 23 AGO	XII Simpósio de Direito Militar da 3ª Divisão de Exército.	**Santa Maria**	3ª DE	CMS
25 AGO	Dia do Soldado.	**Todo o País**	CCOMSEx	C Mil A
	Medalha do Pacificador.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
	Formatura do Curso de Aperfeiçoamento de Sargentos das Armas - 2º Turno.	**Cruz Alta - RS**	EASA	CMS
28 AGO	Corrida Duque de Caxias.	**Brasília**	CMP	CCOMSEx
1º SET	Aniversário do CMS.	**Porto Alegre**	CMS	CCOMSEx CMS
2 a 10 SET	EXPOINTER	**Porto Alegre**	CMS	CCOMSEx
4 a 6 SET	2º Ciclo de Estudos Estratégicos.	**Brasília**	EME	CCOMSEx
7 SET	Alusivo à Independência do Brasil.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx
11 SET	5ª Reunião do Alto Comando do Exército.	**Brasília**	CCOMSEx	SGEx
17 SET	MAREXAER	**A definir**	DECEx	CCOMSEx
25 a 29 SET	Visita de Orientação Técnica ao CMS.	**Porto Alegre**	CCOMSEx	CMS
25 SET a 6 OUT	Estágio de Auxiliar de Comunicação Social.	**Brasília**	CCOMSEx	-
26 a 28 SET	Simpósio Jurídico do CMA.	**Manaus**	CMA	CCOMSEx
26 a 28 SET	Seminário Internacional de Defesa - 3ª Divisão de Exército.	**Santa Maria**	3ª DE	CMS

Data	Evento	Local	Agência Responsável	Agências Cooperantes
26 SET a 3 NOV	Exercício AZUVER.	**Rio de Janeiro**	DECEx	CCOMSEx
OUT	7º Encontro de Bandas Musicais.	**Rio de Janeiro**	DECEx	CCOMSEx
	Semana Nacional de Ciência e Tecnologia (SNCT).	**Brasília**	DCT	CCOMSEx
1º OUT	Troca da Guarda do MNMSGM (MB e FAB).	**Rio de Janeiro**	CML	CCOMSEx
2 a 6 OUT	Estágio de Correspondente de Assuntos Militares (ECAM).	**Brasília**	CCOMSEx	-
2 OUT	Alusivo ao Dia do Quadro Complementar de Oficiais.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx
5 e 6 OUT	Semana Nacional do QCO.	**Salvador**	6ª RM	CMNE
13 OUT	Operação Amazônia.	**Manaus**	CMA	CCOMSEx
15 OUT	Aniversário do CMO.	**Campo Grande**	CMO	CCOMSEx CMO
16 a 20 OUT	2ª Viagem de Formadores de Opinião (VFO).	**Recife** **João Pessoa**	CCOMSEx	CMNE
16 a 27 OUT	Exercício Avançado de Operações de Paz (BRABAT).	**A definir**	BRABAT	CCOMSEx
21 OUT	Alusivo ao Dia do Aviador.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx
	Aniversário do Centro de Imagens e Informações Geográficas do Exército (CIGEx).	**Brasília**	DCT	CCOMSEx
	Medalha da Ordem do Mérito Aeronáutico.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
23 OUT	6ª Reunião do Alto Comando do Exército.	**Brasília**	CCOMSEx	SGEx
23 a 27 OUT	ECAM - CMSE.	**São Paulo**	CMSE	-
24 OUT	Aniversário do EME.	**Brasília**	EME	CCOMSEx EME
27 OUT	Aniversário do DGP e do Gabinete do Comandante do Exército.	**Brasília**	DGP Gab Cmt Ex	CCOMSEx DGP Gab Cmt Ex
	Aniversário do CMA	**Manaus**	CMA	CCOMSEx CMA
30 OUT	Alusivo ao Dia do Quadro de Material Bélico.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx
30 OUT a 3 NOV	Exercício Avançado de Operações de Paz (BRAENGCOY).	**A definir**	BRAENGCOY	CCOMSEx

Data	Evento	Local	Agência Responsável	Agências Cooperantes
NOV	Diplomação dos Cursos da ECEME.	**Rio de Janeiro**	DECEx	C Mil A CCOMSEx
	Diplomação do CFS.	**Três Corações**	DECEx	C Mil A CCOMSEx
	Diplomação dos Cursos da Escola de Saúde.	**Rio de Janeiro**	DECEx	C Mil A CCOMSEx
1º NOV	AZUVER	**Rio de Janeiro**	DECEx	CCOMSEx CML
4 NOV	Alusivo ao Dia do Quadro do Oficial da Reserva - R2.	**Todo o País**	DGP	CCOMSEx DGP
5 NOV	Escola de Fogo de Instrução da EsACosAAe.	**Rio de Janeiro**	DECEx	CML
6 NOV	Aniversário do COTER.	**Brasília**	COTER	CCOMSEx COTER
6 a 10 NOV	Seminário Internacional de Operações na Selva.	**Manaus**	CMA	CCOMSEx
6 a 19 NOV	Manobra Escolar da AMAN.	**Resende**	AMAN	CCOMSEx
7 NOV	Aniversário do Cmt Ex.	**Brasilia**	SGEx	CCOMSEx
14 NOV	Medalha da Ordem do Mérito da Defesa.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
19 NOV	Dia da Bandeira.	**Todo o País**	SGEx C Mil A	CCOMSEx
20 a 24 NOV	Festival de Fotografias	**Brasília**	CCOMSEx	-
22 NOV	Formatura de Conclusão do Curso de Comando e Estado-Maior.	**Rio de Janeiro**	ECEME	DECEx
24 NOV	Alusivo ao Dia do Quadro Auxiliar de Oficiais.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx DGP
25 NOV	Entrega de Insígnias para Oficial-General.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx
27 NOV	Intentona Comunista	**Rio de Janeiro**	CML	CCOMSEx
30 NOV	Formatura do Curso de Aperfeiçoamento de Sargentos das Armas - 3º Turno.	**Cruz Alta-RS**	EASA	CMS
7 DEZ	Solenidade de Diplomação CAO	**Rio de Janeiro**	EsAO	CML
	Entrega de Espadas - Imposição da OMM - Bastão de Comando para Oficial-General.	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx SGEx
13 DEZ	Alusivo ao Dia do Marinheiro.	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx
	Medalha do Mérito Tamandaré	**Brasília**	SGEx	CCOMSEx

Data	Evento	Local	Agência Responsável	Agências Cooperantes
16 DEZ	Alusivo ao Dia do Reservista	**Todo o País**	DECEx	CCOMSEx
22 DEZ	Aniversário da SEF.	**Brasília**	SEF	CCOMSEx SEF
2º Semestre	Viagem do Gab Cmt Ex à Amazônia	**Manaus**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
	Viagem do Gab Cmt Ex ao Polo de Defesa de Santa Maria	**Santa Maria**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
	Visita do Gab Cmt Ex ao SISFRON.	**Cascavel Dourados Ponta Porã**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
A Definir	Visita de Integração Jurídica do Gab Cmt Ex aos C Mil A.	**Cidades Sede C Mil A**	Gab Cmt Ex	C Mil A
	Visita do Gab Cmt Ex à LAAD	**Rio de Janeiro**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
	Visitas Institucionais do Pessoal de Gab Cmt Ex ao Poder Judiciário e às Funções Essenciais à Justiça	**Brasília**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
	Viagem de C&T do Gab Cmt Ex	**A definir**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
	Viagem de entrega de espadas (AMAN)	**Resende**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
	Visita ao Sistema ASTROS (Forte de Santa Bárbara)	**Formosa**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
	Visita ao BRABAT	**Haiti**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
	Visita ao CDCiber	**Brasília**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
	Visita ao CCOMGEx	**Brasília**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
	Reunião de Assessores Parlamentares dos C Mil A.	**Brasília**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
	Café e Almoço de Parlamentares com Cmt Ex.	**Brasília**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx
	Entrega de Condecorações (Pacificador e OMM) a Parlamentares	**Brasília**	Gab Cmt Ex	CCOMSEx SGEx

ANEXO B - (RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO ANO DE 2017) AO PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO PARA O ANO DE 2017

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO ANO DE 2017

1. ATIVIDADE_____(NOME DA ATIVIDADE)

a. Período da realização
b. Objetivos
c. Público
d. Recursos empregados por Natureza da Despesa (ND)
e. Pessoal empregado
f. Material e equipamento empregados
g. Resultados
h. Observações

2. ATIVIDADE_____(NOME DA ATIVIDADE)

a. Período da realização
b. Objetivos
c. Público
d. Recursos empregados por Natureza da Despesa (ND)
e. Pessoal empregado
f. Material e equipamento empregados
g. Resultados
h. Observações

_____
Assinatura e identificação do responsável pela informação

OBSERVAÇÕES - SUGESTÕES PARA PREENCHIMENTO

- Preencher sucintamente, uma atividade por linha, sintetizando os aspectos solicitados.

- O modelo pode ser adaptado de acordo com as necessidades de cada C Mil A.

- No item ATIVIDADE, informar também a data/período de realização. As atividades devem ser ordenadas cronologicamente.

- No item referente a RECURSOS EMPREGADOS POR ND, se for o caso, citar também o emprego de recursos extraorçamentários.

- A título de MATERIAL E EQUIPAMENTOS EMPREGADOS, devem ser listados os materiais relevantes empregados (permanente e de consumo) e suas quantidades. Solicita-se também citar e anexar eventuais produtos de comunicação social produzidos e empregados na atividade. Caso tenha sido empregado algum produto do CCOMSEx, basta citar e informar a quantidade utilizada.

- Os RESULTADOS devem explicitar quais objetivos foram alcançados e impressões efetivamente colhidas do público.

- A título de OBSERVAÇÕES, recomenda-se incluir quaisquer outros aspectos julgados úteis, como sugestões, boas práticas, lições aprendidas, divulgação da atividade pela mídia, eventual mídia espontânea, receptividade aos produtos de comunicação empregados etc.

ANEXO C - (MODELO DE CONTRATO DE CESSÃO DE DIREITO DE USO DE IMAGEM) ao PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO PARA O ANO DE 2017

CONTRATO DE CESSÃO DE DIREITO DE USO DE IMAGEM

Protegido pela Lei nº 9.610, de 19/02/1998 - Lei de Direitos Autorais

CONTRATO DE LICENÇA DE USO DE IMAGEM

IDENTIFICAÇÃO DAS PARTES CONTRATANTES

LICENCIADO: (nome da Empresa), com sede em (xxx), na Rua (xxx), nº (xxx), bairro (xxx), CEP nº (xxx), no Estado (xxx), inscrito no CNPJ sob o nº (xxx), e no Cadastro Estadual sob o nº (xxx), neste ato representado pelo seu diretor (xxx), (Nacionalidade), (Estado Civil), (Profissão), Carteira de Identidade nº (xxx) e CPF nº (xxx), residente e domiciliado na Rua (xxx), nº (xxx), bairro (xxx), CEP nº (xxx), Cidade (xxx), no Estado (xxx).

LICENCIANTE: (Nome do Contratado), (Nacionalidade), (Estado Civil), (Profissão), Carteira de Identidade nº (xxx), CPF nº (xxx), residente e domiciliado na Rua (xxx), nº (xxx), bairro (xxx), CEP (xxx), Cidade (xxx), no Estado (xxx).

As partes acima identificadas têm, entre si, justo e acertado, o presente Contrato de Licença de Uso de Imagem, que se regerá pelas cláusulas seguintes e pelas condições descritas no presente documento.

DO OBJETO DO CONTRATO

Cláusula 1ª. O presente CONTRATO tem como objeto a autorização, mediante licença, do uso de imagem do LICENCIANTE.

Parágrafo primeiro. O LICENCIANTE declara ser o único detentor de todos os direitos patrimoniais e morais referentes à imagem, cuja licença de uso é objeto do presente CONTRATO.

Parágrafo segundo. A licença concedida neste CONTRATO abrange somente o uso especificado nas cláusulas seguintes.

Cláusula 2ª. As imagens licenciadas neste CONTRATO consistem em (especificar o conteúdo e a forma das imagens).

DAS OBRIGAÇÕES DO LICENCIADO

Cláusula 3ª. O LICENCIADO se compromete a utilizar a imagem do LICENCIANTE somente para os seguintes fins específicos (detalhar qual a finalidade do uso da imagem).

Cláusula 4ª. As imagens serão veiculadas pelo LICENCIADO somente nos seguintes tipos de mídia: (definir os tipos: impressa, televisionada, virtual ou outra).

Parágrafo único. As imagens serão exibidas, pelo LICENCIADO, somente através desses canais: (especificar as emissoras, *sites* ou qualquer outra empresa que veiculará as imagens).

Cláusula 5ª. A presente licença autoriza o LICENCIADO a exibir as imagens somente na dada área geográfica (explicitar em quais estados, regiões ou países poderão ser veiculadas as imagens).

Cláusula 6ª. O LICENCIADO poderá utilizar as imagens somente pelo prazo de (xxx), contados a partir da data do pagamento, determinada na cláusula 9ª deste contrato.

Cláusula 7ª. O LICENCIADO tem somente o direito do uso das imagens do LICENCIANTE para exibição nos moldes explicitados neste CONTRATO, não possuindo o direito de ceder ou vendê-las a terceiros.

Parágrafo único. O LICENCIADO não se responsabiliza pelo uso indevido das imagens, cuja licença é objeto do presente instrumento, captadas por terceiros em exibições e/ou reproduções ocorridas de acordo com as especificações estabelecidas neste CONTRATO.

DAS OBRIGAÇÕES DO LICENCIANTE

Cláusula 8ª. O LICENCIANTE se compromete a ceder sua imagem para utilização nos moldes deste contrato.

DA EXCLUSIVIDADE

Cláusula 9ª. A imagem cedida pelo LICENCIANTE será de utilização exclusiva do LICENCIADO, a quem competirá o direito de tomar as medidas judiciais e/ou extrajudiciais cabíveis para impedir a utilização da imagem por terceiros.

Parágrafo único. O tempo da cessão com exclusividade será de (definir a duração da exclusividade: se será igual ao prazo de vigência do contrato ou se será por um período inferior).

DO PAGAMENTO

Cláusula 10. O LICENCIADO pagará ao LICENCIANTE, a título de contraprestação pela licença de uso da imagem desse, o valor de R$ (xxx) (valor expresso), que deverá ser pago integralmente, em parcela única, na data de (xxx).

Parágrafo único. O valor estipulado no *caput* da presente cláusula deverá ser depositado na conta do LICENCIANTE, nº (xxx), agência (xxx), no banco (xxx).

Cláusula 11. Em caso de não pagamento do valor da licença na data estipulada na cláusula anterior, o LICENCIANTE terá o prazo de (xxx) dias para efetuar o pagamento, com um acréscimo de (xxx)%, por dia de atraso, calculado sobre o valor devido.

Parágrafo primeiro. Após o prazo determinado no *caput* desta cláusula, não havendo o pagamento referente à licença, o presente CONTRATO será automaticamente rescindido.

DO PRAZO

Cláusula 12. O presente CONTRATO vigerá pelo prazo estipulado na cláusula 6ª.

DA RESCISÃO

Cláusula 13. O contrato poderá ser rescindido por qualquer uma das partes, não necessitando de prévia comunicação.

Parágrafo primeiro. A rescisão do presente contrato, independentemente de sua motivação, implicará a obrigação, imposta à parte que der causa à rescisão, do pagamento de multa de (xxx)% do valor da licença concedida na cláusula 9ª deste instrumento, sem prejuízo do ressarcimento por perdas e danos.

Parágrafo segundo. O desrespeito a qualquer cláusula deste contrato implicará em sua automática rescisão, restando à parte infringente o pagamento da multa estipulada no parágrafo anterior.

DO FORO

Cláusula 14. Para dirimir quaisquer controvérsias oriundas do CONTRATO, será competente o foro da comarca de (xxx).

Por estarem assim justos e contratados, firmam o presente instrumento, em duas vias de igual teor, juntamente com duas testemunhas.

(local, data e ano)

_____
(nome e assinatura do LICENCIANTE)

_____
(nome e assinatura do LICENCIADO)

_____
(nome, assinatura e RG da testemunha 1)

_____
(nome, assinatura e RG da testemunha 2)

ANEXO D - (FORMULÁRIO PARA SOLICITAÇÃO DE APOIO A PROJETOS - PÚBLICO GERAL) ao PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO PARA O ANO DE 2017

FORMULÁRIO PARA SOLICITAÇÃO DE APOIO A PROJETOS

(Público geral)

1. NOME DO PROJETO
- Nome/Título do projeto

2. SOLICITANTE
- Nome da pessoa física ou jurídica solicitante;
- Nome do responsável pelo projeto;
- Endereço, telefone(s) e *e-mail(s)* para contato; e
- CNPJ/CPF.

3. DESCRIÇÃO DO PROJETO
- Descrever detalhadamente o projeto, contendo histórico do solicitante e citando projetos anteriores.
- Anexar a este formulário: roteiros, fotografias, filmetes, *layouts*, gráficos ou outros documentos pertinentes.

4. LOCAL E PERÍODO DE REALIZAÇÃO
- Localização e período previstos para a realização do projeto.

5. APOIO SOLICITADO
- Descrição detalhada e clara do apoio pretendido.

6. CONTRAPARTIDA
- Descrição objetiva da contrapartida oferecida ao EB.
- Exemplos: mídia espontânea, divulgação da marca "Exército Brasileiro", cessão de imagens para uso irrestrito, cessão parcial da tiragem do material produzido, patrocínio de campanhas publicitárias institucionais, dentre outros.

7. LISTA DE ANEXOS
- Caso considerado necessário, anexar documentos ou material que facilitem a análise da solicitação.

_____

Assinatura e identificação do responsável pelo projeto

ANEXO E - (FORMULÁRIO PARA SOLICITAÇÃO DE APOIO A PROJETOS - PÚBLICO INTERNO) AO PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO PARA O ANO DE 2017

FORMULÁRIO PARA SOLICITAÇÃO DE APOIO A PROJETOS

(Público Interno)

FORMULÁRIO PARA SOLICITAÇÃO DE APOIO DO CCOMSEx

OM SOLICITANTE:

PONTO DE CONTATO

NOME:

TELEFONE FUNCIONAL: CELULAR:

E-MAIL:

DESCRIÇÃO DO APOIO SOLICITADO

APOIO SOLICITADO:

❑ VÍDEO	❑ CARTAZ (ARTE)	❑ PAINEL (ARTE)	❑ FOLDER (ARTE)
❑ FOTOGRAFIA	❑ BANNER (ARTE)	❑ OUTDOOR (ARTE)	❑ RECRUTINHA
❑ SPOT RÁDIO	❑ FAIXA (ARTE)	❑ MATÉRIA JORNALÍSTICA	

DESCRIÇÃO DO PROJETO:

LOCAL:

PERÍODO DE REALIZAÇÃO (SUGESTÃO):

ORIGEM DOS RECURSOS A SEREM EMPREGADOS

APOIO A SER PRESTADO À EQUIPE DO CCOMSEx (SFC)

MATERIAL/PESSOAL JÁ DISPONÍVEL NO LOCAL QUE POSSA REFORÇAR A EQUIPE DO CCOMSEx (SFC) OU LINK PARA VIDEOS/ARTES JÁ UTILIZADAS

PARECER DO CCOMSEx

ANEXO F - (ORIENTAÇÕES TÉCNICAS PARA O ENVIO DE MATÉRIAS PARA A DIVULGAÇÃO NA INTERNET E NAS MÍDIAS SOCIAIS DO EXÉRCITO) ao PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO PARA O ANO DE 2017

ORIENTAÇÕES TÉCNICAS PARA O ENVIO DE MATÉRIAS PARA DIVULGAÇÃO NA INTERNET E NAS MÍDIAS SOCIAIS DO EXÉRCITO

1. ENVIO DE MATÉRIAS PARA A *INTERNET*

O CCOMSEx recebe matérias de todas as OM do Exército, sediadas no Brasil e no Exterior. As matérias enviadas são analisadas e publicadas nos veículos de divulgação da Força, que atendam a alguns critérios técnicos.

Grande parte das matérias é destinada ao "Exército Brasileiro em Revista", na página eletrônica do Exército na internet.

Para que a matéria seja publicada, é necessário que siga as seguintes características técnicas:

- os textos devem ser enviados até quatro dias úteis após o fato, para atender ao Princípio da Oportunidade;
- no texto da matéria, deverá ser colocado o máximo de informações possíveis;
- no título do texto, o nome da OM deve vir por extenso e usar o travessão (-) e não o hífen (-);
- não utilizar formatação;
- não usar abreviaturas;
- não escrever palavras ou frases em caixa alta (letra maiúscula);
- destacar o posto/graduação e o nome de guerra dos militares citados na matéria;
- construir o texto utilizando as perguntas: O quê? Quando? Quem? Onde? Como? Para quê?;
- priorizar os fatos, evitando assuntos corriqueiros;
- não enviar matérias em PDF ou arquivos compactados;
- procurar agrupar assuntos semelhantes em uma única matéria. Exemplo: se a OM recebeu visitas de vários grupos na mesma semana;
- colocar o nome das personalidades civis e o cargo exercido;
- o maior número possível de fotos deverá ser enviado no formato JPEG, resolução de 300 dpi, no tamanho máximo de 10 x 15 cm;
- não enviar fotos no formato *bmp*;
- os dados anexos não deverão ultrapassar 2 Mb; caso ultrapassem, as fotos devem ser enviadas em duas ou mais mensagens;
- não colar fotos no corpo do texto e nem no formato de documento *Word* ou *PowerPoint*;
- colocar fotos ilustrativas e que despertem o interesse; Plano de Comunicação Social do Exército 2017;
- evitar fotos de visitantes sendo recebidos pela Guarda do Quartel, Guarda de Honra; palanque de formaturas; fotos com militares mal uniformizados e fotos de eventos sociais, como coquetéis; e
- as OM devem enviar suas matérias por *e-mail*, para o endereço eletrônico **redacao@ccomsex.eb.mil.br**, fazendo constar, no nome do arquivo, a denominação da OM e o assunto a que se refere a matéria. Exemplo: OM: Comando de Operações Especiais. Assunto: Preparação para os grandes eventos.

2. ENVIO DE MATÉRIAS ÀS MÍDIAS SOCIAIS DO EXÉRCITO

Nas mídias sociais do Exército são publicadas matérias extraídas do Portal do Exército (Noticiário do Exército e Exército Brasileiro em Revista) ou inseridas diretamente em cada uma das mídias.

A publicação será feita em função das características da matéria, do atendimento aos princípios da OPORTUNIDADE e da RELEVÂNCIA, do interesse para os públicos-alvo das mídias sociais e do INEDITISMO do conteúdo.

Para isso, é necessário enviar *e-mail* para **redacao@ccomsex.eb.mil.br** e atender às seguintes condições técnicas:

- o tema deve ser referente à atividade-fim, atividades subsidiárias ou às ações que as OM do Exército levem a termo;

- na descrição da atividade deve constar local, data, nome do fotógrafo, material empregado e outras observações interessantes;

- a captação das imagens deve privilegiar ângulos pouco usuais, atividades em movimento, momentos casuais, contraste de figura e fundo, cenas que permitam ativar a imaginação e os sentidos daquele que observa a foto;

- as fotos posadas devem ser evitadas, pois essas imagens não são convincentes;

- o fundo das imagens deve ser observado, para que uma boa figura não seja perdida pela periferia;

- as imagens enviadas devem estar no formato de arquivo JPEG, preferencialmente na definição com 300 dpi ou mais que 1Mb;

- as imagens podem ser coloridas ou em preto e branco; e

- enviar as no formato original (sem textos, símbolos ou montagens).

As fotos com boa qualidade poderão ser selecionadas para uso em peças publicitárias do Exército em campanhas.

ANEXO G - (MODELO PARA PROPOSTA DE PROJETO PARA DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL - PATROCÍNIO POUPEX) ao PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO EXÉRCITO PARA O ANO DE 2017

MODELO PARA PROPOSTA DE PROJETO PARA DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL

(Nome da Organização Militar)

PRIORIDADE	CUSTO (R$)	PROJETO	CARACTERÍSTICAS
(1,2,3,...)	(varia de acordo com a complexidade de criação e produção do projeto)	(título do projeto - Ex: "Fôlder Forte Coimbra")	• Objetivo (divulgar..., ampliar..., informar...). • Público-alvo (segmentos de públicos: visitantes, estudantes, autoridades civis e militares,...). • Periodicidade (mensal, trimestral, semestral, anual...). • Tiragem (nº de exemplares por período) • Formato (medidas, número de páginas, dobraduras, ...). • Distribuição (local, regional, nacional; organizações ...). • Confecção (prestador de serviço). • Conteúdo (descrição resumida do que se trata o produto, incluindo os assuntos, seções, temas...)

(Local e Data)
(Assinatura do Cmt OM)