

1^o ENCONTRO CONTINENTAL DE DIRETORES DE REVISTAS MARÍTIMAS

Por motivo de celebração do 115^o aniversário de fundação da *Revista de Marina*, da Armada do Chile, foi realizado em Valparaíso, entre os dias 28 e 30 de junho de 2000, o 1^o Encontro Continental de Diretores de Revistas Marítimas.

O comandante-em-chefe da Armada do Chile, Almirante Jorge Patricio Arancibia Reyes convidou para o evento delegações das Marinhas do continente americano que contam com publicações do ramo e que foram representadas por seus diretores e subdiretores, acompanhados por suas esposas.

O encontro teve por objetivo central concretizar, em torno do 115^o aniversário da revista chilena, uma oportunidade para o conhecimento pessoal dos oficiais – em serviço ativo ou na reserva – que têm a responsabilidade de dirigir ditos meios e, por sua vez, estudar possibilidades de formalizar a criação de uma

Associação Interamericana de Revistas Marítimas, como também programar atividades futuras, como marco da amizade e da crescente colaboração profissional que caracteriza as relações entre as Armadas do continente.

Foi selecionado como referência para o intercâmbio acadêmico de idéias e pensamentos o tema “Os meios de difusão do pensamento naval frentes aos cenários e desafios profissionais do novo século”, em torno do qual as delegações participantes tiveram a oportunidade de apresentar suas proposições.

O Chile se fez representar no encontro pelos seguintes integrantes da *Revista de Marina*: Capitán de Navio Alexander Tavra Checura, diretor da Academia de Guerra Naval e presidente do Conselho Consultivo da revista; Capitán de Navio Jaime Sepúlveda Cox, diretor da revista e coordenador geral do



Fotografia oficial do 1º Encontro Continental de Diretores de Revistas de Marinha (Revista de Marina)

encontro; Capitán de Navio Eduardo Cáceres Boutin, Capitães de Fragata Claudio González Maier, Patricio Storaker Molina, Enrique Larrañaga Martin e Cristian De La Maza Riquelme e Primeiro-Tenente Patricio Rivera López, todos vogais do Conselho Consultivo, sendo este último também oficial de Ligação; Capitán de Navio Sergio Brangier Pardo, coordenador executivo; e Capitán de Corbeta Humberto Senarega Puga, oficial de Ligação.

As delegações que participaram do encontro foram as seguintes: Argentina (Capitán de Navio César Hugo del Pozzi e Capitán de Fragata Carlos Ignacio Ruda), Brasil (Vice-Almirante (Ref^o) Luiz Edmundo Brígido Bittencourt e Capitão-de-Mar-e-Guerra (RRm) Milton Sergio Silva Correa), Canadá (Lieutenant-Commander Douglas S. Thomas), Chile (Capitán de Navio Jaime Sepúlveda Cox), Colômbia (Capitán de Navio Luis Francisco Chacón Peña), Equador (Capitán de Navio Homero Arellano Lascano), El Salvador (Capitán de Fragata Francisco Wladislaw Schishkin e Capitán de Corbeta Miguel Angel Mejía Linares), Estados Unidos (Lieutenant-Commander (R) Pelham G. Boyer), México (Capitán de Navio Salvador Gómez Meillon

e Capitán de Corbeta Adrián Hermilo Valle González), Peru (Contra-Almirante Rafael Vladimir Loayza Regalado e Capitán de Navio Jorge Alberto Nuñez Montoya), Uruguai (Capitães de Navio Gustavo E. Vanzini Pons e Italo M. Sorrenti) e Venezuela (Capitán de Navio Carlos Julio García Vásquez, Teniente de Navio Lenys González Zepa e Teniente de Fragata María R. Rodríguez D.).

Os trabalhos se desenvolveram na sede da Academia de Guerra Naval, onde também se situam as instalações da *Revista de Marina*.

A abertura do encontro foi feita pelo diretor de Educação da Armada, Contra-Almirante Eduardo García Domínguez. A seguir, foram apresentadas as proposições das delegações participantes, tendo cada um cerca de 25 minutos para a apresentação. No segundo dia, foram formadas mesas de trabalho para discussão da criação da Associação Interamericana de Revistas Marítimas, da programação de atividades futuras e de assuntos diversos. A referida associação foi então fundada e firmou-se o compromisso da realização de reuniões futuras, mediante entendimentos.

Foi também acertado que as matérias publicadas nas revistas que se representaram

no encontro poderão ser transcritas sem necessidade de autorização da revista que a publicou, sendo necessário, porém, mencionar a fonte, desde que não haja objeção específica por parte do autor da matéria.

Ao final de cada ano, serão selecionadas pelas direções das revistas duas matérias consideradas de interesse comum para constituir um banco de assuntos à disposição dos membros da associação.

No terceiro dia do encontro, as delegações foram recebidas pelo chefe do Estado-Maior da Armada, Vice-Almirante Jorge Swett Browne, no exercício do Comando da Armada em virtude da ausência do Almirante Jorge Patricio Araucibia Reyes, titular da Pasta.

Como parte da programação organizada pelos anfitriões, houve recepção às delegações na Academia de Guerra Naval, no Cassino Municipal de Viña del Mar, a bordo do Fragata *Blanco Encalada*, Capitânia da Esquadra e no Clube Naval de Valparaíso. Foram feitas visitas à Escola Naval, ao jornal *El*



Mesa de trabalho

Mercurio de Valparaíso (jornal mais antigo em língua espanhola da América Latina), ao Museu Naval e Marítimo e ao Monumento aos Heróis de Iquique.

Foram excelentes as atenções e gentilezas dispensadas às delegações participantes, inclusive às esposas dos diretores das revistas.

Dos trabalhos apresentados durante o encontro, selecionamos algumas partes do Chile, da Venezuela e do Brasil, pois representam, de um modo geral, a formalização das idéias, proposições e conceitos abordados.

Vice-Almirante Browne cumprimentando o Vice-Almirante Brígido



“Introdução

Antes de iniciar uma proposta acadêmica em torno do tema de referência central que hoje nos reúne, “O rol dos meios de difusão do pensamento naval frente aos cenários e desafios profissionais de um novo século”, quero fazer chegar a cada delegação a afetuosa e fraternal saudação da *Revista de Marina*, da Armada do Chile, e também agradecer suas presenças na celebração do 115º aniversário da publicação, desejando-lhes uma grata estadia em nosso país e um frutífero intercâmbio de experiências profissionais que, estou seguro, contribuirão para o melhor cumprimento das responsabilidades que nossas respectivas instituições nos tem imposto.

Um novo aniversário sempre se constitui numa ocasião propícia para se refletir acerca do presente e também para se projetar o futuro, em especial quando existe uma generalizada consciência de que se aproxima uma idade vindoura que pressagia notáveis evoluções em todos os âmbitos da humanidade, onde a disponibilidade de uma quantidade de conhecimentos sem precedentes se entrelaçará com as novas modalidades e tendências que caracterizarão o agir das pessoas, as instituições, os estados, as regiões e toda a comunidade internacional.

Esta realidade que se percebe gera, sem dúvidas, importantes efeitos de extensão no rol tradicional das Marinhas do continente, as quais começam a incorporar novas funções derivadas dos interesses coletivos que fundamentam o fortalecimento das relações de cooperação e entendimento regional.

(...)

A Revista de Marina da Armada do Chile

No caso da publicação chilena, suas origens remontam a 1º de julho de 1885, quando

um grupo de entusiastas de Marinha, presidido pelo então Capitán de Navio Luis Uribe Orrego, com visão esclarecida e com grande sabedoria, fundaram, no Círculo Naval de Valparaíso, uma publicação vinculada à Armada do Chile, cuja função principal seria dar a conhecer e possibilitar a discussão de todas as matérias de interesse para o desenvolvimento futuro do poder naval, nos âmbitos acadêmicos das distintas ciências vinculadas à ocupação profissional e à cultura.

(...)

Cenários e desafios do futuro

Nossa percepção em torno dos cenários e desafios do futuro se centra nas tendências que marcam a dinâmica e profundidade das trocas observadas no sistema internacional durante a última década.

Para todos resulta evidente a velocidade com que transcorrem os fatos internacionais relevantes a partir da emblemática caída do Muro de Berlim; o notável progresso da computação, os meios de comunicação e a tecnologia; e o predomínio cada vez mais amplo de uma economia livre e aberta que se expande por quase todo o mundo, gerando o fenômeno político, econômico e social mais relevante de nossos tempos: a globalização.

Creio que todos concordamos também que a força dessas novas características tornam ineficazes muitas das teorias aplicadas durante o século XX, nas quais se fortalecia a defesa de fronteiras econômicas fechadas, e uma infrutífera busca de desenvolvimento para o interior de cada nação.

(...)

O rol das publicações navais

Sem dúvidas, as publicações navais, em seu conjunto, sempre se constituíram numa

importante ferramenta a serviço da comunicação organizacional, já que motivam, aglutinam e informam através da projeção da imagem institucional para o seu exterior e a difusão de valores, tradições, opiniões e conhecimentos para os distintos segmentos que constituem seus públicos interno e externo.

A necessidade de ser útil às expectativas e requerimentos de um universo de leitores heterogêneos quanto a hierarquias, interesses profissionais, âmbitos de conhecimentos e graus de especialização tem justificado plenamente a diversificação das publicações de acordo com objetivos e públicos, o que, na Armada do Chile, se traduz em que, além da *Revista de Marina*, se publicam também a *Revista Vigía*, principal meio de comunicação interna que se traduz como uma crônica da vida naval e que é dirigida a toda a instituição e suas famílias, a *Revista Anclas*, da Escola Naval, e as distintas revistas e periódicos de academias, escolas, organiza-

ções operativas e especialidades, compostas, em geral, de matérias de teor técnico-tático, de docência, de instrução e de conhecimentos específicos que visam atualizar a preparação profissional de oficiais e da gente do mar.

(...)

Senhores delegados: uma vez mais agradeço suas presenças no aniversário da *Revista de Marina*, da Armada do Chile, que ela nos dá a oportunidade de celebrar nossos 115 anos de vida, com a possibilidade certa de concretizar o nascimento de uma organização que agrupe e aperfeiçoe a quem tem o privilégio de se juntar ao intelecto e ao espírito dos homens do mar na América, precisamente em uma época e região em que a benevolência dos ventos de fraternidade, cooperação e confianças mútuas parecem trazer tempos melhores em torno da paz e da estabilidade, sempre necessárias para nosso desenvolvimento e grandeza. Muito obrigado.”

PROPOSIÇÃO DA VENEZUELA:

“Neste 1º Encontro Continental de Diretores de Revistas de Marinha e com a intenção de intercambiar nossas idéias e experiências quanto ao tema geral proposto, “O rol dos meios de difusão do pensamento naval frente aos cenários e desafios profissionais de um novo século”, a Armada da Venezuela, através da Direção de Informação e Relações Públicas, apresenta seu trabalho com a exposição “O rol das publicações institucionais na imagem corporativa da Armada venezuelana”.

O tema está diretamente relacionado com a informação e o processo comunicacional, tal como o expressou oportunamente Peter Drucker – “o futuro de uma empresa exitosa está em sua comunicação exitosa”. A informação e o conhecimento são forças corporativas imersas em um ambiente de tecnologia

da informação que dirige as organizações para novas oportunidades e desafios. Comunicar-se efetiva e oportunamente já não é uma opção, é a diferença entre o auge e o declínio das instituições.

O dispor de uma estratégia comunicacional permite construir uma plataforma informativa sobre a qual pode apresentar-se uma organização. Esta plataforma se entende nas dimensões física, qualitativa e quantitativa, emolduradas na contribuição ao desenvolvimento da mesma instituição e do país. A plataforma informativa atua como colchão de opinião nos casos em que esta se requeira, ou como marco de referência para formar opinião a respeito das organizações.

Indicar um programa de imagem sem estratégia é como zarpar sem haver planejado exaustivamente a navegação.

Para alcançar o objetivo final de uma imagem corporativa afim à instituição e traçar um plano comunicacional de acordo, é preciso levar em conta a cultura organizacional, a identidade e a imagem.

A **cultura** modela a identidade tomando como base a visão e missão, edificando colunas e vigas que se convertem nas estratégias e mensagens que apontam a imagem corporativa. Assim a cultura ajusta: o comportamento dos indivíduos da instituição, as normas, os valores dominantes aceitos pela mesma, as políticas traçadas, a filosofia institucional e até o ambiente de trabalho; tudo isso reflete a cultura, mas nenhum desses aspectos por si só são a essência da cultura institucional. Esta cultura se traduz na forma de ser e fazer da organização e é compartilhada por seus integrantes, desde o pico até sua base.

O que realmente somos, quando estamos frente ao espelho de nossas consciências, é a identidade e ela é a verdade única de uma organização e/ou indivíduo, a identidade é uma personalidade construída pela empresa. Não é uma qualidade que esta possui, mas sim o resultado de um esforço que consiste em descobrir suas potencialidades mediante a auto-evolução.

A **imagem** se forma da soma de muitas expressões de nossa identidade ao largo do tempo, do que fazemos ou desejamos de fazer, de nossas palavras, mas também de nosso silêncio. Para que a comunicação construa uma imagem positiva, coerente e estável no tempo, deve estar sustentada em um claro e sólido sistema de identidade. Quer dizer que a definição interna de uma clara missão, a declaração nítida de um código ético e a oportuna comunicação de tudo isso são anteriores a todo processo de projeção de imagem.

Acumular mensagens positivas é assegurar lealdades e construir relações de confiança mútua; são fatos que anco-

ram a boa imagem que se tem da instituição. Toda esta informação, para que seja de utilidade, deve estar semeada na opinião pública antes de qualquer crise e é necessário freqüência para mantê-la viva nas mentes.

Um plano alternativo com o qual sempre deve contar uma instituição é a **comunicação de contingência**, pois é muito freqüente as organizações se confrontarem com sérios problemas de imagem e credibilidade em certos momentos, seja frente ao perigo, à crise e/ou ao acidente.

O perigo é a antecipação de um acidente ou de uma crise, ou seja, a probabilidade que ocorra determinado fato que possa afetar a imagem. A crise é uma resultante do perigo, quando a instituição entra em colapso e não avança, e o acidente ocorre quando se dá um fato transcendente que ocasiona perdas materiais e/ou humanas.

Em qualquer ponto desta trilogia se pode chegar aos outros, existindo duas condições básicas para a evolução da contingência: a sensação de que alguém controla a situação e a remissibilidade dos efeitos.

Quando o problema se apresenta, o prestígio construído se converte em couraça que protege a instituição. Neste sentido, a imagem poderia ser uma segunda oportunidade que os públicos dão à organização.

A fim de formular uma estratégia comunicacional da Armada venezuelana, a comunicação corporativa considera a filosofia institucional, os estilos, comportamentos, valores, normas, visão, missão, políticas e organização para modelar a **cultura corporativa**. Sempre que se tenha clara a visão e a missão da instituição, a elaboração do plano estratégico para uma política de imagem e comunicação é engenharia simples.

Neste sentido, a Armada venezuelana tem a seguinte **visão**: 'Fazer da Armada uma organização exemplar, convertida em uma das melhores do continente, capaz de ope-

rar eficaz e efetivamente e projetar o poder naval em seus espaços de atuação: Caribe, Atlântico e fluvial; para garantir a segurança e defesa da nação e participar ativamente do desenvolvimento do país a fim de promover e defender os interesses associados aos espaços aquáticos do coletivo bolivariano venezuelano. Dispor de um sistema educativo que permita a existência de recursos humanos com uma ótima qualidade, altamente capacitado quanto à tecnologia, humanidades, gerência e a guerra naval; executar as ações de polícia administrativa e de salvaguarda naval nos espaços aquáticos. Por ser uma organização de grande valor estratégico, deverá antecipar-se às necessidades da sociedade venezuelana, no que a salvaguarda dos recursos do mar se refere para as futuras gerações'.

A **missão** é a de 'assegurar a defesa naval e o cumprimento da Constituição e das leis, a fim de garantir, conjuntamente com as outras forças, a soberania, integridade, liberdade e participar ativamente do desenvolvimento do país'.

Do mesmo modo, **as políticas** ditadas pelo **comandante-geral** são chaves para a hora de emitir qualquer tipo de informação nas diferentes publicações da instituição. Para desenvolver um bom projeto de comunicação há que se conhecer muito bem o plano estratégico da empresa para orientar-se em um caminho mais seguro e ganhar-se a confiança e credibilidade da opinião pública, apontando para uma positiva percepção coletiva. A política é um marco para a ação, são as regras

do jogo que permitem gerar o clima de confiança desejado.

Para conseguir operacionalizar estes conceitos, requer-se uma Diretoria de Informação e Relações Públicas, que se situa no mais alto nível, ou seja, dependendo diretamente do comandante-geral.

Esta Diretoria conta, para seu funcionamento, com três divisões e é a Divisão de Meios que tem a responsabilidade de conceber e elaborar as publicações dirigidas aos públicos internos e externos da instituição.

'Assim, a **missão desta Diretoria** é gerenciar as atividades de informação, relações públicas, protocolo e cerimonial, assim como coordenar com outras entidades públicas e privadas as relações institucionais, a fim de contar com uma imagem corporativa que projete a Armada da Venezuela positivamente nos círculos nacionais e internacionais'.

Esta missão particular é cumprida através de suas publicações, que estão compreendidas no plano de comunicação interna, que trabalha a identidade, enquanto o plano de comunicação externa, unido ao anterior, dá forma à imagem da instituição.

(...)

Reflexão final

'A boa imagem de uma instituição é o resultado de um processo de comunicação lento, sustentado, coerente, preferivelmente auto-suficiente, no qual as publicações são a ferramenta base para informar e criar opinião favorável nos públicos internos e externos'.

PROPOSIÇÃO DO BRASIL

"(...)

Outro privilégio que recebi foi o de representar a *Revista Marítima Brasileira*. Revista com século e meio de existência... Tantas e tão profícuas páginas... Confesso-

me ainda perplexo, pois que foram tantos e tão ilustres os que me antecederam, e, outra vez, não vislumbrei entre os meus sonhos o de merecer tal distinção. Percorri folhas da revista, buscando inspiração para uma pala-

vra, uma idéia, uma imagem. Deparei-me com turbilhões, uma plêiade de bons escritores, competentes pensadores.

Citação:

'Há uns poucos dias que o poço, o ancoradouro do Rio de Janeiro, nos oferece extraordinário panorama... À superfície do elemento azul, cinco pavilhões estrangeiros afirmam diversamente o tamanho das nacionalidades que representam... Passa e repassa a vista curiosa por essa assembléia extraordinária de testemunhas do oceano, e não lhes pergunta que nos dizem,

que nos trazem desses longes do espaço e do tempo, da imensidade vaga, aonde o passado se recolhe, e donde assoma o futuro, como as velas repontam do horizonte...'

E prossegue nosso jornalista, jurista e político Rui Barbosa, com a "Lição das Esquadras":

'Mas não basta admirar: é preciso aprender. O mar é o grande avisador. Fel-o Deus a bramir junto ao nosso sono, para nos pregar que não durmamos. Por hora a sua proteção nos sorri, antes de se trocar em severidade. As

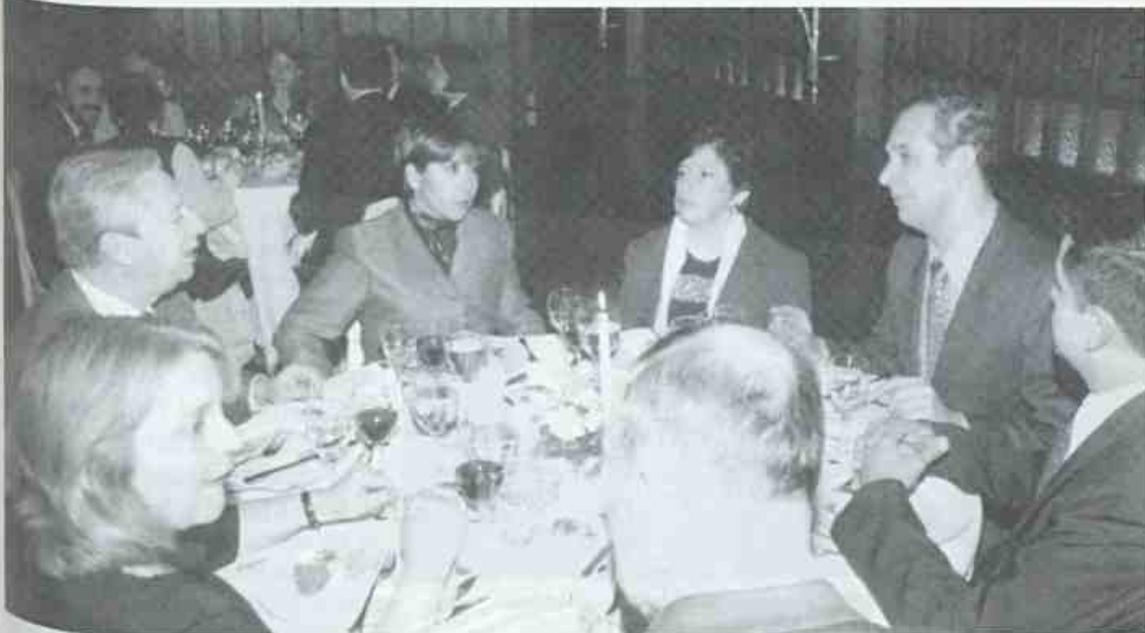


Exposição do Capitão-de-Mar-e-Guerra Corrêa

raças nascidas a beira-mar não têm licença de ser míopes; e enxergar no espaço corresponde a antever no tempo. A retina exercida nas distâncias marinhas habitua-se a sondar o infinito, como a do marinheiro e a do albatroz. Não se admitem surpresas para o nauta: há de adivinhar a atmosfera como o barômetro, e pressentir a tormenta, quando ela pinta apenas como uma mosca pequenina e longínqua na

transparência da imensidade. **O mar é um curso de força e uma escola de previdência. Todos os seus espetáculos são lições: não os contemplemos frivolamente.**"

Eis aí o que Rui nos mostrava, aduzindo mais argumentos ao objetivo da nossa revista desde o primeiro número, em 1º de março de 1851: 'À Armada fazemos especial apelo; na sua inteligência está a esperança e de seus



Recepção no Cassino de Viña del Mar

esforços dependem os futuros destinos do país, sobre os quais exercerá a Marinha poderosa e irresistível influência. E a todos os brasileiros nos dirigimos também, porque a todos interessa o progresso da Marinha, tanto Mercante como de Guerra, ambas elementos perduráveis de grandeza e prosperidade'.

Eis aí o propósito nosso – mostrar ao povo que não devemos contemplar frivolamente os ensinamentos que o mar propicia, nas demonstrações de força e nas aulas de providência.

A nossa missão tem sido a de mostrar que maritimidade é essencial ao crescimento e ao bem-estar da Nação. Recordo, saudoso, que há 30 anos, o Almirante Hilton Beruti – diretor de Portos e Costas – pregava aos capitães dos portos que a sua principal missão era difundir a mentalidade marítima ao povo. Determinava palestras, recomendava participação intensa nas comunidades, proporcionava meios materiais e financeiros, ordenava cerimônias alusivas à história marítima e naval, incentivava os esportes náuticos, criava e desenvolvia o ensino profissional marítimo. Recordo, saudoso,

aquele almirante fundando escolas-modelo para oficiais e praças da Marinha Mercante, uma em Belém do Pará, outra no Rio de Janeiro, outra mais, de porte menor, para fluviais, no Rio São Francisco. Lembro, com carinho e saudade, daquele almirante a percorrer todo o Brasil – capitânias, delegacias, agências e até capatazias, no seu afã de irradiar maritimidade. Foi modelar para seus sucessores, que, diligentes, 'procuraram seguir as águas do guia'.

Excelentíssimos senhores e senhoras:

Reconheço-me ainda perplexo porque formulei idéias, tomei emprestadas outras, lembrei passagens e busquei – perquirindo – atinar com uma mensagem para encerrar esta alocução e vencer o desafio de expressar algo consistente e à altura desta nobre assembléia.

O alvorecer do século XXI nos sinaliza com evoluções da civilização muito especiais e conflitantes com os princípios sedimentados e as técnicas existentes nos anos que nos antecederam. Alvin Toffler formulou na "Terceira Onda" – antecipando-se ao que iria ocorrer – o impacto na



Encerramento do 1º Encontro, no Clube Naval de Valparaíso

maré da história, novos estilos de vida, ética de trabalho, atitudes sexuais, conceitos e estruturas políticas e econômicas. A globalização interferindo na vida de cada um e de todos, a capacitação tecnológica encurtando distâncias e aproximando diferentes culturas, os fenômenos políticos prenunciando uma nova sociedade, mais ajuizada, mais sábia e mais democrática.

Este o desejo de todos nós e se, de alguma forma, pudemos concorrer para o aperfeiçoamento da sociedade e da Nação empenhando os nossos meios de difusão do pensamento naval e marítimo sentir-nos-

emos muito honrados, gratos e satisfeitos.

Nossas revistas, ao longo do tempo, têm influído e contribuído para o aperfeiçoamento profissional e cultural da classe militar. Mas não só para o nosso meio, acredito, também para a sociedade como parte da sua formação, divulgando técnicas e tecnologias conceitos e teorias, teses e proposições, no afã de colaborar e adicionar.

Confio que não se modificará o objetivo traçado para a Revista Brasileira em 1851,

sendo natural que se prossiga buscando difusão maior e melhor, aproveitando as novas tecnologias. Cabe-nos insistir e empenhar para que não descuidemos dos nossos veículos de transmissão de idéias, dentre as quais sobressai – sem sombra de dúvida – a da maritimidade.

O Chile, como o Brasil, nascidos pelo denodo e talento dos povos da Península Ibérica, têm representado seus papéis na busca de sociedade mais justa e consciente, e esta exige que a mentalidade do povo vislumbre a importância e a primazia da sua relação com o mar.

A coragem não é a
ausência do medo, mas a
sua conquista.

Paul E. Holdcraft