

**ACADEMIA MILITAR DAS AGULHAS NEGRAS
ACADEMIA REAL MILITAR (1811)**

ROBERTO MARQUES MONTEIRO DE ALMEIDA

A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA AS FORÇAS ARMADAS.

Resende

2019

ROBERTO MARQUES MONTEIRO DE ALMEIDA

A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA AS FORÇAS ARMADAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Academia Militar das Agulhas Negras como parte dos requisitos para a Conclusão do Curso de Bacharel em Ciências Militares, sob a orientação do TC Cav Éverton.

Resende

2019

ROBERTO MARQUES MONTEIRO DE ALMEIDA

A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA AS FORÇAS ARMADAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Academia Militar das Agulhas Negras como parte dos requisitos para a Conclusão do Curso de Bacharel em Ciências Militares, sob a orientação do Tc Cav Éverton.

Aprovado em _____ de _____ de 2019;

COMISSÃO AVALIADORA

Éverton dos Santos – Ten Cel Cav PTTC – Orientador

Wellington Ferreira Gomes – Ten Cel Art

Felipe Vieira Leite – Maj Cav

Resende

2019

Ao meu orientador, instrutores e professores, que muito contribuíram, com dedicação e paciência, apoiando e ensinando a todo momento da formação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me permitido chegar a este ponto da minha vida com saúde, paz e determinação para seguir em frente mesmo diante aos obstáculos que foram e continuarão sendo impostos ao longo da carreira militar.

Aos meus pais, que sempre me deram suporte ao longo de toda a minha vida, seja nos estudos ou em qualquer outro aspecto da vida, contribuindo de forma singular para que eu me tornasse a melhor pessoa possível, dentro daquilo que eles podiam fazer. Mesmo com todas as dificuldades, sempre estão ao meu lado para me apoiar nas minhas decisões, sucessos e frustrações. Muito obrigado.

Ao meu irmão, que sempre está comigo pro que der e vier, sempre alegre e que enfrentou muitas dificuldades comigo, e que sempre me apoiou nas mais diversas situações, um homem que amadureceu muito ao longo desse tempo e que com certeza há de ser um grande profissional, homem e exemplo para sua futura família.

Aos meus camaradas de turma, principalmente ao 1º pelotão de Engenharia, camaradas estes que viveram comigo ao longo desses 3 difíceis anos, e alguns desde à EsPCEEx, onde tudo começou, iniciando o sonho de nos tornarmos oficiais do Exército Brasileiro. Muitos falam que são a nossa segunda família, o que realmente é a mais pura verdade, uma vez que passamos a maior parte do tempo junto a essas pessoas maravilhosas e que têm muito a oferecer para o Brasil.

À minha tia Iara, que me prestou um apoio incondicional, conciliando diversas atividades e sempre nos apoiando em tudo o que precisássemos.

À minha namorada Patrícia, que conheci durante a formação e que se tornou uma pessoa essencial, que me ajudou e ainda me ajuda em muitas coisas aqui, que acredita e sempre torce para o meu sucesso.

À todos aqueles que, de alguma forma, me incentivaram, me mostraram o caminho do bem e que me orientaram para que eu pudesse seguir em frente e obter sucesso em meus objetivos, desde professores do colégio, instrutores da EsPCEEx e AMAN e familiares e amigos que aqui não foram citados anteriormente.

RESUMO

ALMEIDA, Roberto Marques Monteiro de. **A Influência das Mídias Sociais Para as Forças Armadas**. Resende: AMAN, 2019. Monografia.

Abordando sobre a influência das mídias sociais para as Forças Armadas, o presente trabalho destina-se a mostrar como as mídias sociais, como meio de informação, são capazes de influenciar os mais variados setores da sociedade quando se diz respeito às operações das forças armadas no amplo espectro, seja em ações cívico-sociais, seja em operações de garantia da lei e da ordem, e indo mais além, até mesmo em relação a política interna e externa brasileira. A complexidade que esse assunto apresenta nos leva a raciocinar em como utilizar as mídias em favor da Força, bem como sobre sua utilização de forma sensata e cuidadosa em meio a tantas outras fontes de informação que tendem a denegrir a imagem da Força, e em especial do Exército Brasileiro, que cada vez mais ganha a atenção da imprensa nacional e sempre esteve em voga no que tange aos assuntos de interesse nacional.

Palavras-chave: Sociedade, mídias sociais, redes sociais, internet, smartphone, informação.

ABSTRACT

ALMEIDA, Roberto Marques Monteiro de. **The Influence of Social Media for the Armed Forces**. Resende: AMAN, 2019. Monograph.

Addressing the influence of social media on the Armed Forces, this paper aims to show how social media, as a means of information, are capable of influencing the most diverse sectors of society when it comes to the operations of the armed forces in the broad spectrum, be it in civic-social actions, or in law enforcement and law enforcement operations, and going further, even in relation to Brazilian domestic and foreign policy. The complexity of this issue leads us to reason in how to use the media in favor of the Force, as well as its use in a sensible and careful way among so many other sources of information that tend to denigrate the image of the Force, and especially of the Brazilian Army, which increasingly receives the attention of the national press and has always been in vogue in matters of national interest.

Keywords: Society, social media, social networks, internet, smartphone, information.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMAN - Academia Militar das Agulhas Negras

GLO – Garantia da Lei e da Ordem

ACISO – Acção Cívico-Social

OM - Organização Militar

EB – Exército Brasileiro

CComSEx - Centro de Comunicação Social do Exército

TCC - Trabalho de Conclusão de Curso

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Imagem do site do CComSEx	13
Figura 2 – Gravação de Entrevista oficial do CComSEx.....	19
Figura 3 – Figura 3 – Veículo abordado com 80 tiros	20
Gráfico 1 - Amostragem dos usuários de redes sociais	23
Figura 4 - Redes Sociais em Smartphones.....	24
Figura 5 - Seção de Mídias Sociais	25
Figura 6 – Quantidade de Seguidores –	26
Figura 7 - Visualizações do YouTube	26
Gráfico 2 - Acompanhamento de postagens nas redes oficiais do EB.....	27
Gráfico 3 – Postagem de eventos cotidianos nas OM.....	29
Figura 8 – Aplicativo do EB	30

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO.....	14
2.1	Revisão da literatura e antecedentes do problema	14
2.2	Referencial metodológico e procedimentos	17
3	RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS	22
3.1	Resultados	22
3.2	Análise dos dados	27
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
	REFERÊNCIAS	32

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, o tema relacionado às mídias sociais tem adquirido grande importância no cenário nacional e também mundial, devido a velocidade em que as informações podem ser obtidas com o advento e popularidade da internet, bem como a facilidade que há em divulgar e obter conteúdos variados sobre diversos assuntos de diversos meios sociais. E nas Forças Armadas não é diferente.

Com a consolidação da Internet, ou Web, como principal meio de produção das fontes e fluxos de informação técnico-científica. O autor a seguir descreve que: “A Web pode ser conceituada como um ambiente virtual de busca de informações do mundo da mídia eletrônica, principalmente pela utilização da hipermídia (som, imagem, hipertexto) em seus mecanismos de navegação”. (NAUZ, 1999 apud BRITO, 2010 p. 16).

Seu estudo é relevante para o meio militar, uma vez que, na atualidade, a comunicação por meio de mídias sociais é cada vez mais comum e quase que essencial na sociedade, onde a qualquer hora e em qualquer lugar pode-se transmitir instantaneamente o que está acontecendo em determinado local e que, levando para o meio militar, pode afetar ou ajudar o desenvolvimento de treinamentos e operações dentro das Forças Armadas.

A presente pesquisa busca tratar do tema sob a perspectiva dos próprios militares sobre o uso das redes sociais de modo geral, tanto na vida pessoal como na profissional, causando uma reflexão lógica sobre tal utilização para os mais variados fins, seja de forma positiva ou negativa, o que depende do objetivo pessoal daqueles que estão diretamente envolvidos nas postagens, que podem ser direcionadas a um indivíduo, um grupo ou uma organização militar. E de todas as maneiras, o nome do Exército será vinculado a tal publicação.

Delimitamos o nosso foco de pesquisa em buscas de livros, revistas do Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEX) e seu site na internet, bem como contas oficiais das Forças Armadas nas redes sociais, como o Instagram, Youtube e Facebook, redes sociais mais populares existentes no mundo e que são de acesso público.

O objetivo geral deste TCC será analisar quais os benefícios que o modo de utilização e veiculação de notícias pelas mídias sociais, tanto por parte da população como um todo, quanto por parte da imprensa e meios oficiais de comunicação, podem interferir na credibilidade dos trabalhos realizados e operações das Forças Armadas, de uma maneira geral.

Os objetivos específicos desta pesquisa foram mostrar o quanto a internet e as mídias sociais são poderosos meios de comunicação no que tange ao acesso às informações, e como identificar os problemas recorrentes da má utilização das redes para veicular notícias, tendo como exemplo o fenômeno atual das “Fake News” e como tais notícias podem influenciar no pensamento da população sobre determinado assunto.

Faz-se necessário definirmos alguns conceitos que entendemos como fundamentais para o desenvolvimento do assunto, como os conceitos de mídias sociais, coletividade, revolução tecnológica, internet e meios de informação, entre outros. Estes conceitos são fundamentais para o estudo da situação, relativa à influência das mídias sociais no âmbito das Forças Armadas, bem como sua aplicação em todos os meios da sociedade do século XXI, interferindo diretamente no cotidiano de toda população, incluindo os militares.

Nessa ponto de vista, as redes sociais, que também são chamadas de redes de relacionamento, para Marteleto e Silva (2004, p. 41), “são sistemas compostos por ‘nós’ e conexões entre eles que, nas ciências sociais, são representados por sujeitos sociais (indivíduos, grupos, organizações etc.) conectados por algum tipo de relação em qualquer parte do mundo”.

Nossos objetivos foram: Mostrar a importância da utilização correta das mídias sociais para a veiculação de notícias no âmbito do Exército Brasileiro, mostrar como a mídia, tanto oficial quanto não oficial pode ser parcial e assim, prejudicar a imagem e credibilidade das Forças Armadas, mostrar o quanto a população está cada vez mais ligada à internet e às redes sociais, o que não é diferente na amostragem dentro do ambiente militar.

Nossas principais fontes foram o site do Centro de Comunicação Social do Exército, revistas Verde Oliva, caderno de Comunicação Social, páginas do YouTube, contas oficiais nas redes sociais, tais como Facebook e Instagram, que são as mais utilizadas no mundo, das 3 Forças, bem como outros livros e trabalhos de assuntos relacionados ao tema proposto.

A presente monografia está assim estruturada:

No primeiro capítulo, foi realizada a introdução do tema bem como a sua apresentação e sua importância para os dias atuais, inclusive para o meio militar, sua delimitação, seus objetivos gerais e específicos, alguns conceitos que serão abordados no decorrer deste trabalho, as principais fontes e a estruturação desta monografia.

No segundo capítulo, foi apresentado o referencial teórico-metodológico, no qual identificamos os livros, revistas e as pesquisas que serviram de base para o desenvolvimento deste TCC. O capítulo foi dividido em: Revisão da literatura e antecedentes do problema e; referencial metodológico e procedimentos. Dentro da revisão da literatura, foi abordado o histórico, que apresenta os antecedentes e fatos que ocorreram no passado, que influenciam diretamente na parcialidade das informações veiculadas, principalmente por parte da imprensa oficial e como isso afeta diretamente a opinião pública. Foram apresentadas também algumas definições que têm como objetivo proporcionar um melhor embasamento acerca do tema exposto, além de dados coletados em pesquisa.

No terceiro e último capítulo apresentamos a análise e resultado dos dados, provenientes dos reflexos da doutrinação ideológica que se instaurou pelo mundo e conseqüentemente, no Brasil, e como tal doutrinação influencia as reações das operações das Forças Armadas, e como que as mídias sociais podem ter um papel importantíssimo na disseminação de ideias de forma ramificada, atingindo todos os setores da sociedade e suas classes sociais, que reagem de variadas formas mediante diversas circunstâncias, que serão abordadas no decorrer deste TCC, além de apresentar formas de tentar amenizar esses efeitos.

Figura 1 – Imagem do site do CComSEx



Fonte: <http://www.eb.mil.br/web/centro-de-comunicacao-social-do-exercito/ccomsex> (Acesso em 08 de junho de 2019, às 1534h)

2 REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

Nosso tema de pesquisa insere-se na linha de pesquisa da Influência das Mídias Sociais para as Forças Armadas e na área de estudo da Sociedade da Informação e as Redes Sociais, com o objetivo de mostrar os problemas e uma possível solução para os problemas que o Exército Brasileiro e as Forças Armadas em geral possam enfrentar.

2.1 Revisão da literatura e antecedentes do problema

Buscando identificar o que de mais relevante e atualizado tem sido produzido sobre o tema de Influência das Mídias Sociais, e neste trabalho direcionando para as Forças Armadas, pesquisamos alguns autores, dentre eles;

Tammaro (2008), que afirma que “a formação de redes de interação e comunicação nas mais diversas esferas do conhecimento, tem aumentado o grande fluxo e circulação da informação”. Levando em consideração o que é dito por Tammaro, definitivamente houve um aumento significativo dos usuários de redes sociais e que compartilham informações com diversas pessoas, a todo momento.

Conforme (CASTELLS, 2003 apud MUCHERONI, 2010),

“atividades econômicas, sociais, políticas e culturais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela Internet e em torno dela, como por outras redes de computadores”. Isso sugere que, na medida do possível, a internet tem interferência direta no que tange as atividades mais importantes, que rege as decisões que deverão ser tomadas no âmbito nacional.”

O Brasil, que é um país de dimensões continentais e bastante populoso, tem as redes sociais como um instrumento de veiculação de notícias importantíssimo, e não só isso, tem como forma também de fazer negócios, amizades, criar vínculos e demais outras relações sociais, quem podem significar ganhos, tanto financeiros quanto pessoais. O trecho a seguir retrata o quanto isso interfere em uma empresa, por exemplo.

Devido a esse grande sucesso no Brasil, empresas usam as redes sociais, blogs, microblogs, fóruns, como estratégia de marketing para alavancar novos negócios. Pesquisa global realizada pela Regus constatou que em 2010 49% das empresas brasileiras ganharam novos clientes através de atividades em redes sociais. Um ano depois, essa proporção cresceu dez pontos percentuais e alcançou o índice de 59%. A pesquisa revela que, também no âmbito global, mais empresas estão usando mídias sociais para se conectar e interagir com seus clientes.

([HTTP://WWW.ADMINISTRADORES.COM.BR](http://www.administradores.com.br))

Afetando diretamente na vida da população do século XXI, as redes sociais trouxeram integração à sociedade, uniu grupos, etnias, fez surgir novas tendências e nos fez repensar sobre como interagir em meio a tanta diversidade.

Assim Warren (2009, p.17) esclarece que:

“A categoria de sujeito popular, para uns, e de ator social, para outros, passa a substituir a categoria de classe social, bem como a de movimento popular e/ou de movimento social substitui a de luta de classe, significando que, em lugar da tomada revolucionária do poder poder-se-ia pensar em transformações culturais e políticas substantivas a partir da cotidianidade dos atores envolvidos. Buscou-se este potencial em sujeitos múltiplos, seja nos movimentos urbanos, nas comunidades eclesiais de base, nas lutas pela terra, moradia, etc., nas mulheres, nos ecologistas, nos grupos jovens, nos sindicatos, nos movimentos de defesa dos direitos humanos e de defesa étnica e outros.”

Nesse contexto de pesquisa sobre a utilização da mídia, também se faz necessário abordar sobre o ponto de vista, a maneira como a imprensa e grande parte da população brasileira enxerga as Forças Armadas, uma vez que findado o período militar, a ideologia de esquerda tendeu a ser “dominante” nos antros de ensino médio e superior, contando apenas uma versão da história, na qual não se faz favorável a situação dos militares e, de certa forma, acabou-se generalizando a história, contando-a conforme o pensamento ideológico e não de forma imparcial, apontando ambos os lados.

Trabalhando com o fato de que o histórico da imprensa brasileira é desfavorável às Forças Armadas, há vários anos, e que se aprofundou durante e após o período do regime militar que perdurou por 21 anos no país e atrapalhou uma parte da sociedade, que tinha alinhamento ideológico de esquerda e simpatizava com ideais comunistas, muito pregados na América Latina na segunda metade do século XX.

Segundo Décio Saes:

a militarização do aparelho de Estado brasileiro se define objetivamente como a via pela qual se concretiza a passagem de uma situação de equilíbrio instável no seio do bloco dominante e de ausência de hegemonia à hegemonia política do grande capital monopolista. (SAES, 1985: p. 157)

Dessa forma, pode-se abordar a teoria existente sobre o tema em questão da seguinte maneira:

Há uma corrente que defende que as Forças Armadas tomaram o poder durante a década de 60 tendo em vista evitar um golpe comunista, visto que o comunismo se expandia

ao redor do mundo e já tinha criado bases em Cuba, país da América Central., além de o fato de que o presidente da república do ano vigente, João Goulart, dava indícios de que estava se alinhando com países de cunho comunista-socialista. Com a tomada do poder pelos militares, instaurou-se o regime militar ‘que perdurou por 21 anos, entre 1964 e 1985, com eleições presidências e com períodos distintos que marcaram essa época conturbada. Baseando-se em livros de história do Brasil diversos, em sua grande maioria o “Golpe Militar” tem como vilão as Forças Armadas, bem como as instituições de segurança pública estaduais, que passaram a ter descrédito da população ao longo dos anos, além de terem sido propositalmente sucateados em diversas áreas, dificultando o difícil e árduo trabalho desses profissionais.

Outra corrente, não menos importante, parte da premissa de que o fato de uma possível ameaça comunista no Brasil não fosse suficiente para que houvesse o “Golpe Militar de 64”, e que mesmo se houvesse, não deveria durar tanto tempo. Ativistas e intelectuais de esquerda, que na época lutavam contra o regime militar, com o passar do tempo, se tornaram professores, músicos, jornalistas, e muitos deles que têm referência ideológica avessa a das Forças Armadas, que pensam no país como nação e querem desenvolvê-la. Assim, começaram a minar os ideais comunistas da esquerda política na cabeça de gerações de pessoas, que cresceram e desenvolveram-se sendo ensinados e doutrinados a pensar de forma parcial, fazendo com que os pensamentos das pessoas sejam aqueles por eles ensinados.

Em relação ao papel dos militares, segundo João Quartim de Moraes:

“A fraqueza relativa das organizações políticas das classes urbanas e notadamente das duas classes principais, burguesia e proletariado, se exprimia pelo “baixo nível de institucionalização” da luta política. Combinado com a aceleração do desenvolvimento industrial e dos fenômenos sociais que ele determina (por exemplo, a urbanização), o baixo nível de institucionalização, aumenta a importância relativa das instituições e forças sociais organizadas ao nível da superestrutura. Nos referimos principalmente as instituições que num artigo recente Althusser designou pela expressão de aparelhos ideológicos de Estado. O próprio aparelho de Estado e seu “destacamento especial de homens armados”, encontra as condições para tornar-se árbitro da política. Na falta de um partido burguês, o Exército não poderia estar que cada vez mais tentado de ampliar seu papel “extramilitar” (MORAES, 1971 a: p.672).

Essa polarização política-ideológica que já vem de antes do período do regime militar, se aflorou, e hoje em dia encontra nas redes sociais um grande vetor de disseminação de

ideologias, mais forte ainda que a doutrinação exercida em faculdades, colégios, em artigos, revistas e programas de televisão que, durante muito tempo, foram aliadas de pessoas que querem impor seu pensamento a respeito do mundo. No entanto, para não fugir ao tema proposto, após esse esclarecimento sobre uma possível polarização política-ideológica, voltaremos nosso foco às questões da utilização das redes sociais.

Conforme Silva, et al. (2005 p. 73):

A análise das redes sociais interessa a pesquisadores de vários campos do conhecimento que, na tentativa de compreender o seu impacto sobre a vida social, deram origem a diversas metodologias de análise que tem como base as relações entre os indivíduos, em uma estrutura em forma de redes. As redes são sistemas compostos por 'nós' e conexões entre eles, que nas ciências sociais são representados por sujeitos sociais (indivíduos, grupos, organizações etc.) conectados por algum tipo de relação.

Diante do que encontramos na literatura acerca do tema, podemos identificar algumas questões que nos parecem problemáticas, como por exemplo, a forma como lidar com a população que tem menos acesso à informação, tem um menor nível de escolaridade ou um nível social mais baixo, fazendo assim publicações de fácil acesso e fácil entendimento, de forma que todos possam entender aquilo que lhes é passado pelas mídias sociais das Forças Armadas, tanto quanto a imprensa oficial aberta, como jornais televisivos ou sites de grandes empresas de comunicação, porém de forma imparcial.

2.2 Referencial metodológico e procedimentos

Visando a investigar as contradições e testar se o mesmo acontece em um ambiente militar, formulamos o seguinte problema de pesquisa: Como as mídias sociais podem interferir nas Forças Armadas, nas mais diferentes missões que possam ser realizadas, tanto em operações de Garantia da Lei e da Ordem (GLO), quanto em Ações Cívico-Sociais (ACISO), e qual a importância da opinião pública para que haja sucesso em tais operações?

Partimos da hipótese de que o Exército Brasileiro sempre se mostrou preocupado com a sua imagem perante a nação, que é muito boa, tendo bastante credibilidade, apesar de que muitos, motivados por ideologias políticas, são contra tudo o que é feito envolvendo o nome da instituição.

Logo, trabalhamos com as variáveis de tempo, espaço e aplicabilidade da Força no que tange a respeito das operações em território nacional, sua influência na política e na sociedade, com operações de garantia da lei e da ordem, caso mais recente, e em ações cívico-sociais, que são mais recorrentes ao longo do tempo, bem como ações subsidiárias de apoio à defesa civil e possuidor do poder bélico terrestre e com a autorização legal para utilizá-lo, em situações de guerra ou conforme o Art. 142 da Constituição Federal de 1988, da República Federativa do Brasil, em ações de GLO, como segue o trecho abaixo:

Art. 142. As Forças Armadas, constituídas pela Marinha, pelo Exército e pela Aeronáutica, são instituições nacionais permanentes e regulares, organizadas com base na hierarquia e na disciplina, sob a autoridade suprema do Presidente da República, e destinam-se à defesa da Pátria, à garantia dos poderes constitucionais e, por iniciativa de qualquer destes, da lei e da ordem.

Nossos objetivos foram mostrar a fragilidade da veracidade das informações, o poder dissuasório que o advento da internet e a popularização dos smartphones têm na divulgação de informações, bem como a sua rapidez, que quase instantaneamente reproduz notícias, na forma de texto, fotos ou vídeos, daquilo que está acontecendo em determinado local, o que pode comprometer o andamento das operações realizadas pela Força, assim como também pode ajudar.

Visamos especificamente a veiculação de notícias e informativos, em meios oficiais de comunicação, tanto civis quanto militares, que abordam temas relacionados às operações do Exército Brasileiro e no que isso acaba refletindo no pensamento da sociedade, afetando ou não a credibilidade do EB.

O assunto “Exército” voltou a estar em voga no cenário nacional, tanto pelo atual governo, composto por muitos militares, inclusive o atual presidente da república e seu vice-presidente, ambos oficiais do Exército formados pela AMAN, quanto por, recentemente, em 2018, ter sido empregado na Intervenção Federal do Rio de Janeiro devido ao caos vivido no estado na área de segurança pública, além de também participar da Operação Acolhida, no norte do país, em Roraima, efetuando o controle de refugiados da Venezuela, país vizinho que vive profunda crise social.

Essa pluralidade de emprego da Força cada vez mais ganha repercussão nacional e internacional, porém como foi visto no capítulo anterior, a politização e ideologização faz com que a imparcialidade das notícias seja comprometida, crescendo de importância a atuação do CComSEx para tentar mostrar as informações nos meios de comunicação oficiais do

Exército, nas mídias sociais, para que haja um entendimento de como é o pensamento da Força sobre o que está sendo executado e veiculado.

Figura 2 – Gravação de Entrevista oficial do CComSEX



Fonte: <http://www.defesanet.com.br/ghbr/noticia/30822/Cerca-de-60-subtenentes-e-sargentos-participam-de-capacitacao-em-Comunicacao-Social-no-CCOMSEX-/> (08 de junho de 2019, às 2032h)

Na imagem acima, podemos ver uma preparação e capacitação dos militares do Centro de Comunicação Social, onde aprendem a tratar as informações e divulgá-las através dos meios de comunicação oficiais do Exército, sendo assim uma importante vertente da Força, tão essencial e necessária nos dias atuais.

O caso mais recente que o nome do Exército Brasileiro foi posto em voga foi o do incidente nas redondezas da Vila Militar, onde um veículo, após desobedecer a ordem de parada em uma blitz da Guarnição de Serviço, foi abordado com mais de 80 tiros, efetuados pelos militares da própria guarnição de serviço, levando a óbito dois homens inocentes.

Este fato foi noticiado por todos os sites, jornais e revistas das maiores empresas de comunicação do país, na tentativa de denegrir a imagem do Exército perante a sociedade. Tal fato, obviamente, não deve ser tratado de forma leniente e a lei deverá ser aplicada para que

haja o esclarecimento do fato ocorrido e, se for o caso, levar a punição dos militares envolvidos.

Figura 3 – Veículo abordado com 80 tiros



Fonte: <https://veja.abril.com.br/brasil/dez-militares-envolvidos-em-acao-que-fuzilou-carro-de-familia-sao-presos/> (29 de maio de 2019, às 1810h)

Com o propósito de operacionalizarmos a pesquisa, adotamos os procedimentos metodológicos descritos abaixo.

Primeiramente, realizamos uma pesquisa bibliográfica visando a rever a literatura que nos fornecesse base teórica para prosseguirmos na pesquisa. Desse levantamento, destacam-se:

Para Marteleto (2001 p. 73), as redes são iniciadas a partir de tomada de consciência de uma comunidade de interesses e/ou de valores entre seus participantes. Ou seja, os grupos que se formam têm interesses em comum, e encontraram na web uma forma de se unirem e conviverem, virtualmente e pessoalmente, como um grande negócio ou uma grande empresa.

Conforme, (Mance, 1999, p. 24, *apud* Couto, 2009):

Trata-se de uma articulação entre diversas unidades que, através de certas ligações, trocam elementos entre si, fortalecendo-se reciprocamente, e que podem se multiplicar em novas unidades, as quais, por sua vez, fortalecem todo o conjunto na medida que são fortalecidas por ele, permitindo-lhes expandir-se em novas unidades ou manter-se em equilíbrio sustentável. Cada nóculo da rede representa uma unidade e cada fio um canal por onde essas unidades se articulam através de diversos fluxos.

Ainda com relação à teoria existente, podemos então afirmar que novas ferramentas são utilizadas de modo que todos tenham acesso à informação, sejam elas de publicação pessoal ou profissional. O surgimento da Internet proporcionou aos usuários de redes que a informação seja disseminada de forma mais rápida, através das tecnologias de informação e comunicação, dessa forma a informação chegue ao usuário final em tempo real.

Conforme Ribas e Ziviani (2008, p 1),

Compreender a mediação, a circulação e o uso da informação no contexto das redes sociais, através das relações estabelecidas por meio das tecnologias, acabam por se constituir numa rede de informação em que a interação se faz presente e, por conseguinte, o fluxo de informação cada vez mais intenso. [...] O Grande potencial existente no contexto das redes se refere ao fato de que a informação não se encontra mais centralizada, o seu detentor não é mais uma única pessoa, ou seja, ampliam-se as fontes de informação. [...] As conexões existentes através das interações estabelecidas nas redes sociais criam possibilidades para que as pessoas atuem como multiplicadores e organizadores de uma dada comunidade.

Adotamos como instrumento de coleta de dados o formulário, que foi passado para militares, especialmente cadetes do Curso de Engenharia da AMAN e do Curso Básico, do 1º ao 4º ano, abrangendo uma faixa etária de 18 a 26 anos, replicando um extrato da sociedade. O formulário tem como objetivo fazer uma amostragem de dados que são inerentes a este trabalho, e que abordam sobre a utilização de redes sociais e como as pessoas pensam sobre determinadas publicações, principalmente no que tange às Forças Armadas. A pesquisa foi realizada pelo formulário do Google, e repassada aos militares por meio do aplicativo WhatsApp, rede social mais utilizada e de fácil acesso que há nos dias atuais. Um exemplo do formulário utilizado segue em apêndice.

No tratamento dos dados coletados, trabalhamos com perguntas aplicáveis ao cotidiano, por permitirem uma simulação real do que os militares, de maneira geral, pensam sobre o assunto.

Na análise dos dados, efetuamos uma abordagem quantitativa, gerando uma porcentagem que retrata exatamente a diversificação de ideias que passam pelos indivíduos e

no que eles julgam ser certo ou errado. Confrontamos os resultados com a teoria estudada na revisão da literatura.

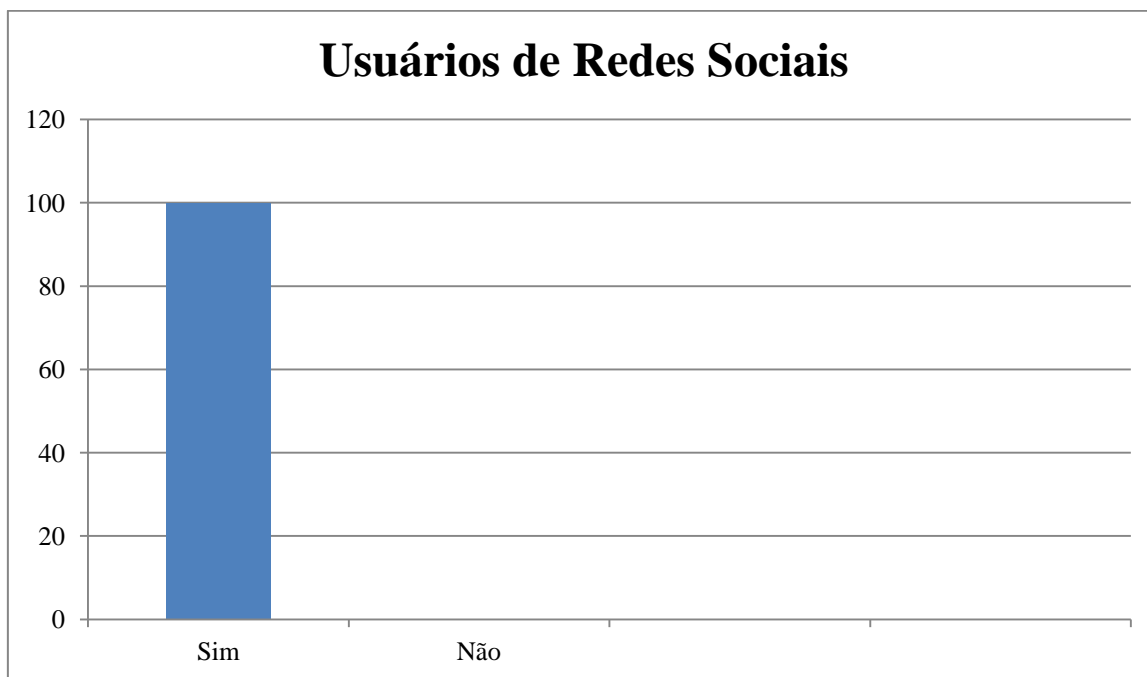
3 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

Na busca por uma resposta ao problema que norteou a pesquisa, chegamos aos resultados que se seguem.

3.1 Resultados

O primeiro resultado importante que foi encontrado é que todos que responderam a pesquisa que foi passada para os cadetes da Companhia de Engenharia da AMAN, que abrange os 3 anos da formação na Arma, e também para alguns Cadetes do Curso Básico da AMAN, são usuários de alguma rede social. Tal fato revela o quanto essa parcela mais jovem da sociedade é adepta às redes sociais e as utilizam para obter e repassar informações. Isso fica evidente na quantidade de cadetes que têm acesso às informações, por meio da internet e principalmente nas redes sociais, facilmente utilizáveis com o advento de smartphones. O gráfico abaixo é fruto da pesquisa realizada no formulário do Google e repassada aos cadetes em grupos de WhatsApp, onde foi constatado que 100% dos militares que realizaram a pesquisa, fazem uso de redes sociais, o que é um fato perante a parcela mais jovem da sociedade brasileira, com idade entre 15 e 30 anos.

Gráfico 1 - Amostragem dos usuários de redes sociais



Fonte: O autor (2019).

Outro fator importante é que a maior parte dos usuários de redes sociais, não só no âmbito da pesquisa, mas na sociedade como um todo, utilizam plataformas móveis de acesso à internet, resumidamente, através do uso de smartphones. Esses dispositivos se tornaram cada vez mais populares e são quase que imprescindíveis, onde podemos realizar desde fotos e vídeos até mesmo transações bancárias.

As redes sociais estão presentes na vida das pessoas, em casa, no trabalho, no lazer e de alguma forma o usuário sempre busca uma forma de acesso. Nesse contexto, podemos identificar que o celular deixa de ser apenas um aparelho telefônico e se transforma em mais um dispositivo móvel com acesso a internet, no qual o usuário utiliza como ferramenta. Nesse sentido Lemos (2007 p. 1-15) aborda: “O telefone celular é a ferramenta mais importante de convergência midiática hoje. [...] o que chamamos de telefone celular é um Dispositivo (um artefato, uma tecnologia de comunicação); Híbrido, já congrega funções de telefone, computador, máquina fotográfica, câmera de vídeo, processador de texto, GPS, entre outras; Móvel, isto é, portátil e conectado em mobilidade funcionando por redes sem fios digitais, ou seja, de Conexão; e Multi redes, já que pode empregar diversas redes, como: Bluetooth e infravermelho, para conexões de curto alcance entre outros dispositivos; celular, para as

diversas possibilidades de troca de informações; internet (Wi-Fi ou Wi-Max) e redes de satélite para uso como dispositivo GPS.”

Temos como exemplo de conceito de rede social, o seguinte trecho:

Conjunto de nós ou atores (pessoas ou organizações) ligados por relações sociais ou laços de tipos específicos. Um laço ou relação entre dois autores tem força e conteúdo. O conteúdo inclui informação, conselho ou amizade, interesses compartilhados ou pertencimentos e, tipicamente, algum nível de confiança. [...] As redes nascem e se nutrem através de suas relações, laços fortes e fracos. Através da interação, são formados os laços sociais que vão conectar os atores nas redes sociais (GRANOVETTER, et al., p.219 *apud* MARTES, et al., p.12, 2006).

Figura 4 – Redes Sociais em Smartphones



Fonte:http://blog.ecomm.com.br/wp-content/blogs.dir/1/files/2018/08/BN-XE223_3nuVB_OR_20180125120256.jpg (08 de junho de 2019, às 19h)

A facilidade que os smartphones trouxeram para o mundo no que tange a veiculação de notícias e interatividade é, sem dúvidas, uma revolução. Há, no entanto, tanto o lado positivo quanto o negativo, haja vista que qualquer um pode captar e publicar o que bem entender, independente de credo ou ideologia. Isso pode interferir no andamento de alguma operação que o Exército pode estar realizando em determinada localidade, como por exemplo,

em operações de GLO durante a intervenção federal que o estado do Rio de Janeiro vivenciou no ano de 2018.

No foto a seguir, podemos perceber que a importância que o Exército Brasileiro dá para o CCOMSEX e o setor responsável pelas redes sociais e aquilo que é divulgado nessas redes, com equipes formadas por militares capacitados e que têm foco na publicação das informações oficiais do Exército Brasileiro.

Figura 5 – Seção de Mídias Sociais



Fonte: http://www.eb.mil.br/image/journal/article?img_id=8531749&t=1515772241235.jpg (Acesso em 08 de junho de 2019, às 19:45h)

É importante destacar a quantidade, expressa na página oficial do site do CComSEx, da quantidade de seguidores que as páginas do exército Brasileiro tem. O número é bastante significativo, e atinge a milhares de pessoas em poucos minutos. Todo o conteúdo é de acesso público e gratuito, não há qualquer tipo de restrição, o que leva a pensar que a quantidade de seguidores só tende a aumentar ao longo do tempo com a divulgação dos trabalhos publicados nestas páginas.

Tal foto pode ser exposto na figura a seguir:

Figura 6 – Quantidade de Seguidores

MÍDIA SOCIAL	SEGUIDORES / ASSINANTES
FACEBOOK	2.501.200
YOUTUBE	74.500
TWITTER	67.165
INSTAGRAM	18.310

Fonte: http://www.eb.mil.br/web/midia-impressa/noticiario-do-exercito/-/asset_publisher/1Z4bX6gegOtX/content/as-midias-sociais-no-exercito-brasileiro
(Acesso em 09 de junho de 2019, às 1040h)

Confirmando a capilaridade que as redes sociais atingem, tem-se como exemplo também o número de visualizações da página oficial do Exército Brasileiro no YouTube, principal plataforma de divulgação de vídeos em todo o mundo.

Figura 7 – Visualizações do YouTube



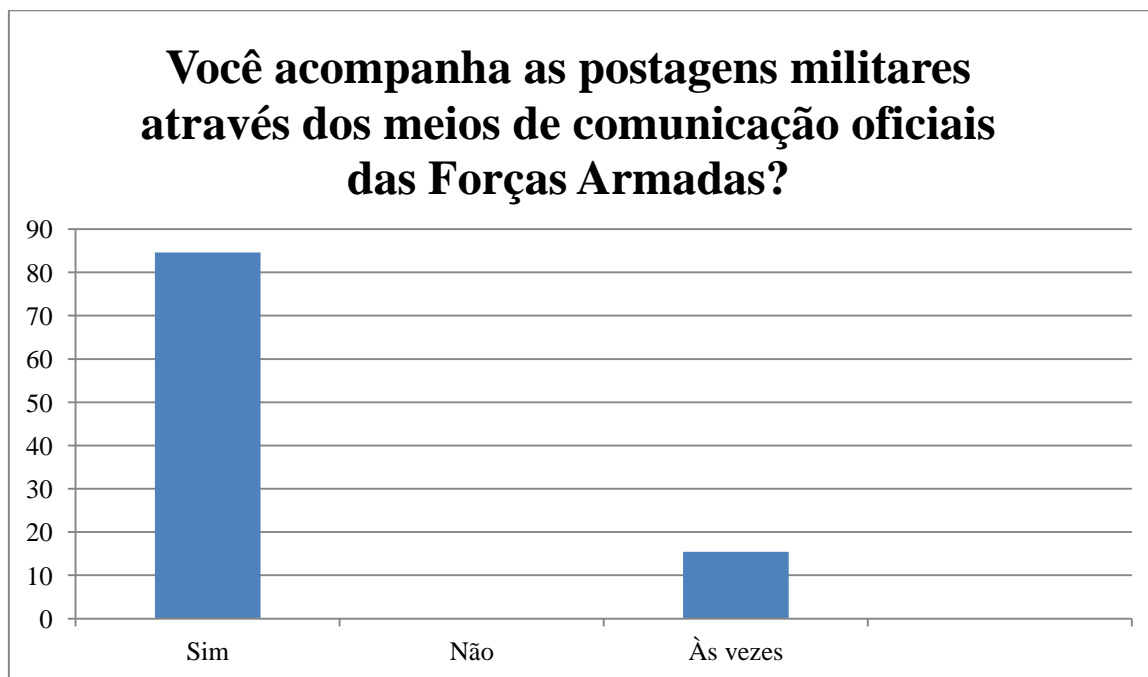
Fonte: http://www.eb.mil.br/image/journal/article?img_id=7156384&t=1447243490195 (Acesso em 09 de junho de 2019,, às 13h)

3.2 Análise dos dados obtidos

Diante dos resultados encontrados, podemos fazer algumas inferências. A resposta ao problema formulado parece ser favorável. No entanto, faz-se necessário demonstrar essa resposta, sem desconsiderar o que foi encontrado em contrário, ou seja, os prós e os contras dessa tecnologia que nos é tão essencial nos dias atuais, e que facilita bastante a comunicação. Cabe salientar, todavia, que tamanha facilidade também pode comprometer a veracidade das informações, uma vez que qualquer um pode informar, pelas redes particulares ou até mesmo por intermédio da imprensa oficial. Assim sendo, a Força tem que se preocupar em também possuir um meio próprio de divulgação de seus trabalhos.

Podemos demonstrar a capacidade do CComSEx de divulgar as informações do Exército Brasileiro, no mais variado espectro, pelo menos com o público militar, por meio da pesquisa realizada no formulário do google, onde é apresentado o seguinte resultado após ser feita a seguinte pergunta:

Gráfico 2 - Acompanhamento de postagens nas redes oficiais do EB



Fonte: O autor, 2019.

Encontramos que a maior parte do público, com 85,6%, acompanham notícias veiculadas pelos meios oficiais de comunicação do Exército Brasileiro, obviamente dentro de um grupo de integrantes da Força, porém ainda assim um número bastante expressivo. Podemos fazer algumas análises explicativas sobre o que foi encontrado.

As interações que as redes sociais trouxeram ao mundo são completamente abrangentes, um tipo de interatividade e conectividade jamais antes vista, o que aproximou de fato as pessoas, além de ter agilizado o processo informacional. Levando em consideração essa interação, afirma-se que:

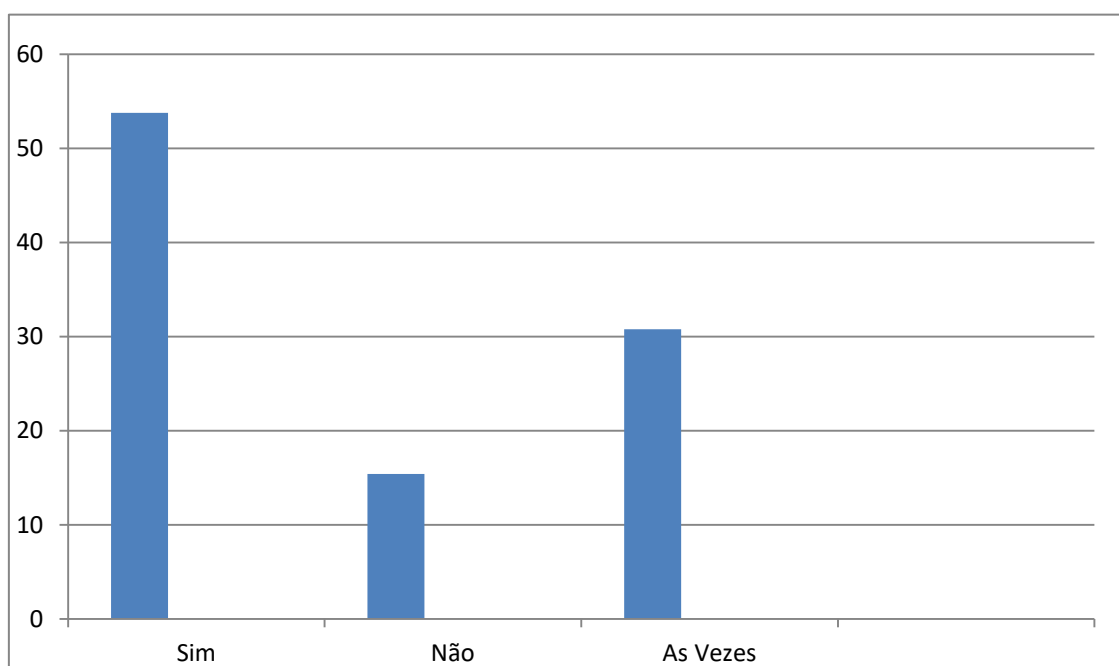
Segundo Tomaél; Alcará; Di Chiara (2005, p. 102):

As interações, que movimentam as redes, são representadas por relações sociais, econômicas, de trabalho etc., que, essencialmente, possibilitam o compartilhamento de informação e conhecimento. Dependendo dos interesses que movimentam as interações na rede, esta pode ser seccionada em grupos que geralmente são profícuos para a própria rede, isto por mobilizarem atores que estejam envolvidos com uma temática específica. Favorecem, igualmente, ligações entre atores com poder de direcionar os fluxos de informação a indivíduos que partilham de interesses comuns.

Também foi realizada a seguinte pergunta no questionário, que segue no apêndice ao final deste trabalho:

Na sua opinião, você acha que a postagem de fotos ou do cotidiano em si das atividades desenvolvidas pode acabar prejudicando a segurança e o sigilo de alguma operação ou da instituição em geral?

Gráfico 3 – Postagem de eventos cotidianos nas OM



Fonte: O autor, (2019)

O que significa que o resultado sofreu a ação de variáveis intervenientes, de acordo com a particularidade de cada indivíduo, em relação ao que pensam e a forma como se veem diante a situação.

Pode-se concluir, assim, que se faz necessário, talvez, um regulamento que amarre a utilização de redes sociais por parte dos militares, indicando aquilo que pode ser postado e o que pode ser evitado ou proibido, dentro das OM ou fora delas, em caso de Ato de Serviço, onde o militar esteja representando a instituição Exército Brasileiro. Lembrando que, neste caso, o militar está representando a Força Armada, e qualquer que seja o seu atitude em diversas situações, será atribuído o erro, ou acerto, à Instituição.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nossa pesquisa teve como objetivos mostrar a importância das redes sociais e da veiculação de notícias pelas mídias sociais, em todos os espectros, na sociedade como um todo e em especial nas Forças Armadas. Além disso, mostrar por meio de dados o quanto as mídias sociais estão presentes na vida das pessoas, incluindo militares, e o quanto interferem no pensamento crítico numa sociedade que, muitas das vezes, não possui discernimento para

entender determinados assuntos e apenas reproduzem aquilo que lhes é oferecido como informação por intermédio da imprensa oficial e não-oficial.

Os resultados encontrados foram que, como esperado, consideravelmente, a maior parte das pessoas, e no caso do formulário realizado, dos jovens militares, são usuários de redes sociais e as utilizam como principal fonte de informação para os mais variados assuntos, tanto os civis quanto os militares.

Haja vista essa tendência mundial, as Forças Armadas criaram contas oficiais, e no caso do Exército Brasileiro, a cargo do CComSEx, há uma seção responsável apenas pelo controle das mídias sociais, onde tudo que é veiculado é cautelosamente editado e filtrado, para que não haja interpretações errôneas a respeito da Força.

Destacam-se as páginas dos aplicativos de smartphones, como o Instagram e o Facebook, que atingem milhões de pessoas, segundo uma imagem que foi exposta nesse trabalho e retirada da página oficial do site do CComSEx. Essas redes são responsáveis por grande parte de toda a informação que é passada para a população a respeito do EB.

Não obstante, há disponível o aplicativo para smartphones do Exército Brasileiro, onde se pode encontrar revistas, informes e outros documentos que são de acesso público, e que são concentrados nesse aplicativo. Todavia, nem a população civil e nem os militares, que em tese seriam os maiores interessados, têm conhecimento acerca desse aplicativo.

Figura 8 – Aplicativo do EB



Fonte: <http://portalsgda.blogspot.com/2015/07/o-aplicativo-do-exercito-ja-esta.html> (Acesso em 09 de junho de 2019, às 1710h)

Diante dos resultados obtidos, podemos afirmar que a parcela da sociedade que utiliza as redes sociais como principal fonte de informação e que essas informações são advindas de qualquer lugar, e de qualquer um, o que levou ao fenômeno atual das “Fake News”, em que notícias são modificadas, descaradamente, com a finalidade de deturpar ideias e conduzir o pensamento alheio para que a pessoa acredite no que está sendo informado de forma errada.

Os resultados alcançados nesta pesquisa podem ser generalizados a outros setores da sociedade, onde também a principal fonte de informação advém da internet e de meios oficiais e não oficiais de comunicação, o que tornou-se uma realidade para o mundo globalizado que vivemos. Todos podem ser influenciadores de opinião, podem divulgar notícias e recebê-las, tendo como seu principal aliado os atuais e modernos smartphones.

Concluimos então que é muito importante a dedicação e disponibilidade que o Exército Brasileiro tem para com as mídias sociais, e no quanto interferem em sua vida administrativa e seu crédito, ou descrédito, perante a sociedade. Fato é que, caso essa preocupação não existisse, a imprensa oficial, formada em sua grande maioria por aqueles que, em tese, eram resistência ao governo militar e que foram doutrinados de acordo com a ideologia de esquerda, denegririam ainda mais o trabalho árduo das Forças Armadas em bem servir a nação, entregando qualidade em suas ações quase que em sua totalidade.

Este trabalho não esgota o assunto, que é muito atual e muito versátil, havendo diversas linhas de raciocínio que variam de acordo com a forma que cada um foi ensinado ao longo da vida, principalmente em relação às Forças Armadas e a todas as missões que lhe são dadas e, até o momento, muito bem cumpridas.

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

_____. **Metodologia científica em ciências sociais**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas,

_____. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

1995.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023: informação e documentação: referências: elaboração**. Rio de Janeiro, 2002.

BENTO, Cláudio Moreira. **Como estudar e pesquisar a história do Exército Brasileiro**. 2. ed. rev. Resende: Academia de História Militar Terrestre do Brasil, 1999.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado, 2002.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

CHIZZOTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

CYRANKA, Lúcia Furtado de Mendonça; SOUZA, Vânia Pinheiro de. **Orientações para normalização de trabalhos acadêmicos**. 6. ed. rev. e atual. Juiz de Fora: EDUFJF, 2000.

D'ONOFRIO, Salvatore. **Metodologia do trabalho intelectual**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. 15. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

GARCIA, Othon Moacyr. **Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar**. 17. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996. GRANOVETTER, et al., p.219 apud MARTINS, et al., p.12, 2006).

<http://artigonal.com/marketing-na-internet/artigos>.

http://blog.ecomm.com.br/wp-content/blogs.dir/1/files/2018/08/BN-XE223_3nuVB_OR_20180125120256.jpg

<http://portalsgda.blogspot.com/2015/07/o-aplicativo-do-exercito-ja-esta.html>

http://www.eb.mil.br/image/journal/article?img_id=7156384&t=1447243490195

http://www.eb.mil.br/image/journal/article?img_id=8531749&t=1515772241235.jpg

<https://cesarmangolin.files.wordpress.com/2010/02/barrros-paula-mangolin-de-mangolin-cesar-o-sentido-polc3adtico-e-econc3b4mico-da-ditadura-militar-no-brasil.pdf>

<https://veja.abril.com.br/brasil/dez-militares-envolvidos-em-acao-que-fuzilou-carro-de-familia-sao-presos/>

HÜBNER, Maria Marta. **Guia para elaboração de monografias e projetos de dissertação de mestrado e doutorado**. São Paulo: Pioneira : Mackenzie, 1998.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e prática da pesquisa**. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

KURY, Adriano da Gama. **Elaboração e editoração de trabalhos de nível universitário: especialmente na área humanística**. 2. ed. rev. e aum. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui São Paulo, 28 jun. 2007. Folha Ilustrada, Caderno 5, p. 6.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MEDEIROS, João Bosco et al. **Manual de redação e revisão**. São Paulo: Atlas, 1995.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses.** 2. ed. São Paulo: Pioneira: 2000.

RICHARDSON, Roberto Jarry et. al. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1999.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica.** 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

SALOMON, Décio Vieira. **Como fazer uma monografia.** 9. ed. rev. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

SANTOS, Izequias Estevam. **Textos selecionados de métodos e técnicas de pesquisa científica.** Niterói: Dominarte, 1997.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 21. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2000.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.

VIEIRA, Sonia. **Como escrever uma tese.** 5. ed. rev. e ampl. São Paulo: Pioneira, 1999.

Apêndice A – QUESTIONÁRIO DESTINADO A OFICIAIS E PRAÇAS DO CORPO DE CADETES, EM ESPECIAL AOS CADETES DE ENGENHARIA.

Assinale as questões a seguir relativas ao uso das redes sociais e a como você entende o seu uso com relação a interferência nas operações e na imagem do Exército Brasileiro perante a sociedade. As respostas são de múltipla escolha.

1. *Você é usuário de redes sociais (facebook, Instagram, Twitter, entre outros)?*
 - a) Sim
 - b) Não
2. *Você, militar, costuma postar sobre assuntos relacionados às atividades militares?*
 - a) Sim
 - b) Não
 - c) Às vezes
3. *Você acompanha as postagens militares através dos meios de comunicação oficiais das Forças Armadas?*
 - a) Sim
 - b) Não
 - c) Às vezes
4. *Você concorda com as postagens de militares sobre atividades militares cotidianas em suas redes particulares?*
 - a) Sim
 - b) Não
 - c) Talvez
5. *Em relação a fotos, você concorda com a postagem de fotos em regiões internas da OM, fardado e/ou armado?*
 - a) Sim
 - b) Não
 - c) Talvez
6. *Na sua opinião, você acha que a postagem de fotos ou do cotidiano em si das atividades desenvolvidas pode acabar prejudicando a segurança e o sigilo de alguma operação ou da instituição em geral?*
 - a) Sim
 - b) Não
 - c) Às vezes
7. *De maneira geral, você concorda com a veiculação de notícias somente pelos meios oficiais de comunicação das Forças Armadas?*
 - a) Sim
 - b) Não
 - c) Talvez