

**ACADEMIA MILITAR DAS AGULHAS NEGRAS  
ACADEMIA REAL MILITAR (1811)  
CURSO DE CIÊNCIAS MILITARES**

**Daniel Soares Barboza**

**A COMUNICAÇÃO SOCIAL COMO FERRAMENTA PARA A DISSUAÇÃO DA  
ARTILHARIA BRASILEIRA.**

**Resende  
2020**

**Daniel Soares Barboza**

**A COMUNICAÇÃO SOCIAL COMO FERRAMENTA PARA A DISSUAÇÃO DA  
ARTILHARIA BRASILEIRA**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Ciências Militares da Academia Militar das Agulhas Negras (AMAN, RJ), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Ciências Militares**

Orientadora: TC – Andréa Lemos Maldonado Cruz

**Resende  
2020**

**Daniel Soares Barboza**

**A COMUNICAÇÃO SOCIAL COMO FERRAMENTA PARA A DISSUAÇÃO DA  
ARTILHARIA BRASILEIRA.**

Monografia apresentada ao Curso  
de Graduação em Ciências Militares  
da Academia Militar das Agulhas  
Negras (AMAN, RJ), como  
requisito parcial para obtenção do  
título de **Bacharel em Ciências  
Militares**

Aprovado em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2020:

Banca examinadora:

---

**Andréa Lemos Maldonado Cruz, TC**

---

**Nome completo, Posto de Graduação**

---

**Nome completo, Posto de Graduação**

**Resende  
2020**

Dedico este trabalho, antes de tudo, ao meu Criador Jesus Cristo que sempre me deu sustento e força para prosseguir ante as dificuldades. Agradeço, também, aos meus pais que sempre apoiaram meus sonhos e deram o suporte necessário para conquistá-los.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço por tudo aquilo que Cristo possibilitou que eu realizasse nessa jornada da vida. Sendo Ele o meu sustento nas horas mais difíceis, exemplo nas adversidades e principalmente o mestre que guiou cada passo que dei dentro das fileiras do Exército Brasileiro. A Ele sejam dados toda a honra, glórias e louvor.

Sou grato, também, a minha família, parentes e amigos que sempre estiveram comigo nos momentos de alegria e de tristeza, pois, sem o apoio e motivação promovidos por eles, não teria a mesma força para prosseguir e superar as dificuldades.

Aos meus professores que dirimiram minhas dúvidas e questionamentos, por vezes repetidas, mas que foram essenciais para a minha aprovação na Escola Preparatória de Cadetes do Exército (EsPCEEx) e posterior ida para a Academia Militar das Agulhas Negras (AMAN).

Finalmente, meu último e mais significativo agradecimento vai à minha orientadora, por tamanha dedicação e paciência para me atender nos pedidos de auxílio, abdicando de tarefas particulares para ler, revisar e consertar meus erros e falhas, além de abrir mão de muitos dos seus intervalos de almoço para me auxiliar na produção dessa monografia.

## RESUMO

### A COMUNICAÇÃO SOCIAL COMO FERRAMENTA PARA A DISSUAÇÃO DA ARTILHARIA BRASILEIRA.

AUTOR: Daniel Soares Barboza

ORIENTADOR(A): Andréa Lemos Maldonado Cruz

A Comunicação Social do Exército Brasileiro, através de seus veículos de mídia (Televisão, Rádio, Revistas e Internet, pelas redes sociais) permite a difusão de informações da Artilharia, não somente para os próprios brasileiros, mas também internacionalmente. No cenário atual faz-se necessário o desenvolvimento de tecnologias que proporcionem grande poder de fogo, e com isso, a promoção do poder de um país. Deste modo, é possível notar que a forma como esse poder e tecnologia são apresentados, através de estratégias passivas de controle e promoção, permite a repercussão e a consequente demonstração de força de uma nação, restringindo ações internacionais que possam culminar em um conflito armado. A artilharia brasileira, por sua vez, é uma das responsáveis pelo reconhecimento militar do Brasil no cenário mundial através de suas tecnologias de Lançadoras de Mísseis e Foguetes: O Astros 2020. O Exército Brasileiro através de suas redes sociais, publicações, reportagens, entre outras formas de divulgação, busca levar o conhecimento e informação aos brasileiros e para outras nações, por consequência. Prova disso é que através da Revista Verde-Oliva, do Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEx), é visível que o Exército valoriza e muito sua artilharia, dedicando sempre um número considerável de páginas sobre assuntos que relacionam a Artilharia de alguma forma. Essa pesquisa apresenta o valor e a necessidade de continuar a investir e a promover a comunicação social do Exército para que sejam continuados os trabalhos em favor da conservação da força do Brasil e de sua Artilharia perante demais nações. Desse modo, através de uma pesquisa descritiva e com a análise de diversos veiculadores de notícias, esse trabalho buscou verificar qual a importância da dissuasão da artilharia brasileira através das comunicações sociais do Exército.

#### **Palavras-chave:**

Artilharia; Exército Brasileiro;

## ABSTRACT

### SOCIAL COMMUNICATION AS A TOOL OF BRAZILIAN ARTILLERY DISSUATION

AUTHOR: Daniel Soares Barboza  
ADVISOR: Andréa Lemos Maldonado Cruz

The social communication of the Brazilian army, through its social medias (television, radio, magazines and internet) permits the diffusion of Artillery information's, not only for Brazilians, but also internationally. In the current scenario it's necessary the development of technologies that provide great fire power, and with It, the promotion of the nation's power. This way, its notable that the way this power and technology are showed, through passive strategies of control and promotion, it permits the repercussion and consequent demonstration of force of a nation, restricting international actions that can culminate in a armed conflict. Brazilian Artillery, however, is responsible for the military reputation of Brazil across the Globe with its technologies of missile and rocket launchers: The ASTROS 2020. Brazilian Army, using its social medias, publications, interviews, and other forms of publishing, aims to bring knowledge and information to brazilians and other nations, for consequence. Proof of this is that through the magazine Verde-Oliva, from the Centro de Comunicação Social do Exército (CComSEx), is visible that the Army values its Artillery, always dedicating a considerable number of pages about topics that are related to Artillery in some form. This research presents the value and necessity of continuing investment and aims to promote the social communication of the Army to continue the jobs in favor of the conservation of Brazilian strength and its Artillery towards other nations. Thus, through descriptive research and with the analysis of several news broadcasters, this work sought to verify the importance of deterring Brazilian artillery through Army social communications.

**Key-Word:** Artillery; Brazilian Army; Social Communication

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Gráfico Confiabilidade das Forças Armadas.....	16
Figura 2	Capa Revista Verde Oliva – Projetos Estratégicos.....	21
Figura 3	Gráfico Confiabilidade das Forças Armadas.....	23
Figura 4	Tiro Vertical do obuseiro M109A5+.....	25
Figura 5	Tiro de Astros 2020.....	26
Figura 6	Capa Revista Verde Oliva – SIMAF.....	34



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Número e Anos Analisados.....	<b>30</b>
Quadro 2	Anos e Edições com matérias sobre Artilharia e, ou Dissuasão.....	<b>30</b>
Quadro 3	Anos de Edições e Páginas com matérias sobre Artilharia.....	<b>31</b>
Quadro 4	Revistas e páginas dedicadas.....	<b>33</b>
Quadro 5	Revistas com mais páginas dedicadas e o assunto geral dessas páginas..	<b>35</b>

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
1.1	OBJETIVOS .....	11
1.1.1	<b>Objetivo geral</b> .....	<b>11</b>
1.1.2	<b>Objetivos específicos</b> .....	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>13</b>
2.1	COMUNICAÇÃO .....	13
2.2	DISSUAÇÃO .....	17
2.3	COMUNICAÇÃO COMO FATOR DE DISSUAÇÃO NO EMPREGO DA ARTILHARIA .....	23
<b>3</b>	<b>REFERENCIAL METODOLÓGICO</b> .....	<b>27</b>
3.1	TIPO DE PESQUISA .....	27
3.2	MÉTODOS .....	27
3.2.1	<b>A publicação</b> .....	<b>27</b>
3.2.2	<b>O levantamento dos dados</b> .....	<b>30</b>
<b>4</b>	<b>ANÁLISE E DISCUSSÃO</b> .....	<b>32</b>
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>37</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>39</b>
<b>7</b>	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>42</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A comunicação serviu de base para o crescimento e desenvolvimento das civilizações até os dias de hoje. O desenvolvimento de formas de comunicação como a escrita e a matemática estruturaram a vida social humana e praticamente tudo na sociedade moderna.

Podemos dizer que, *a priori*, o ato de se comunicar pressupõe uma forma de interação harmoniosa. No entanto, não podemos negar que, por outro lado, historicamente, as estratégias e instrumentos de comunicação foram utilizados por diversas civilizações para demonstrar força e poderio bélico umas sobre as outras na conquista de territórios e nos conflitos armados.

Em toda a história a importância da propagação de informações (o que ficou conhecido como comunicação social) teve importância significativa para a progressão humana e com o advento da revolução técnico científico informacional isso intensificou-se, gerando o processo que hoje se conhece por globalização. Uma informação consegue chegar a vários lugares do mundo em frações de segundos e, no campo bélico, isso pode servir como multiplicador e disseminador de poder de combate.

Segundo o Manual dos Fundamentos da Comunicação Social do Exército a atividade de comunicação social pressupõe o:

“Processo pelo qual se podem exprimir ideias, sentimentos e informações, visando a estabelecer relações e somar experiências. Compreende as atividades de Relações Públicas, Assessoria de Imprensa e Divulgação Institucional. É um campo de conhecimento acadêmico que busca aperfeiçoar o relacionamento entre os seres humanos como indivíduos ou como integrantes de um grupo social” (BRASIL. Ministério da Defesa. **Manual de Fundamentos EB20-MF-03.103, Comunicação Social**, 2a Edição, 2017. Página 1-2).

No período das Guerras Mundiais, eram muito utilizados os veículos de comunicação como o rádio e o cinema, por exemplo, para motivar as tropas aliadas, bem como propagar o que hoje denominamos contrainformação, com o objetivo de confundir o inimigo, ou levá-lo a acreditar na condição de superioridade militar de seu oponente.

Tal estratégia relaciona-se doutrinariamente ao conceito de dissuasão que desde a antiguidade é utilizado pelos exércitos de o todo mundo, seja nas situações diplomáticas, seja nas situações de conflitos armados.

Dissuasão, segundo o Glossário de Forças Armadas, é:

“Atitude estratégica que, por intermédio de meios de qualquer natureza, inclusive militares, tem por finalidade desaconselhar ou desviar adversários, reais ou potenciais, de possíveis ou presumíveis propósitos bélicos. O mesmo que DETERRÊNCIA.” (DEFESA, Estado-maior De. GLOSSÁRIO DAS FORÇAS ARMADAS: MD35-G-01 4. ed. BRASIL: MINISTÉRIO DA DEFESA, 2007. p. 84.)

As Forças Armadas Brasileiras não estão fora desse contexto, pois utilizam, desde muito tempo, a comunicação como vetor estratégico de dissuasão interna e externa.

Com isso em mente, problematizamos a seguinte questão: como a propagação de informações, através da comunicação social, permite a aplicação da dissuasão pelo Exército Brasileiro, e principalmente por sua Artilharia.

Levantamos, ainda, outras questões, as quais nos propomos analisar, que dizem respeito aos conceitos de Dissuasão e de Comunicação Social e às ações de divulgação institucional realizadas pelo Exército Brasileiro através dos meios comunicacionais (Revistas, Canais, Publicações, etc.) como reforço de sua estratégia dissuasória.

Este trabalho busca, então, subsídios no contexto da doutrina militar e nos conceitos de comunicação, para analisar se e de que forma a comunicação social contribui para a divulgação da Arma de Artilharia do Exército Brasileiro, como instrumento de dissuasão.

Esta pesquisa justifica-se, pois pode contribuir para verificar e aperfeiçoar, por intermédio dos meios de comunicação social, empregados pelo Centro de Comunicação Social do Exército, aspectos referentes à propagação da estratégia de dissuasão preconizada doutrinariamente pela Força Terrestre. Tem por objetivo, principalmente, a valorização da comunicação social militar no contexto de dissuasão através do poder de fogo produzido pela Arma de Artilharia e como a Artilharia se utiliza desses meios para divulgar suas tecnologias. Ademais, é relevante para enaltecimento da comunicação social como uma forma de influência da imagem do Exército para a população brasileira assim como no cenário internacional.

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 Objetivo Geral

Analisar a comunicação social como ferramenta para a estratégia de dissuasão do

Exército Brasileiro, especificamente pela divulgação da arma de Artilharia.

### **1.1.2 Objetivos Específicos**

Identificar os principais conceitos de comunicação e a importância dessa área para as relações humanas.

Apresentar a percepção doutrinária do Exército Brasileiro sobre a área de comunicação.

Conhecer o conceito de dissuasão empregado pelo Exército Brasileiro, e em particular pela Arma de Artilharia.

Verificar como o Exército Brasileiro, utiliza a imagem da Arma de Artilharia, como instrumento de comunicação das estratégias de dissuasão na Revista Verde-Oliva.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 COMUNICAÇÃO

O ser humano, através da história, percebeu a importância, para sua própria sobrevivência, da troca informações entre seus grupos e desenvolveu, pela comunicação, uma forma de resolver esse problema e socializar-se com outros povos.

A transmissão de informações aconteceu, inicialmente, por meio de desenhos em pedras, sinais ou sons. O desenvolvimento de formas de comunicação sistematizadas e padronizadas como a escrita e a matemática vieram posteriormente.

Mais tarde, com a invenção da imprensa, a comunicação tornou-se a base para a estruturação da vida social e cultural humana.

“Com certeza o invento de Gutenberg modificou a forma como desenvolvemos e preservamos nossa cultura. Mesmo com a perda do monopólio da escrita por padres, escribas, elites e eruditos, não era possível se falar em uma grande massa alfabetizada. Através das transformações proporcionadas foi possível a difusão da alfabetização, a contestação do poder da Igreja Católica, início da organização das empresas de comunicação, indústria livreira e imprensa (jornais e revistas).” (ESCOLA EDUCAÇÃO. **INTRODUÇÃO À COMUNICAÇÃO.** Disponível em: <https://cursos.escolaeducacao.com.br/artigo/introdu-o-comunica-o>. Acesso em: 23 mar. 2020.)

Mas comunicar-se não se restringe basicamente ao que é escrito, falado ou ouvido, envolve fatores que vão além do diálogo.

“O conceito de comunicação vem do latim *communicare*, que significa tornar comum, compartilhar, trocar opiniões, associar, conferenciar. O ato de comunicar implica em trocar mensagens, que por sua vez envolve emissão e recebimento de informações. Comunicação é a provocação de significados comuns entre comunicador e intérprete utilizando signos e símbolos. Um critério adicional para se definir comunicação é o de intencionalidade, atividade direcionada a um objetivo, envolvendo, portanto, a validação. O emissor tenta por meio da comunicação influenciar o receptor através de uma mensagem. Sendo que, qualquer que seja a reação do receptor, ela faz parte de um universo de hipóteses das intenções do emissor.” (ESCOLA EDUCAÇÃO. **INTRODUÇÃO À COMUNICAÇÃO.** Disponível em: <https://cursos.escolaeducacao.com.br/artigo/introdu-o-comunica-o>. Acesso em: 23 mar. 2020.)

Essa intencionalidade da comunicação é trabalhada, atualmente, por várias áreas do conhecimento humano. A comunicação ganhou uma conotação muito forte de propagação de ideologias e hoje tem papel fundamental na difusão da ideia de poder, porque muito além de simples troca de informações, ela tem a característica muito importante de influenciar as pessoas.

Essa característica, usada principalmente pelos meios de comunicação, particularmente pela publicidade e propaganda, existe há muito tempo. As primeiras civilizações já a usavam, para enfatizar a força de suas tribos e inibir os ataques de grupos inimigos.

Assim, desde as origens das sociedades conhecemos essa estratégia de demonstrar, através da propaganda o poderio bélico de uma nação como forma de se sobrepujar outras.

A capacidade de transmitir informações, ou até mesmo de demonstrar maior poderio em determinada área, seja ela militar, econômica ou tecnológica, fez com que a corrida para o desenvolvimento dessas estratégias de propaganda fosse cada vez mais buscada.

Pelo Glossário das Forças Armadas, propaganda é:

“Difusão de qualquer informação, ideia, doutrina ou apelo especial, visando a influenciar opiniões, gerar emoções, provocar atitudes ou dirigir o comportamento de indivíduos ou grupos sociais, a fim de beneficiar, direta ou indiretamente, quem a promoveu.” (DEFESA, Estado-maior De. **GLOSSÁRIO DAS FORÇAS ARMADAS: MD35-G-01**. 4. ed. BRASIL: MINISTÉRIO DA DEFESA, 2007. p. 214.)

Na história antiga a transmissão, pai para filho, das histórias e feitos de seus ancestrais fazia perpetuar as características importantes de cada grupo, ainda mais no que se referem às guerras e grandes combates efetuados por seus antepassados. Muitas vezes essas propagandas ultrapassavam os limites tribais, sendo difundidos através de regiões inteiras e para outros povos, exemplo disso é a propaganda feita de uma classe de militares de elite do Exército Persas que, devido à quantidade de flechas lançadas contra seus inimigos e à crueldade em batalha, faziam-nos conhecidos por muitos povos dos arredores e muito mais distantes:

“Antes da batalha, tendo ouvido um traquínio dizer que o sol seria obscurecido pelas flechas dos bárbaros, tão grande era o número deles, respondeu-lhe sem perturbar-se: “Nosso hóspede da Traquínia nos anuncia toda sorte de vantagens. Se os medos cobrirem o sol, combateremos à sombra, sem ficarmos expostos ao seu ardor”. De Dienecees contam-se outras coisas semelhantes, que são como outros tantos monumentos por ele legados à posteridade” (Heródoto, Livro VII, Parte CCXXVI)

Antigamente, até mesmo registros navais serviam como propaganda como, por exemplo, a carta de Pero Vaz à Coroa Portuguesa informando sobre as descobertas feitas

na América. Os entraves militares, feitos heroicos, registros sobre tribos, sobre as pedras preciosas, além das histórias de personagens que se destacavam nas campanhas na América serviam como motivação para a continuação do financiamento das navegações e consequente maior investimento militar para dominar o local.

“Neste dia, a horas de véspera, houve vista de terra! Primeiramente dum grande monte, mui alto e redondo; e doutras serras mais baixas ao sul dele; e de terra chã, com grandes arvoredos: ao monte alto o capitão pôs nome – o Monte Pascoal e à terra – a Terra da Vera Cruz.” (CAMINHA. Pero Vaz de. “**Carta. In: Freitas a el -rei D. Manuel.** FREITAS. Gustavo de. 900 textos e documentos de história. Lisboa: Plátano. 1986. V. II. p. 99-100.)

Desde a antiguidade até a modernidade, a propaganda e a comunicação de forma geral vem se configurando em fator decisivo para as estratégias de transmissão da ideia de poder e força, ou seja, de dissuasão.

Atualmente não é diferente. Muitas nações utilizam as estratégias da comunicação em diversas áreas, principalmente no campo bélico.

O Exército Brasileiro entende a comunicação institucionalmente como:

“Processo pelo qual se podem exprimir ideias, sentimentos e informações, visando a estabelecer relações e somar experiências. Compreende as atividades de Relações Públicas, Assessoria de Imprensa e Divulgação Institucional. É um campo de conhecimento acadêmico que busca aperfeiçoar o relacionamento entre os seres humanos como indivíduos ou como integrantes de um grupo social” (BRASIL. Ministério da Defesa. **Manual de Fundamentos EB20-MF-03.103, Comunicação Social**, 2a Edição, 2017. Página 1-2).

Para a Força Terrestre, esse campo de conhecimento, a comunicação social, tem papel fundamental para informar a população além de servir como meio dissuasório do Brasil, segundo o Livro Branco de Defesa Nacional:

“O Ministério da Defesa deverá promover ações visando divulgar as medidas implementadas como fator de esclarecimento e convencimento de decisores e da opinião pública sobre os assuntos de defesa. A Comunicação Social revela-se como imprescindível instrumento de apoio à decisão nos diversos níveis de planejamento político, estratégico, operacional e tático.” (DEFESA.GOV. **ESTRATÉGIA NACIONAL DE DEFESA.** Disponível em: <https://www.defesa.gov.br/arquivos/2012/mes07/end.pdf>. Acesso em: 21 set. 2019. Pág. 43)

Para atingir uma ampla divulgação de sua doutrina e atuação, tanto o Ministério da Defesa, quanto o Exército Brasileiro, utilizam os instrumentos escritos, audiovisuais e digitais de comunicação social institucional. Utilizam-se desses meios para difundir suas



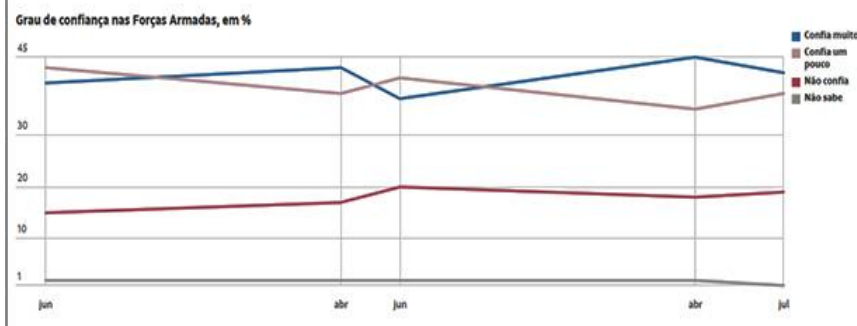
tecnologias e evoluções, ao mesmo tempo em que buscam inovar, investir e modernizar os métodos de comunicação social.

Particularmente, o Exército propaga notícias institucionais através de diversos programas e veículos como: Noticiário do Exército; EB em Revista; conversando com a Reserva; Revista Verde-Oliva; Rádio Verde-Oliva; TV Verde-Oliva; Recrutinha; além de Campanhas e Eventos promovidos em suas redes sociais.

As relações que o Exército trava com seus públicos, além de corroborarem para a tomada de decisões no que se refere à sua atuação constitucional e moldar a opinião pública, criam laços e geram proximidade com temas de interesse da Instituição. Fato é que, pela pesquisa de confiabilidade realizada pelo Órgão DATAFOLHA, em 2019, as Forças Armadas (isso inclui o Exército Brasileiro e as demais Forças) estavam entre as instituições mais confiáveis do país.

“As Forças Armadas se mantêm como a instituição em que a população brasileira mais confia, e os partidos políticos seguem como o alvo da maior desconfiança, aponta pesquisa Datafolha.” (DATAFOLHA-Guilherme Magalhães São Paulo. *Matéria publicada em 11 de Julho, 2019-02:30* (Brasília)

Figura 1 – Grau de Confiança nas Forças Armadas



Fonte: Datafolha - Pesquisa (2019)

Esse resultado pode ser reflexo de um o processo de comunicação atual, digital e em rede, que tem alterado significativamente o comportamento social e as experiências entre os homens, permitindo-lhes obter conhecimento, informação e transmissão de ideias em tempo recorde e com grande impacto.

Atualmente, com o uso das redes sociais, as pessoas se relacionam com outras e podem ser coparticipantes de publicações alheias. Sabendo disso, o Exército tem se utilizado de redes sociais como o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e até mesmo *YouTube* para divulgação de conteúdos didáticos, informativos e até mesmo para retirar dúvidas sobre a instituição, inovando e se adaptando aos novos meios de comunicação social, o que pode contribuir para o resultado do alto índice de credibilidade institucional demonstrado nas pesquisas.

“Segundo a Diretriz do Comandante do Exército, a Comunicação Social é considerada fator relevante para o sucesso das ações da Força, devendo permear todas as estratégias de emprego, catalisando a opinião pública e a vontade nacional. Dentro desse contexto, a Com Soc influencia na ação de comando, na motivação do público-alvo, na manutenção do espírito de corpo, no desenvolvimento da eficiência operacional e na obtenção do poder de combate. Além disso, permite à Instituição caracterizar, junto aos seus públicos, e ao seu potencial adversário, seu elevado grau de adestramento e suas capacidades de dissuasão, de projetar poder fora do território nacional e de estar presente em qualquer parte do território nacional onde for necessário o emprego da Força Terrestre” (plano 2011 ComSOc Pasta Materiais para Citações)

Essa ideia da constante evolução do Exército lado a lado com o progresso tecnológico é expressa no slogan da Instituição: “O Seu Exército Nunca Para”, remetendo diretamente à constante busca pelo avanço e aperfeiçoamento.

A comunicação social é uma fonte de conhecimentos e com o avanço tecnológico das atividades humanas muitas tecnologias gerem atividades referentes à Força, ainda mais com a crescente utilização da internet como vetor da globalização e das redes sociais para a integração, cooperação e reputação da imagem da Instituição.

É uma área do conhecimento fundamental para as relações humanas e o Exército Brasileiro utiliza-se dela para difundir suas tecnologias e evoluções, ao mesmo tempo que busca inovar, investir e modernizar os seus métodos.

## 2.2 DISSUASÃO

O Brasil através de do Livro Branco da Defesa Nacional, documento que rege questões que envolvem relações de segurança nacional defende que:

“A Defesa Nacional representa o “seguro” que o Estado brasileiro deve renovar permanentemente, com estabilidade, regularidade e previsibilidade, de forma a garantir um ambiente favorável ao pleno desenvolvimento econômico e social”

(BRASIL; **LIVRO BRANCO de defesa nacional**: subtítulo do livro.” Edição. BRASIL: MINISTÉRIO DA DEFESA, 2012. p. 233)

A Presidência da República entende que uma Forte Defesa é a forma pela qual um país garante sua soberania.

“Só existe soberania de fato com Defesa forte, isto é, com Forças Armadas adequadamente equipadas e adestradas, em condições de atuar de forma conjunta em quaisquer cenários, especialmente ante os cenários de ameaças cada vez mais difusas”. (Brasil, 2010 BRASIL. Ministério da Defesa. Exército Brasileiro. O Processo de Transformação do Exército- 3ª Edição. Brasília, DF, 2010.).

A dissuasão faz parte desse processo de integração e defesa, garantindo que a visão de outros países com relação às Forças Armadas Brasileiras seja de respeito e saibam das capacidades do poder militar da Nação caso aconteça algum conflito interno ou externo.

Por dissuasão, entende-se:

“Atitude estratégica que, por intermédio de meios de qualquer natureza, inclusive militares, tem por finalidade desaconselhar ou desviar adversários, reais ou potenciais, de possíveis ou presumíveis propósitos bélicos. O mesmo que DETERRÊNCIA”. (DEFESA, Estado-maior De. GLOSSÁRIO DAS FORÇAS ARMADAS: MD35-G-01. 4. ed. BRASIL: MINISTÉRIO DA DEFESA, 2007. p. 84.)

Por isso, segundo o Livro Branco da Defesa Nacional, é de extrema importância ter prioridades no desenvolvimento tecnológico e bélico a fim de garantir uma efetiva política externa de defesa:

“Nos últimos anos, a política externa brasileira projetou valores e interesses na moldagem da governança global. O Brasil tem desenvolvido sua própria agenda externa com maior autonomia para definir as prioridades para seu progresso como nação. Esse patrimônio exige defesa. O Brasil se considera e é visto internacionalmente como um país amante da paz, mas não pode prescindir da capacidade militar de dissuasão e do preparo para defesa contra ameaças externas. Não é possível afirmar que a cooperação sempre prevalecerá sobre o conflito no plano internacional.” (BRASIL; **LIVRO BRANCO de defesa nacional**: subtítulo do livro. Edição. BRASIL: MINISTÉRIO DA DEFESA, 2012. p. 11)

O Brasil, por sua vez, possui relevante importância no cenário militar internacional através do poder dissuasório de suas Forças Armadas, isso inclui o Exército Brasileiro. Tanto que em um ranking elaborado pelo site norte-americano de notícias *Business Insider*, que opera em mais de 20 países ao redor do globo o Exército Brasileiro possui destaque. Baseado em dados levantados, o Global Firepower's 2018 Military

Strength Ranking elaborou um ranking no qual insere o Brasil como a 14º maior potência militar do mundo nos quesitos quantidade de tropas, equipamentos, orçamento e possibilidade de mobilização e poder bélico (excluindo aqueles países que não possuem acesso ao mar – nações que não possuem Marinha), estando na frente de exércitos como por exemplo, Canadá (25º), Austrália (21º), Espanha (19º) e Israel (16º).

“Amid those changes, head-to-head comparisons of military strength are hard to come by. Global Firepower's 2018 Military Strength Ranking tries to fill that void by drawing on more than 55 factors to assign a Power Index score to 136 countries — adding Ireland, Montenegro, and Liberia to last year's list.

The ranking assesses the diversity of each country's weapons and pays particular attention to their available manpower. Geography, logistical capacity, available natural resources, and the status of local industry are also taken into account.” (BUSINESS INSIDER. These are the 25 most powerful militaries in the world in 2018. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/most-powerful-militaries-in-the-world-ranked-2018-11>. Acesso em: 10 fev. 2020.)

Para que o país mantenha essa perspectiva no cenário internacional, o Brasil, anualmente, realiza-se exercícios militares em todo o território nacional e em sua fronteira, entretanto, sem essa preponderância e sem a garantia da soberania militar se tornaria vulnerável aos planos de ataques de outros países que compartilham, conosco, fronteiras ou acordos.

Um dos exercícios aplicados pelo Exército Brasileiro é a chamada Manobra Escolar e acontece anualmente no campo de instrução da Academia Militar das Agulhas Negras e em bairros da cidade de Resende. Esse exercício tem por finalidade reunir tropas das mais variadas instituições de ensino do Exército Brasileiro em uma operação coordenada que aplica técnicas de guerra para adestrar as tropas tanto com fins educacionais quanto no adestramento de suas instituições de ensino. Segundo o site da AMAN, em uma matéria publicada sobre a Manobra Escolar de 2018, o exercício proporciona tanto a manutenção da capacidade operacional da Força, como também, reflete, através do evento final, demonstração de Força e capacidade bélica do Exército com a apresentação de variados armamentos de componentes das Forças Tarefas envolvidas:

“A Manobra Escolar é o mais importante exercício de simulação de combate do sistema de ensino do Exército Brasileiro. Realizada anualmente, ela coroa o ano de instrução de treze estabelecimentos de ensino, proporcionando atividades coordenadas entre todas as Armas, Quadros e Serviços do Exército. São contextualizadas situações-problema, dentro de um conflito extrarregional, que desafiam o militar em formação a buscar soluções, utilizando-se para isso dos meios

e pessoal que tem à sua disposição. O objetivo é que os diversos estabelecimentos de ensino e organizações militares especializadas sejam empregados em um quadro tático, previamente estabelecido dentro do contexto de uma Força Terrestre Componente (FTC), em operações de amplo espectro, explorando os atuais conceitos doutrinários.

Em 2018 houve um grande esforço logístico e operacional, para garantir que o material humano presente no exercício recebesse uma formação exemplar e que tivesse contato com os melhores meios em utilização na atualidade. Contaram também com a presença de componentes de projetos estratégicos do Exército como o fuzil IA2, o blindado Guarani, o lançador de mísseis ASTROS, o Radar Saber e o Sistema Pacificador.” (ACADEMIA MILITAR DAS AGULHAS NEGRAS WEBSITE. **Encerramento Manobra Escolar.** Disponível em: <http://www.aman.eb.mil.br/ultimas-noticias/264-encerramento-manobra-escolar>. Acesso em: 18 jan. 2020.)

Salienta-se que muitos dos armamentos que participam dos disparos pertencem à Arma de Artilharia e são provenientes de variadas guarnições de outros Comandos Militares, incluindo o Blindado Leopard e o Blindado Antiaéreo Guepard, que também assumem posição no momento da Demonstração de Força:

“Este tipo de operação militar tem como objetivo corroborar o poder de dissuasão de uma determinada tropa. Não tem por objetivo o avanço sobre o inimigo, mas evitar a sua atuação. Foram executados tiros do VBC Leopard 1 A5 com canhão 105 mm, M60 A3 TTS com canhão 105mm, VBR cascavel com canhão 90mm, uma seção de um grupo de exploradores com Mtr 7,62mm Mag, VBTP Urutu com Mtr. 50, VBCOAP 155 mm M109 A3, VBC DAAe 35mm Gepard 1 A2, VTR LMU ASTROS MK6 (lançadora de mísseis e foguetes), Obuseiro 105 mm Light gun L118, Obuseiro 105 mm M56 Otto Mellara, Obuseiro 105 mm M101 e morteiro pesado 120 mm raiado A2.” (ACADEMIA MILITAR DAS AGULHAS NEGRAS WEBSITE. **Encerramento Manobra Escolar.** Disponível em: <http://www.aman.eb.mil.br/ultimas-noticias/264-encerramento-manobra-escolar>. Acesso em: 18 jan. 2020.)

A demonstração de força, parte final do exercício, tem em sua razão de ser proporcionar uma forma de apresentar o poder bélico das instituições de ensino e de aquartelamentos que também participam do Exercício, constituindo-se num instrumento da estratégia dissuasória.

Essa estratégia faz parte desse processo de integração e defesa, garantindo que a visão de outros países com relação às forças armadas brasileiras seja de respeito. Por isso, segundo o Livro Branco da Defesa Nacional, é de extrema importância ter prioridades no desenvolvimento tecnológico e bélico a fim de garantir uma efetiva política externa de defesa, cuja base é a dissuasão.

“Nos últimos anos, a política externa brasileira projetou valores e interesses na moldagem da governança global. O Brasil tem desenvolvido sua própria agenda externa com maior autonomia para definir as prioridades para seu progresso como nação. Esse patrimônio exige defesa. O Brasil se considera e é visto internacionalmente como um país amante da paz, mas não pode prescindir da capacidade militar de dissuasão e do preparo para defesa contra ameaças externas. Não é possível afirmar que a cooperação sempre prevalecerá sobre o conflito no plano internacional. Este capítulo apresentará alguns elementos do Estado brasileiro que têm implicação imediata com a Defesa Nacional.” (BRASIL; LIVRO BRANCO de defesa nacional: subtítulo do livro. Edição. BRASIL: MINISTÉRIO DA DEFESA, 2012. p. 11)

Para mostrar aquilo que está sendo feito nesse sentido, a Força Terrestre lança mão de seus meios de comunicação, como fez na edição da Revista Verde-Oliva (Ano XL – Nº 217 Especial – Agosto de 2013 pelo Centro de Comunicação Social do Exército), na qual apresentou seus Projetos Estratégicos, incluindo uma parte exclusiva para os projetos que envolvem a Artilharia Brasileira e suas evoluções.

Figura 2 – Capa Revista Verde Oliva – Projetos Estratégicos



Fonte: Centro De Comunicação Social Do Exército (2013)

Dentro dessas políticas dissuasórias que buscam investir em armamentos, tecnologias e avanço doutrinário, o Exército, desde o ano de 2008, busca a introdução de novos e poderosos Projetos Estratégicos, aprovados pela Portaria nº 134-EME, de 10 de setembro de 2012 para adequar a segurança e embasar sua inclinação à estratégia de dissuasão.

Paralelamente com a aprovação do Livro Branco e Estratégia Nacional de Defesa, esses projetos tiveram como objetivo principal reestruturar a Força para que ela mantenha sua predominância ante os Exércitos da América Latina.

Comparando a evolução militar brasileira com os conflitos modernos, vê-se a importância do uso de tecnologias e processos que acelerem cada vez mais a capacidade de combate para adequar às novas formas de combate que exige um Exército flexível e que possa lutar em qualquer bioma e local com muita precisão e com o menor efeito colateral possível.

Essa evolução não se foca somente na compra e melhora de armamentos, mas de reformulações doutrinárias e de experimentação de práticas, cooperações e planejamentos estratégicos de modo a sempre estar adaptado e realizando uma constante revisão de políticas.

Dessa forma, os Projetos Estratégicos foram divididos em Indutores e Estruturais. Os Indutores são: Projeto PROTEGER, Defesa Cibernética, GUARANI, RECOP (Projeto de Recuperação da Capacidade Operacional) e SISFRON, além de dois projetos específicos da Artilharia. Já os Projetos Estruturais, que envolvem atualização e melhora nos sistemas de gestão e estruturas da Força, são: Projeto Novo Sistema de Engenharia, Sistema de Doutrina Militar Terrestre, Governança TI, Polo de Ciência e Tecnologia do Exército, Nova Logística Militar Terrestre, Sentinela da Pátria e Projeto Força da Nossa Força.

Os projetos Indutores, no que se refere especificamente à melhora e aumento do poder de fogo da Artilharia, são: Projeto Estratégico ASTROS 2020 e Projeto de Defesa Antiaérea.

Figura 3 – Projetos Estratégicos do Exército



Fonte: TEIXEIRA (2014)

### 2.3 COMUNICAÇÃO COMO FATOR DE DISSUAÇÃO NO EMPREGO DA ARTILHARIA

O combate militar é segmentado, e cada Arma, Quadro ou Serviço do Exército tem papel fundamental para o desdobramento das batalhas.



A arma de Infantaria combate o inimigo frente a frente, a de Cavalaria com seus blindados, realizando tiro direto sobre o inimigo, a de Engenharia permitindo a travessia de rios e obstáculos no terreno e a de Comunicações interligando com seu sistema rádio todo o Comando e Controle das Operações.

Na questão logística temos o Serviço de Intendência fornecendo os meios alimentícios e materiais para a permanência das forças combativas, auxiliada na manutenção de armamentos e equipamentos pelo Quadro de Material Bélico.

Tudo isso, contudo, deve ser apoiado pela Arma de Artilharia que através de seus tiros indiretos (sem observação direta do inimigo), dispara seus projéteis de modo que enfraqueça as forças inimigas antes do primeiro contato da Infantaria.

Por definição,

“A Artilharia de Campanha é o principal meio de apoio de fogo da Força Terrestre. Suas unidades e subunidades podem ser dotadas de canhões, obuses, foguetes ou mísseis. Tem por missão apoiar a arma-base pelo fogo, destruindo ou neutralizando os alvos que ameaçam o êxito da operação. A artilharia antiaérea, componente terrestre da defesa aeroespacial ativa, realiza a defesa antiaérea de forças, instalações ou áreas. A artilharia de costa participa da defesa contra operações navais inimigas em áreas marítimas próximas ao litoral ou em águas interiores. Suas características são a precisão e a rapidez, para destruir ou neutralizar as instalações, os equipamentos e as tropas inimigas localizadas em profundidade no campo de batalha.” (EXÉRCITO BRASILEIRO. ARMA DE ARTILHARIA. Disponível em: <http://www.eb.mil.br/artilharia>. Acesso em: 19 mai. 2020.)

No âmbito da Artilharia Brasileira, a utilização de meios eletrônicos e aparelhagens modernas tem sido uma realidade na doutrina da Arma. Através da Rede Mundial de Computadores é possível divulgar seu crescente e progressivo poder de fogo pela compra de armamentos modernos e altamente precisos, constituindo base para um tipo de combate em que demanda pela diminuição de efeitos colaterais decorrentes dos arrebentamentos (explosões) das granadas de Artilharia faz-se mais necessária do que nunca. Por isso, verifica-se que apresentar essas tecnologias à população é importante para que a nação tenha conhecimento daquilo que as Forças Armadas possuem de mais atual.

O Exército tem utilizado as redes sociais como o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e até mesmo *YouTube*, para divulgação de conteúdos didáticos, informativos e até mesmo de entretenimento que apresentem a sua atuação. A Instituição entende que:

“A Força passou a angariar elevada confiança e a ter mais visibilidade nos meios de comunicação, que passaram a projetar as atividades realizadas nas vertentes do "Braço Forte" (ações operacionais nas fronteiras; garantia da lei e da ordem (GLO) nos centros urbanos; atendimento a compromissos internacionais do Brasil, como o emprego no Haiti); e da "Mão Amiga" (atendimento em calamidades públicas, nas enchentes e na distribuição de água a 4 milhões de pessoas no semiárido nordestino, nas ações cívico-sociais, entre outras ações). Essa atuação proativa ressalta as principais peculiaridades do Exército: a prontidão e a disponibilidade permanentes.” **(A Evolução da Estratégia de Comunicação Social do Exército Brasileiro: criação da AGÊNCIA VERDE OLIVA. BARROS, Gen Div Otávio Santana do Rêgo. 2018. Web. <http://eblog.eb.mil.br/index.php/menu-easyblog/a-evolucao-da-estrategia-de-comunicacao-social-do-exercito-brasileiro.html>. Acessado em: 15 de Setembro de 2019.**

Ela também utiliza esses meios para divulgar sua estratégia dissuasória através da Arma de Artilharia. Um exemplo disso foi a postagem feita no *Instagram* que registra tiros verticais utilizando cargas máximas com o mais novo obuseiro autopropulsado da Artilharia Brasileira, o Obuseiro M109A5+, armamento que, como foi descrito na legenda da fotografia, pode disparar um projétil a quase 10.000 metros de altura.

Figura 4 – Tiro Vertical do obuseiro M109A5+



Fonte: SD PIPPI (2019)

Imagens como essa trazem grande carga psicológica, pois demonstram as

capacidades operacionais do Exército Brasileiro e de seu armamento pesado, além de dar ciência aos exércitos de outras nações dos alcances e altitudes atingidos por munições de obuseiros como o M109A5+, demonstrando poder bélico, pois o Brasil adquiriu tecnologia suficiente para modernizar blindados, tanto em questões balísticas quanto em tecnologia embarcada.

Não só isso, a Artilharia brasileira através de seu Projeto Estratégico Indutor em estágio mais avançado, o ASTROS 2020, utiliza o lançador de mísseis e foguetes, da empresa Avibrás, que pela capacidade de realizar disparos a longas distâncias, causa um efeito desmoralizante em países de fronteira, gerando temor e apreensão em razão de disparos precisos e que podem atingir alvos posicionados muitos quilômetros de distância da base lançadora. Ademais, tem seu uso feito, inclusive, pela Marinha do Brasil para a defesa da costa brasileira.

Figura 5 – Tiro de Astros 2020



Fonte: EXÉRCITO BRASILEIRO (2019)

### **3 REFERENCIAL METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO DE PESQUISA**

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica para levantar os principais conceitos e referências teóricas que embasaram o presente trabalho, bem como identificar as estratégias no uso da comunicação como instrumento de dissuasão principalmente pelo Exército Brasileiro, e especificamente pela Arma de Artilharia.

Além disso, foi feito um levantamento das matérias referentes ao emprego da Arma de Artilharia, publicadas em 39 edições da Revista Verde Oliva entre os anos de 2010 e 2020.

#### **3.2 MÉTODO**

A pesquisa realizada nas edições da Revista Verde Oliva, pela qual o Exército Brasileiro divulga notícias e informações sobre a Força, teve por objetivo levantar os dados sobre a quantidade de matérias e páginas disponibilizadas na revista, citando ou fornecendo matérias completas sobre a Artilharia Brasileira, bem como matérias que estão relacionadas com Projetos Estratégicos e Dissuasão dos armamentos da Arma.

Ao estabelecer as bases práticas para a pesquisa, assegurou a sua execução respeitando o cronograma proposto, além de permitir a verificação das etapas do estudo através de um raciocínio dedutivo.

##### **3.2.1 A publicação**

A Revista Verde Oliva é uma publicação do Centro de Comunicação Social do Exército (CCOMSEx) que

“Caracteriza-se como uma revista cultural e informativa, que mantém, pela publicação de notícias e artigos, o público em geral informado sobre a atuação do Exército Brasileiro (EB) e de suas organizações militares (OM) nas várias atividades inerentes à Instituição, particularmente nas áreas social, comemorativa, assistência social, esportiva e organizacional.” (EXÉRCITO BRASILEIRO. HISTÓRICO DA REVISTA VERDE-OLIVA. Disponível em: <http://www.eb.mil.br/web/noticias-e-multimidia/revista-verde-oliva/historico>. Acesso em: 6 mai. 2020.)

Foi criada no dia 23 de maio de 1973, período cuja difusão não se dava através de meios tecnológicos informacionais. Em razão disso, a divulgação dos conteúdos inerentes à evolução bélica do Exército, e consequentemente da Artilharia, eram mais restritas ao público interno através das publicações de pequenos jornais conhecidos como Tablóides intitulados “O Verde-Oliva”.

“Após 5 anos de circulação, o Verde-Oliva sofreu algumas transformações e, a partir de junho de 1978, iniciou uma nova fase com edições mais frequentes e sem qualquer ostentação. Numa simples publicação em duas cores, procurava estreitar o contato com o público interno, mantendo-o informado a respeito das realizações do EB, das pesquisas em curso e sobre as medidas que visavam ao reaparelhamento da Força Terrestre.

A partir da década de 1980, passou a circular com oito números regulares e quatro especiais, sendo estes últimos comemorativos do Dia da Vitória (8 de maio), do Dia do Soldado (25 de agosto), do Dia do Aviador (23 de outubro) e do Dia do Marinheiro (23 de dezembro). Foi durante esse período que começaram a circular algumas edições parcialmente coloridas que, além de divulgar as realizações do EB, procuravam aproximar os integrantes de outras Forças e complementavam de certa forma o Noticiário do Exército.” (EXÉRCITO BRASILEIRO. HISTÓRICO DA REVISTA VERDE-OLIVA. Disponível em: <http://www.eb.mil.br/web/noticias-e-multimedia/revista-verde-oliva/historico>. Acesso em: 6 mai. 2020.)

Com o desenvolvimento tecnológico e o avanço da Força no decorrer da história, as publicações começaram a melhorar e tiveram maior importância. O Exército realizou pesquisas de opinião e resolveu investir mais na revista atualizando o visual dela e com recomendações de que ela fosse mais divulgada e estivesse circulando dentro da Instituição. Na época, essa foi uma grande evolução quanto à importância dada à área da Comunicação Social dentro da Instituição.

“Com base em pesquisa de opinião e nas mais modernas técnicas de comunicação social da época, a partir da edição de nº 73, o CCOMSEx, na condição de órgão responsável pela redação de “O Verde-Oliva”, resolveu mudar o visual deste informativo. Junto com o novo visual, seguia a recomendação de que deveria circular, ser mostrado, ficar exposto e não ser arquivado ou colecionado, como estava ocorrendo.” (EXÉRCITO BRASILEIRO. HISTÓRICO DA REVISTA VERDE-OLIVA. Disponível em: <http://www.eb.mil.br/web/noticias-e-multimedia/revista-verde-oliva/historico>. Acesso em: 6 mai. 2020.)

Até o ano de 1982 a revista era monocromática, mas a edição de número 77 inovou, tornou-se colorida e com o maior número de páginas já feitas até aquele momento. Isso iniciou uma fase da revista que tinha tantas matérias de cunho militar quanto matérias de interesse civil.

“Em 1983, ao comemorar o seu décimo aniversário e com o objetivo de conquistar novos leitores, foi completamente aprimorado: redação de textos, desenhos, fotografias, diagramação, periodicidade, 16 páginas e divulgação de novas ideias. Tudo isso, estimulava o maior objetivo do CCOMSEX: transformar o informativo em revista.

Ao comemorar 12 anos de existência possuía uma boa aceitação, traduzida em uma tiragem de 15 mil exemplares. Porém, mantinha as mesmas diretrizes que nortearam os trabalhos da primeira edição de maio de 1973: estabelecer mais um meio de contato com todos os quadrantes do País e divulgar a verdadeira imagem do EB.

A partir da edição de nº 114, de dezembro de 1985, fruto de uma decisão amadurecida e alicerçada nos anseios, nas necessidades e na imensa vontade de tornar este veículo de comunicação social mais atrativo, cultural, moderno e dinâmico, surgiu “A Revista Verde-Oliva”, com uma tiragem de 50 mil exemplares, periodicidade quadrimestral e com 34 páginas.

Em janeiro de 1985, passou a ser bimestral, buscando cumprir com mais eficiência sua missão de divulgar as atividades profissionais, por meio de uma edição mais frequente e com maior número de páginas e maior tiragem.

Até 2001, sofreu oscilações em sua periodicidade, em virtude de entraves administrativos que atrapalhavam a sua publicação nas datas previstas. Com a entrada em vigor da Portaria nº 402, de 16 de agosto de 2001, foi mantida a regularidade em suas edições normais e especiais, de modo a cumprir de forma exemplar a sua importante função de comunicação social.”

(EXÉRCITO BRASILEIRO. HISTÓRICO DA REVISTA VERDE-OLIVA. Disponível em: <http://www.eb.mil.br/web/noticias-e-multimedia/revista-verde-oliva/historico>. Acesso em: 6 mai. 2020.)

Ao longo do tempo, a revista sofreu variadas mudanças e melhorias. Com a utilização dos meios modernos de comunicação como Internet e suas redes sociais, a divulgação da revista sofreu uma ampliação para atingir cada vez mais pessoas, militares ou não. Hoje, qualquer cidadão possui acesso às edições anteriores para leitura ou até mesmo impressão.

Essa medida permite um maior alcance frente aos leitores e permite, através da difusão de suas edições, que os cidadãos interessados possam obter informações sobre o que Exército tem feito nas suas operações de forma dinâmica e intuitiva.

Segundo o Centro de Comunicação Social do Exército,

“Em julho de 2010, a Revista Verde-Oliva recebeu o International Standart Serial Number (Número Internacional para Publicações Seriadas) ISSN 2178 – 1265. O ISSN é o código aceito internacionalmente para individualizar o título de uma publicação seriada. Entre os editores, ele facilita a identificação rápida e precisa de suas publicações, entre outras vantagens.

Com o emprego de recursos tecnológicos, as seguintes medidas administrativas foram tomadas para que as notícias possam chegar a maior número de leitores:

- tiragem de 30 mil exemplares, trimestralidade e publicação colorida;
- disponibilização da versão digital na página do Exército – [www.eb.mil.br](http://www.eb.mil.br); e
- a partir de 2013, uso da página de hospedagem CALAMEO, na qual o leitor pode consultar e imprimir total ou parcialmente a Revista.” (EXÉRCITO

BRASILEIRO.HISTÓRICO DA REVISTA VERDE-OLIVA. Disponível em:  
<http://www.eb.mil.br/web>

### 3.2.2 O levantamento dos dados

Com o fim de analisar a visibilidade dedicada pela revista à Artilharia do Exército, nesse trabalho foram realizadas pesquisas nas edições compreendidas em uma janela de 10 anos, verificando a quantidade de páginas e matérias dedicadas para anunciar avanços tecnológicos e informações gerais sobre essa Arma de Apoio de Fogo.

A reunião desses dados está exposta nas tabelas a seguir.

#### Quadro 1 – Número e Anos Analisados

Número de Revistas Analisadas	Anos Verificados
39 Edições Lidas	2010 até 2020

Fonte: AUTOR (2020).

#### Quadro 2 – Anos e Edições com matérias sobre Artilharia e, ou Dissuasão.

Anos Verificados	Edições com publicações relacionadas/sobre a Artilharia Brasileira.
2010	Nº 204 Nº 206 Nº 207 Nº 208
2011	Nº 209 Nº 210 Nº 211 Nº 212 Nº 213
2012	Nº 215 Nº 216 Nº 217 Nº 218
2013	Nº 219 Nº 220 Nº 221 Nº 222
2014	Nº 223

	Nº 225 Nº 235 Nº 226
2015	Nº 227 Nº 228 Nº 229 Nº 230
2016	Nº 231 Nº 232 Nº 233 Nº 234
2017	Nº 236 Nº 237 Nº 238 Nº 239
2018	Nº 240 Nº 242 Nº 243
2019	Nº 245 Nº 246 Nº 248

Fonte: AUTOR (2020).

**Quadro 3 – Anos de Edições e Páginas com matérias sobre Artilharia**

<b>Ano</b>	<b>Edições com publicações relacionadas/sobre a Artilharia Brasileira.</b>	<b>Páginas em que constam matérias sobre Artilharia</b>
2010	Nº 204 Nº 206 Nº 207 Nº 208	Páginas 17,18,19 e 20 Páginas 4,12,14,28,33,46,47,48,50 e 52 Páginas 15,21, 22, 23, 24, 46 e 66 Páginas 5, 25 e 58
2011	Nº 209 Nº 210 Nº 211 Nº 212 Nº 213	Páginas 14,16,23,26,47,55 e 58 Páginas 18,26,27, 29,30,32,34, 64 e 93 Páginas 3,4,33,39,55,56,57,58,59,62 e 66 Páginas 10,13,42,43,44 e 53 Páginas 26 e 28
2012	Nº 215 Nº 216 Nº 217 Nº 218	Páginas 16,21,42,43,50,54,57,58 e 59 Páginas 3,4,14,24,27,45,48,50,51 Páginas 3,4,5,7,10,36,40,41,42,43,44,45,46,47 e 54 Páginas 25,33 e 42
2013	Nº 219	Páginas 21,24,45,49,58,59,60 e 61



	Nº 220 Nº 221 Nº 222	Páginas 49,64 e 65 Páginas 50 e 51 Páginas 8,10,11,17,26,46,52,53,54,56,58,59,61 e 64
2014	Nº 223 Nº 225 Nº 235 Nº 226	Páginas 3, 6,24,29 31,51,54,55,56 e 70 Páginas 6,18,22,34,49,54,55,66 e 67 Páginas 10,43,44,46,51,60 e 66 Páginas 3,4,36,37,57,59 e 70
2015	Nº 227 Nº 228 Nº 229 Nº 230	Páginas 23,42,53,56 e 65 Páginas 24,25,58,59 e 61 Páginas 3,4,7,8,20,23,38,44,45,56,60,62 e 63 Páginas 22 e 67
2016	Nº 231 Nº 232 Nº 233 Nº 234	Páginas 8 e 56 55 Páginas Páginas 18,21,23,46,47,58,61,62,63 Páginas 6,36,37, 52 ,59
2017	Nº 236 Nº 237 Nº 238 Nº 239	Páginas 8,9,15,32,63,67,69 Páginas 8,9,15,32,63,67,69 Páginas 10 e 19 Páginas 6,34,42,43,44, 43,56, 58, 62,63 e 68
2018	Nº 240 Nº 242 Nº 243	Páginas 3,4,18,20,30,31,48,49,55 e 63 Páginas 34,45,49,50 Páginas 68
2019	Nº 245 Nº 246 Nº 248	Páginas 18,22,42 Páginas 5,11 e 42 Páginas 21 e 42

Fonte: AUTOR (2020).

#### 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO

A Revista Verde-Oliva, como um dos variados meios de divulgação de materiais de comunicação social do Exército Brasileiro é vetor de informações e novidades relativas à força, em razão disso a pesquisa se baseou no estudo de várias edições desse meio com foco em obter as revistas com maior dedicação de matérias que envolvem direta ou indiretamente a Artilharia Brasileira.

Através da Plataforma CALAMEO a revista começou a ser divulgada online e com isso as revistas até o ano de 2013 não tinham tanta abrangência nacional. Com o advento das publicações online a revista recebeu uma maior profusão no meio civil, permitindo que qualquer pessoa interessada em conhecer o Exército e acompanhar seus avanços possa recorrer à revista como meio informacional. Após as publicações online

Após analisar as revistas e levantar os dados pôde-se averiguar que teve maior quantidade de páginas dedicadas a assuntos que envolvem a Arma de Artilharia as seguintes revistas:

**Quadro 4 – Revistas e páginas dedicadas**

Edições das Revistas	Páginas com conteúdo sobre Artilharia
206	10
211	11
217	15
222	14
223	10
229	13
232	55
239	11
240	10

Fonte: AUTOR (2020).

Dentre essas revistas a que mais se destaca é a Edição de Número 232, publicada no ano de 2016 (período em que a revista já estava sendo publicada em mídias Online).

**Comentado [1]:** Daniel, essa análise é do material coletado da Revista Verde Oliva. Nesse espaço você precisa apresentar o que você descobriu ao levantar esses dados. O que você escreveu é quase uma conclusão, e não é esse o objetivo. Aqui você pode salientar os anos de maior número de matérias, por exemplo, ou de maior quantidade de páginas dedicadas à Artilharia. Pode verificar se esses anos ou edições coincidem com o lançamento dos Projetos estratégicos ou com algum outro fator que demonstre a utilização desse veículo de com soc para a propagação da doutrina de dissuasão. Pode analisar e mostrar se depois da revista passar a ser digitalizada ela teve mais ou menos matérias sobre a Artilharia. Pode mostrar o número de acessos que a revista tem. Enfim, é o local de trabalhar e fazer o link entre a parte da teoria e dos dados. Ok?

Fotografia 6 – Capa Revista Verde Oliva: Simulador de Apoio de Fogo – Projeto SIMAF



Fonte: Centro De Comunicação Social Do Exército (2016)

A revista Verde Oliva, Brasília-DF • Ano XLIII • No 232 • Junho 2016 de título: “Simulador de Apoio de Fogo – Projeto SIMAF” dispõe 55 páginas de 72 (aproximadamente 75% da revista) relacionadas ao assuntos de Artilharia Antiaérea, Apoio de Fogo e destaque ao assunto SIMAF.

O Projeto Simulador de Apoio de Fogo (SIMAF) atualmente já consolidado e colocado em prática pelo Exército permite que tropas de Apoio de Fogo (Artilharia, principalmente) possam simular o combate em ambientes de altíssima tecnologia e realismo, colaborando assim para o preparo, adestramento e economia de munição da Artilharia, além de colaborar para a Dissuasão da arma pois é um centro referência.

“Há cerca de cinco anos, o Exército Brasileiro (EB) dava um passo importante ao efetivar, com a Empresa Espanhola TECNOBIT, contrato para a produção de um Simulador de Apoio de Fogo (SIMAF), que atendesse às necessidades da Força. Essa iniciativa, alicerçada em estudos técnicos, tecnológicos e logísticos preconizados pela doutrina brasileira, colocou o Brasil na direção do seletor grupo

de países em que a simulação é ferramenta consagrada no treinamento militar. O Projeto SIMAF, desenvolvido na cidade de Madri, na Espanha, contou com participação de militares brasileiros, que auxiliaram no detalhamento dos requisitos do computador.

O Simulador, inaugurado em fevereiro deste ano, exerce papel fundamental no adestramento dos Grupos de Artilharia de Campanha e dos Pelotões de Morteiros 120 mm; e no apoio às atividades de instrução dos Estabelecimentos de Ensino do EB. Significativa redução de gastos, proteção ao meio ambiente, interoperabilidade, transferência de tecnologia e desenvolvimento de novos produtos e sistemas de simulação, entre outras, são contribuições e possibilidades agregadas ao SIMAF, que também serão retratadas nesta edição da Revista Verde-Oliva.” (BARROS, G. D. O. S. D. R. **Revista Verde-Oliva: Simulador de Apoio de Fogo - Projeto SIMAF**. 232. ed. Brasília-DF: Centro de Comunicação Social do Exército, 2016. p. 3-4.)

Nas demais edições que tiveram grande número de páginas dedicadas constam os assuntos que envolvem a Artilharia no seguinte quadro:

**Quadro 5** – Revistas com mais páginas dedicadas e o assunto geral dessas páginas

Edições das Revistas	Conteúdos em Destaque
206	Participação da Artilharia na Batalha de Tuiuti;
211	10º GAC de Selva;
217	Projetos Estratégicos do Exército;
222	Departamento de Ciência e Tecnologia referente aos Projetos Estratégicos;
223	Radar SABER M60 (Artilharia Antiaérea);
229	História da Artilharia;
239	Programa Astros 2020
240	Programa Astros 2020;

Fonte: AUTOR (2020).

Cabe salientar que as revistas que não constam na lista acima também possuem matérias referentes às evoluções tecnológicas, aprofundamentos em assuntos dissuasórios, avanços de material e adestramento, dentre outros, contudo, nessa análise foram classificadas as revistas com maior número de páginas constando Artilharia de alguma forma e não pelo conteúdo das matérias.

Mesmo pela análise da quantidade de Páginas 7 edições falam de assuntos

relativos à dissuasão da Artilharia. Seja pela importância da Artilharia na fronteira norte (soberania do Brasil no Norte do País), Projetos Estratégicos, Centro de Ciência e Tecnologia do Exército, Tecnologias de Captação de Aeronaves Inimigas (Antiaérea) assim como o SIMAF e o Projeto Astros 2020 (Abordado com mais ênfase nas revistas mais novas em razão da concretização do Projeto até o fim do ano de 2020).

## 5 CONCLUSÃO

Nesse trabalho foram analisadas, durante a pesquisa, as formas como o Exército garante sua soberania através da dissuasão utilizando meios de comunicação (Internet, Televisão, Redes Sociais, Jornais, Publicações, entre outros) de forma que esses meios permitem, além do diálogo, apresentação do que as Forças Armadas, Exército e sua Artilharia têm como melhores armas e tecnologias. Além disso, foram estudadas publicações da Revista Verde-Oliva, além de matérias publicadas na Rede Mundial de Computadores, que visam anunciar e engrandecer os projetos, ações e trabalhos realizados pelo Exército causando um efeito positivo sobre a população brasileira.

A condução dessa análise através do estudo da literatura deduz que a comunicação possui um poder moral e psicológico muito grande, pois se a população tem conhecimento das ações e trabalhos do Exército, esses atos serão divulgados e anunciados e como consequência, a geração de um aumento de confiabilidade populacional para com as Forças Armadas gerando sobre cada cidadão uma sensação de proteção e garantia.

Foram centro de pesquisa o estudo de obras e publicações de estudiosos do ramo de defesa e de comunicações, além da utilização de manuais e regulamentos das Forças Armadas, mais especificamente manuais e regulamentos do Exército e da Arma de Artilharia para buscar embasar os argumentos do propósito do trabalho.

Ademais, a utilização de imagens e gráficos tanto da Revista Verde-Oliva, publicadas pelo Centro de Comunicação Social do Exército, quanto da utilização de imagens que serviram como meio de propaganda de redes sociais para anunciar tecnologias e capacidades operacionais da Artilharia brasileira, como por exemplo o Projeto ASTROS 2020 e o mais novo obuseiro autopropulsado M109 A+ BR, armamentos esses que possuem grande poder dissuasório pela sua capacidade de alcance e de destruição.

Com esse trabalho é possível compreender a utilização e o aumento da produção de conteúdos digitais, impressos e em vídeo sobre a Artilharia brasileira como forma de poder militar bélico ante países próximos e perante a população e colaborando para o crescimento da relação de confiança População e Exército.

Através da pesquisa nas revistas Verde-Oliva, pôde-se verificar a importância dela para que a população se mantenha informada a respeito das novas tecnologias do Exército, assim como, da sua participação na sociedade, principalmente nos anos em que

foram anunciadas novas tecnologias e quando a revista começou a ser publicada online, facilitando o acesso a muitas outras pessoas da população brasileira.

A aplicação prática dos resultados obtidos seria uma maior divulgação do Centro de Comunicação Social do Exército e de suas publicações em meios de comunicação muito mais acessíveis a todo o tipo de população. Propagandas televisivas ou anúncios militares em redes sociais de âmbito nacional para aumentar a gama de conhecimento sobre a instituição pelo povo brasileiro, e conseqüentemente, para os exércitos de outros países. Outra forma de aumentar essas divulgações seriam a publicação e legendas em outros idiomas (inglês e espanhol, por exemplo) das revistas, vídeos e imagens que apresentam os projetos e evoluções militares brasileiras.

A limitação da pesquisa através dos métodos e técnicas utilizadas acontece no que se refere ao poder de publicação de informações centralizado no Alto Escalão do Exército e das Forças Armadas.

Portanto, o intento principal dessa monografia é que todos possam compreender a importância e o valor que a comunicação social têm nos fatores dissuasórios ao levarem ao conhecimento do povo brasileiro e internacional (âmbito Política Externa Brasileira) do poder de fogo da Artilharia Brasileira através de sua alta e precisa tecnologia militar, tanto no que já é constituído quando às aptidões proporcionadas pelos Projetos Estratégicos (sendo que dois deles interferem diretamente na arma dos fogos largos, densos e profundos).

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica para levantar os principais conceitos e referências teóricas que embasaram o presente trabalho, bem como identificar as estratégias no uso da comunicação como instrumento de dissuasão pelos exércitos através da história e como a comunicação social serve de ferramenta pelo Exército Brasileiro para destacar seu poder militar para dentro e fora da nação.

Analisando os conceitos de Dissuasão, Comunicação (Propaganda) e de Artilharia através de variadas formas de demonstração do poderio militar bélico pela Comunicação Social promovida pelo Centro de Comunicação Social (CCOMSEx) assim como a demonstração de parte desse conteúdo.

Após a verificação da importância que a comunicação entre os homens e como ela influencia na dissuasão (preponderância sobre o outro), no quesito bélico, vê-se que os meios informacionais têm sido cada vez mais usados em favor das Forças Armadas, seja para divulgação de atividades, seja para simples demonstração de presença constante junto à população.

Analisar a comunicação social como ferramenta para a estratégia de dissuasão do Exército Brasileiro, especificamente na atuação da arma de Artilharia, frente à população brasileira e a outros Exércitos.

Foram identificados os principais conceitos de comunicação e a sua relação com as interações humanas e suas Forças Armadas.

O papel da comunicação nos conflitos armados através das variadas técnicas e usos dos meios de comunicação (Revistas, Sites, Noticiários, entre outros) e da rede mundial de computadores.

Foram apresentadas as percepções doutrinárias do Exército Brasileiro sobre a área de comunicação, além de explicar os conceitos o conceito de dissuasão empregado pelo Exército Brasileiro, e em particular pela Arma de Artilharia.

Ademais, verificou-se como a Artilharia utiliza os instrumentos de comunicação no emprego da apresentação de suas tecnologias modernas (Astros 2020 e M109A+BR), de atividades e operações diversas, por exemplo, fazendo-se presente nas redes social e demais agentes propagadores de informação.

**Comentado [2]:** Depois que você ajustar a parte da análise e eu corrigir, a gente vê a conclusão e retoma a introdução, pois temos que bater o que você encontrou na pesquisa com o que você colocou na introdução.



Com o objetivo de cumprir os objetivos apresentados, o trabalho foi dividido em capítulos que guiam o leitor para compreender os conceitos de forma racional e conduzir o pensamento crítico do leitor para que possa obter, através dos argumentos apresentados, um panorama geral da magnitude da influência das mais variadas formas de comunicação para o crescimento e demonstração de poder da Artilharia do Exército brasileiro. E com isso, comprovar que “a comunicação social como ferramenta para a dissuasão da artilharia brasileira” é sim uma verdadeira arma de guerra.

Após uma introdução que situa o leitor nas civilizações antigas e as estratégias usadas pelos povos mais primitivos da História e os meios que eram usados para demonstrar força perante outros povos e tribos. Conceituação de Comunicações e Dissuasão para que o leitor pudesse compreender a análise das comunicações nas Grandes Guerras e como elas influenciaram grandes Exércitos. Ao final da introdução é visto como após muitos anos após essas guerras, a modernidade vivida pelo Exército ainda vê a importância da divulgação e da apresentação da imagem da instituição além de citar a problematização de como a propagação de informações, através da comunicação social, permite a aplicação da dissuasão pelo Exército Brasileiro, e principalmente por sua Artilharia frente aos outros exércitos.

Objetivando a valorização da comunicação como portador da missão de mostrar o Exército e seu poder ao povo brasileiro e outros povos dá-se início ao primeiro capítulo que apresenta conceituações e dados coletados a fim de visualizar, através da história e de maneira mais aprofundada, as nuances da propagação de informações entre as pessoas em variados momentos da existência humana até os tempos modernos e contemporâneos.

Ao longo desse item são vistas também as formas que o Exército Brasileiro usa para atingir as camadas sociais com suas notícias, anúncios e publicações. Como a utilização da tecnologia informacional moderna pode alterar e incentivar o povo a conhecer mais a instituição e seu poder de fogo (A Artilharia).

Foram vistos alguns impactos sociais da confiança populacional no Exército e na garantia da segurança promovida pela Força.

De modo encerrar o trabalho, foi pesquisado nas edições da Revista Verde-oliva qual a importância da artilharia para comunicação social do Exército através da quantidade de páginas disponibilizadas em cada revista sobre o assunto desta monografia, sendo importante salientar que após ter sido divulgada online ela abrange cada vez mais

um grande número de pessoas. Aumentando a difusão de informações e colaborando para a dissuasão da Força Terrestre.

A maior quantidade de páginas dedicadas está relacionada com um dos grandes projetos de adestramento da Artilharia que foi o projeto SIMAF. No entanto, pode-se verificar que praticamente todas as outras revistas já publicadas sempre possuem alguma matéria que cita algo sobre a Artilharia Brasileira. Sobre as edições mais recentes A maioria das matérias se referem aos projetos estratégicos, incluindo compra de novos armamentos e o programa Astros 2020, E com isso Reafirmando assim a comunicação social como ferramenta para a dissuasão da artilharia brasileira.

**Comentado [DSB3]:** Síntese dos dados coletados

## 7 REFERÊNCIAS

ACADEMIA MILITAR DAS AGULHAS NEGRAS WEBSITE. **Encerramento Manobra Escolar**. Disponível em: <http://www.aman.eb.mil.br/ultimas-noticias/264-encerramento-manobra-escolar>. Acesso em: 18 jan. 2020.

ALBACH, C. Q. C. B. M. D. S. **Revista Verde-Oliva: Desafio Global do Conhecimento**. 239. ed. Brasília-DF: Centro de Comunicação Social do Exército, 2017. p. 42-44.

BRASIL. **Centro de Comunicação Social do Exército**. : MINISTÉRIO DA DEFESA. 1. ed. MINISTÉRIO DA DEFESA: EXÉRCITO BRASILEIRO, 2019. p. 16-18.

BRASIL; **TÉCNICA DE TIRO DE ARTILHARIA DE CAMPANHA** Manual de Campanha C 6-40 - Vol 2. 5. ed. EXÉRCITO BRASILEIRO: MINISTÉRIO DA DEFESA, 2001. p. 9 – Grifo nosso.

BRASIL; **Manual Técnico EB10- MT-11.001**: Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social. 1. ed. [S.l.]: MINISTÉRIO DA DEFESA: EXÉRCITO BRASILEIRO, 2017.

BRASIL. **Portaria N° 101**, MINISTÉRIO DA DEFESA. EXÉRCITO BRASILEIRO, 2003

BRASIL. **Plano de Comunicação Social do Exército para os anos de 2018 e 2019** : (EB10-P-11.001). 1. ed. MINISTÉRIO DA DEFESA: Centro de Comunicação Social do Exército. , 2018. . Brasília, DF. EGGCF, 2017.

BRASIL; **LIVRO BRANCO de defesa nacional**. Edição. BRASIL: MINISTÉRIO DA DEFESA, 2012. p. 11, 233, 352-353.)

BRASILEIRO, Exército; **Revista Verde-Oliva: Simulador de Apoio de Fogo - Projeto SIMAF**. 232. ed. Brasília-DF: Centro de Comunicação Social do Exército, 2016. p. 3-4.

BUSINESS INSIDER. **These are the 25 most powerful militaries in the world in 2018**. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/most-powerful-militaries-in-the-world-ranked-2018-11>. Acesso em: 10 fev. 2020.

BRASIL ESCOLA. **A Propaganda Nazista**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/propagandanazista.htm>. Acesso em: 21 set. 2019.

BARROS, G. D. O. S. D. R. **Revista Verde-Oliva: Simulador de Apoio de Fogo - Projeto SIMAF**. 232. ed. Brasília-DF: Centro de Comunicação Social do Exército, 2016. p. 3-4.

CAMINHA. Pero Vaz de. “**Carta. In: Freitas a el -rei D. Manuel**. FREITAS. Gustavo de. 900 textos e documentos de história. Lisboa: Plátano. 1986. V. II. p. 99-100.)

DEFESA.GOV. **ESTRATÉGIA NACIONAL DE DEFESA**. Disponível em: <https://www.defesa.gov.br/arquivos/2012/mes07/end.pdf>. Acesso em: 21 set. 2019. Pág. 43

**Comentado [4]:** Não estou entendendo bem a formatação das referências. Por que todas elas estão com esse traço na frente. Só colocamos esse traço quando temos duas ou mais obras do mesmo autor. Então, colocamos na primeira obra o nome dele e para não repetir colocamos o traço nas demais obras. Mas você colocou em tudo! E deve ser em ordem alfabética do último nome do autor da obra. Olhe no livro da IPC.

**Comentado [DSB5R4]:** Antes eu só tinha jogado aleatoriamente, mas agora organizei em ordem alfabética e apaguei os duplicados.

**Comentado [DSB6R4]:**

**Comentado [DSB7R4]:**

**Comentado [DSB8R4]:**

DEFESA, Estado-maior De. **GLOSSÁRIO DAS FORÇAS ARMADAS** : MD35-G-01 . 4. ed. BRASIL: MINISTÉRIO DA DEFESA , 2007. p. 84.

DEFESANET. **Datafolha - Confiança nas Forças Armadas segue como a maior**. Disponível em: <http://www.defesanet.com.br/cm/noticia/33508/Datafolha---Confianca-nas-Forcas-Armadas-segue-como-a-maior/>. Acesso em: 10 fev. 2020.

DISSUAÇÃO. In: **DICIO**, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2019. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/dissuasão/>. Acesso em: 21/09/2019.)

ESCOLA EDUCAÇÃO. **INTRODUÇÃO À COMUNICAÇÃO**. Disponível em: <https://cursos.escolaeducacao.com.br/artigo/introdu-o-comunica-o>. Acesso em: 23 mar. 2020.

ESCOLA EDUCAÇÃO. **INTRODUÇÃO À COMUNICAÇÃO**. Disponível em: <https://cursos.escolaeducacao.com.br/artigo/introdu-o-comunica-o>. Acesso em: 23 mar. 2020.

EXÉRCITO BRASILEIRO, **INSTAGRAM OFICIAL. Tiro Vertical do Obuseiro M109A5+ com carga máxima - altura máxima chega a 32500 pés (9.900 m)**. Foto: Soldado Pippi (Parque Regional de Manutenção da 3ª Região Militar). Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B5VkadPhvKN/>. Acesso em: 17 jan. 2020.

EXÉRCITO BRASILEIRO, **FACEBOOK OFICIAL. Artilharia. Astros 2020**. Disponível em: <https://www.facebook.com/exercito/photos/a.178017462225190/3363685523658352/?type=3&theater>. Acesso em: 17 jan. 2020.

EXÉRCITO BRASILEIRO **WEBSITE. COMUNICAÇÃO SOCIAL NA MANOBRA ESCOLAR 2019 TEM PARTICIPAÇÃO DE ALUNOS DO CENTRO DE ESTUDOS DE PESSOAL**. Disponível em: [https://www.eb.mil.br/web/noticias/noticiario-do-exercito/-/asset\\_publisher/MjaG93KcunQL/content/id/10747595](https://www.eb.mil.br/web/noticias/noticiario-do-exercito/-/asset_publisher/MjaG93KcunQL/content/id/10747595). Acesso em: 18 jan. 2020.

EXÉRCITO BRASILEIRO. **HISTÓRICO DA REVISTA VERDE-OLIVA**. Disponível em: <http://www.eb.mil.br/web/noticias-e-multimedia/revista-verde-oliva/historico>. Acesso em: 6 mai. 2020.

EXÉRCITO BRASILEIRO. **ARMA DE ARTILHARIA**. Disponível em: <http://www.eb.mil.br/artilharia>. Acesso em: 19 mai. 2020.

FINLEY, M.I. **Economia e Sociedade na Grécia Antiga**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

INSTAGRAM OFICIAL DO EXÉRCITO BRASILEIRO. **Tiro Vertical do Obuseiro M109A5+ com carga máxima - altura máxima chega a 32500 pés (9.900 m)**. Foto: Soldado Pippi (Parque Regional de Manutenção da 3ª Região Militar). Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B5VkadPhvKN/>. Acesso em: 17 jan. 2020.

JR, J. P. S. A. **O poder militar como instrumento da política externa brasileira contemporânea**: Revista Brasileira de Política Internacional. 2. ed. Brasília, BRASIL: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, 2009.

MARTINS, Victor F. **Entre a glória e o inferno**: As batalhas de monte castello e montese. 1. ed. São João, Pernambuco: Clube de Autores, 2019. p. 67. Acessado em 21/09/2019. Disponível em <https://books.google.es/books?id=eDokDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 12/08/2019.)

MARTINS, Victor F. **Entre a glória e o inferno**: As batalhas de monte castello e montese. 1. ed. São João, Pernambuco: Clube de Autores, 2019. p. 228-229.

MORI, Victor Hugo; LEMOS, C. A. C.; CASTRO, A. H. F; **Arquitetura militar: um panorama histórico a partir do Porto de Santos**. 1. ed. BRASIL: Imprensa Oficial do Estado, 2003. p. 3

PROPAGANDA. In: **DICIO**, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2019. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/propaganda/>. Acesso em: 21/09/2019.)

**Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social**, 1ª Edição, Brasília, DF: EGGCF, 2017.

REGO, O. S.. **A Evolução da Estratégia de Comunicação Social do Exército Brasileiro: criação da AGÊNCIA VERDE OLIVA**. BARROS, Gen Div Otávio Santana do Rêgo. 2018. Web. <http://eblog.eb.mil.br/index.php/menu-easyblog/a-evolucao-da-estrategia-de-comunicacao-social-do-exercito-brasileiro.html>. Acessado em: 15 de Setembro de 2019.

SIMÕES, Teotonio; **Heródoto: A História (484 A.C. - 425 A.C.)**. 5. ed. [S.l.]: eBooksBrasil, 2006.