

O Soldado do Exército Português: perfis iguais ou diferentes?

Soldier of the Portuguese Army: equal or different profiles?

Resumo: O Exército Português tem registado uma difícil renovação dos recursos humanos, em particular, na categoria de Praça. Com o propósito de estudar os motivos que interferem nesta população-alvo, o presente artigo tem como objetivo analisar os perfis sociodemográficos dos jovens incorporados por meio da aplicação de um questionário interno, de carácter Reservado, no momento de admissão ao Curso de Formação Geral Comum de Praças do Exército. Os resultados permitiram identificar quatro grupos de jovens voluntários para o serviço militar por meio da intersecção entre a zona de residência, histórico escolar, motivos de ingresso e percepções sobre a Instituição. Os dados obtidos revelaram que durante a fase de recrutamento, a divulgação do serviço militar deverá potenciar a difusão dos valores e incentivos por esta fornecidos.


Palavras-chave: Exército Português; recrutamento; ingresso; perfil militar; atratividade.

Abstract: The Portuguese Army has been experiencing a difficult renewal of human resources, in particular in the rank of Private. With the purpose of studying the reasons that interfere in this target population, the present article aims at analyzing the socio-demographic profiles of young men incorporated, through the application of an internal questionnaire, of admission to the Army's Common General Training Course for enlisted men. The results allowed the identification of four groups of young volunteers for military service through the intersection between the zone of residence, academic background, reasons for joining and perceptions about the Institution. The data obtained revealed that during the recruitment phase, the promotion of military service should enhance the diffusion of the values and incentives it provides.


Keywords: Portuguese Army; recruitment; ingress; military profile; attractiveness.

Miguel Andrade 

Exército Português. Centro de Psicologia Aplicada do Exército (CPAE).
Queluz, AML, Portugal.
Universidade Autónoma de Lisboa
Lisboa, AML, Portugal
miguelandrade1990@gmail.com

Rui Eusébio 

Exército Português. Centro de Psicologia Aplicada do Exército (CPAE).
Queluz, AML, Portugal.
Universidade de Lisboa. Faculdade de Psicologia.
Lisboa, AML, Portugal.
eusebio.rmb@exercito.pt

Marco Santos Silva 

Exército Português. Centro de Psicologia Aplicada do Exército (CPAE).
Queluz, AML, Portugal.
marco.sansil@gmail.com

Recebido: 28 out. 2022

Aprovado: 06 fev. 2023

COLEÇÃO MEIRA MATTOS

ISSN on-line 2316-4891 / ISSN print 2316-4833

<http://ebrevistas.eb.mil.br/index.php/RMM/index>



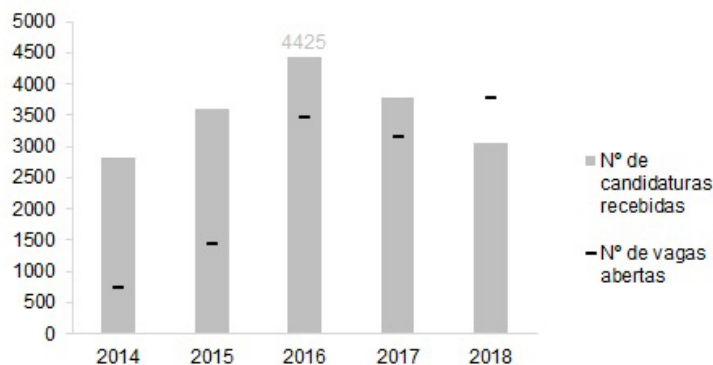
1. INTRODUÇÃO

Em 2004, o Exército Português (EP) foi confrontado com o fim do serviço militar obrigatório e a implementação de um modelo de recursos humanos (RH) sustentado no voluntariado (Coelho *et al.*, 2019). Com esta transformação, o EP viu-se perante a necessidade de recorrer à contratação de jovens para as fileiras, ficando, deste modo, dependente da sua atração e competitividade face ao restante mercado de trabalho disponível, exigindo novos esforços no recrutamento e na gestão do capital humano necessário para o cumprimento das missões atribuídas. A adaptação do EP ao novo paradigma tem revelado desafios que se traduziram numa crescente dificuldade em atrair e reter jovens para o exercício de funções militares (Silva *et al.*, 2019). Este fenómeno não se restringe em exclusivo ao contexto português e tem sido alvo de estudos (Lievens, 2007; Marrone, 2020; North Atlantic Treaty Organization; ResearchAnd Technology Organisation, 2007), em grande parte devido aos custos financeiros e operacionais que a difícil regeneração de RH acarreta, essencialmente na categoria de Praça (Lievens, 2007; Marrone, 2020; North Atlantic Treaty Organization; ResearchAnd Technology Organisation, 2007).

A baixa adesão dos jovens, principalmente à categoria de Praça, representa atualmente um dos grandes desafios com que se depara o EP. No Gráfico 1, observa-se a evolução dos números anuais relativos às vagas abertas e respectivas candidaturas. A crescente necessidade de aumentar o efetivo militar e uma concomitante diminuição de jovens candidatos têm resultado numa tendência negativa do número de candidatos por vaga, tendo-se reportado, em 2018, valores que podem ser considerados muito críticos (Silva *et al.*, 2019). A dificuldade de atração tem sido verificada nos dados recolhidos, aquando da atração que ocorre ao longo do processo de seleção e formação do novo militar, na saída voluntária (do militar no ativo) e na saída obrigatória (do militar que atinge o limite máximo de renovações contratuais). A relação entre os fenómenos desencadeou a noção de uma vulnerabilidade ao nível dos RH do Exército, o que motivou o desenvolvimento e aplicação de medidas de intervenção, entre as quais se destacam: a diminuição do tempo de espera desde a candidatura até à convocatória para o processo de seleção, a eliminação dos requisitos mínimos de aptidão física, maior distribuição geográfica dos cursos de formação militar, o aumento do vencimento durante a formação e a flexibilização do uso de tatuagens (Silva *et al.*, 2019). No mesmo sentido, o regulamento de incentivos à prestação de serviço militar também foi alvo de atualização (Decreto-Lei nº 76/2018), porém, o conjunto de medidas implementadas não evitou a falta de aderência ao serviço militar e uma saída voluntária que representa modelos amórficos para o próprio sistema.

Face ao problema e considerando as suas similitudes com os desafios também sentidos no contexto militar internacional (por exemplo, nos EUA e na Bélgica, entre outros) (Bertonha, 2008), a análise que se segue pretende conhecer e diferenciar os jovens que são incorporados no Exército e, assim, contribuir para a melhoria do sistema de recrutamento.

Gráfico 1 – Número anual de vagas abertas e candidaturas recebidas para a categoria de Praça



Fonte: Adaptado de Silva *et al.* (2019).

A investigação sobre a temática sugere a necessidade de indagar os diferentes fatores, individuais e organizacionais, que possam contribuir para uma maior atratividade do efetivo militar (Lievens, 2007; Marrone, 2020; North Atlantic Treaty Organization; Research And Technology Organisation, 2007). O presente estudo tem como objetivo analisar os perfis dos jovens incorporados na categoria de Praças do EP. A análise baseia-se em dados recolhidos no momento de incorporação, momento em que os indivíduos ainda não possuem um conhecimento tácito da instituição e distingue perfis baseados nas características individuais dos formandos, mas também, a sua perceção sobre as características organizacionais, os fatores de atratividade e o nível de informação da Instituição. Os resultados obtidos permitem ter um maior conhecimento dos jovens que foram captados pela Organização e formular contributos para novas estratégias de recrutamento.

2. METODOLOGIA

A investigação realizada pretende fornecer informação de apoio à decisão do Comando do Exército. Assim, foi construído um questionário para monitorizar e medir um conjunto de variáveis sobre os jovens que se encontram a iniciar a vida militar no EP. Este questionário é realizado de forma online por meio da plataforma LimeSurvey e a sua aplicação ocorre durante o processo de incorporação. O momento de incorporação refere-se ao dia em que os candidatos, apurados nas provas de seleção, iniciam a formação militar necessária à prestação do serviço militar em regime de voluntariado ou regime contrato. A recolha de dados realizada nesse momento tem como principal objetivo conhecer os RH que se encontram em processo de integração na Organização, de forma a melhorar processos internos, promover a imagem institucional e intervir no investimento sem retorno associado à saída precoce da Organização (Lomascolo, 2008; North Atlantic Treaty Organization; Research And Technology Organisation, 2007; Lomascolo Strand; Berndtsson, 2015). No total, participaram 2.082 jovens incorporados nos Cursos de Formação Geral Comum de Praças do Exército realizados entre 2018 e 2020 e, para efeitos de estudo, foram utilizados dados sobre género, zona de residência, percurso escolar e profissional, motivações e perceções acerca da Instituição. Importa referir que para realizar o presente estudo

no Exército Português, não existe a necessidade de submeter um protocolo de pesquisa junto a um comité de ética, apenas é necessário obter a autorização superior do Comando. Adiciona-se, ainda, que foi o próprio Comando do Exército que atribuiu a responsabilidade ao Centro de Psicologia Aplicada do Exército para a prossecução da análise ao fenómeno.

2.1 Análise Estatística

A Análise de Correspondências Múltiplas (ACM) é um método exploratório que tem como objetivo verificar e estudar as interrelações entre as categorias das variáveis em análise. Tratando-se de um método de investigação, a interpretabilidade do plano das categorias é, sem dúvida, o elemento essencial para o estudo. A análise gráfica da ACM permite, de forma representativa, visualizar a relação da distribuição entre as variáveis. As categorias respetivas às variáveis em análise são representadas por pontos e a distância entre eles permitem interligar a existência ou não de relações, traduzindo-se na construção de perfis.

A construção gráfica tem preponderância de acordo com as variáveis que incidem sobre os eixos (que representam as dimensões criadas) e que as suas categorias se apresentam fortemente correlacionadas entre elas e os eixos, como se pode verificar na seguinte tabela:

Tabela 1 – Medidas de Discriminação e contribuições das variáveis

Variáveis	Dimensão 1		Dimensão 2	
	Discriminação	Contribuição	Discriminação	Contribuição
Zona de Residência	0,241	13,40%	0,045	2,90%
Habilitações	0,617	34,30%	0,009	0,60%
Motivo de ingresso	0,015	0,80%	0,273	17,20%
Pretende concorrer a uma categoria superior	0,015	0,90%	0,251	15,80%
Historial de reprovação escolar	0,441	24,50%	0,022	1,40%
Vontade de prosseguir os estudos	0,265	14,70%	0,015	0,90%
Nível de informação sobre o Exército	0,011	0,60%	0,420	26,50%
Percepção da Remuneração	0,055	3,10%	0,294	18,60%
Condições oferecidas face ao mercado de trabalho	0,139	7,70%	0,255	16,10%
Inércia	0,200		0,176	
% de variância explicada	11,50%		10,12%	

Fonte: Exército Português

O software utilizado para as análises realizadas foi o IBM SPSS.

De acordo com a tabela apresentada, observa-se quais são as variáveis que mais contribuem para a definição dos eixos compostos pela Dimensão 1 e Dimensão 2, que se denominaram “Zona de residência e historial de reprovação escolar” e “Motivos de ingresso e percepções sobre a Instituição”.

3. APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Características dos novos recrutas

Para compreender o perfil dos jovens que ingressaram na categoria de Praça do EP, foi analisado um conjunto de questões sobre as características sociodemográficas. Estes dados descritos na Tabela 2 revelaram que a maioria dos formandos apresentam um historial de reprovação escolar (64%) e ao nível da escolaridade, o secundário completo (63,3%), registando-se, porém, uma percentagem significativa de casos (34,3%) que detinha somente o 3º ciclo do ensino básico, não concluindo, assim, o 12º ano de escolaridade (no Brasil, o 3º ciclo do ensino básico português corresponde ao Ensino Fundamental e o 12º ano de escolaridade corresponde ao Ensino Médio brasileiro), tal como descrito na legislação nacional (Decreto-Lei nº 176/2012). Importa referir que, sendo o 3º ciclo a escolaridade mínima para candidatura à categoria de Praça (Portugal, c2021), a obtenção de RH com um baixo nível habilitacional poderá influenciar negativamente o desempenho profissional da força de trabalho recrutada (Ng; Feldman, 2009). Na Tabela 2, observa-se que a maioria dos inquiridos são oriundos do Norte do país. Estes dados encontram-se agrupados por “zona de residência” e resultam da junção de casos com uma melhor distribuição da amostra e uma relação geográfica entre distritos de residência. A título de exemplo, os distritos pertencentes às unidades territoriais do Alentejo e Algarve foram agrupados em zona de residência “Sul” para fins de análise estatística.

Tabela 2 – Características dos formandos no momento da incorporação

Características dos formandos	N	%
Sexo		
Masculino	1736	83%
Feminino	346	17%
Historial de reprovação escolar		
Reprovou	1339	64%
Nunca reprovou	743	36%
Escolaridade		
3º ciclo	714	34%
Ensino secundário	1317	63%
Ensino Superior	49	2%
Outro	2	0%
Situação profissional antes do ingresso		
Desempregado	1401	67%
Empregado	681	33%

Características dos formandos	N	%
Zona de residência		
Norte	1072	51%
Centro	514	25%
Sul	307	15%
Regiões Autónomas	189	9%

Fonte: Exército Português

3.2 Características de ingresso

Analisadas as características dos jovens incorporados no EP, importa também conhecer as suas motivações, aspirações e perceções sobre a Instituição. Em relação à motivação de ingresso, na Tabela 3, é possível observar que a maioria dos jovens (69%) decidiu alistar-se pela possibilidade de “Servir a Pátria e defender o país”, contrariamente a uma minoria que ingressou pelas condições oferecidas e oportunidades proporcionadas.

Para compreender a atratividade do serviço militar, recorreu-se à teoria de Moskos (1986), que distingue valores ocupacionais de valores institucionais. Segundo o autor, o ingresso motivado pela defesa do país poderá classificar-se como um valor institucional definido como um atributo intrínseco e diferenciador da Instituição militar que apela a uma causa superior ao interesse individual do jovem. Por oposição, as motivações baseadas nas condições de trabalho, entre outras, podem incluir-se nos valores ocupacionais caracterizados como interesses ou motivações próprias (Helmus *et al.*, 2020). De acordo com o autor, o serviço militar voluntário vigente levaria a Organização militar a perder os seus valores institucionais em prol dos valores ocupacionais orientados para o vencimento e outros benefícios (*idem.*). Todavia, os resultados obtidos revelam que os valores institucionais continuam a prevalecer sobre os valores ocupacionais, sugerindo a importância em promover a identidade organizacional como fator de atratividade (LIEVENS, 2007).

A análise descrita na Tabela 3, demonstra que a maioria dos novos formandos (62%) sentia estar informado sobre a Instituição, porém, uma percentagem significativa detinha um nível de conhecimento baixo ou moderado. Independentemente das condições oferecidas no momento de admissão, a decisão de ingresso depende também do percurso que a Instituição proporciona ao jovem. Nesse sentido, observou-se que, no momento de incorporação, a maioria dos recrutas aspira concorrer para uma categoria superior (77%) e muitos têm as qualificações necessárias para essa ascensão na hierarquia militar (63%, ver Tabela 1). Com o aumento do nível de escolaridade na população portuguesa (PORDATA, 2021), o ingresso baseado nas habilitações académicas tende a aumentar a elegibilidade para as categorias superiores¹, facilitando movimentações ascendentes que dificultam o preenchimento das vagas na base da pirâmide.

¹ A título de exemplo, ambas as categorias de Praças e Sargentos concorrem por jovens com o ensino secundário e uma faixa etária semelhante.

Adiciona-se, ainda, em referências aspirações futuras, que a generalidade dos inquiridos manifestou vontade de prosseguir os estudos (70%). Os dados reforçam a relevância de divulgar e garantir o acesso aos incentivos relacionados com formação profissional e académica previstos em regulamento (Decreto-Lei nº 76/2018).

Tabela 3 – Características de ingresso dos formandos

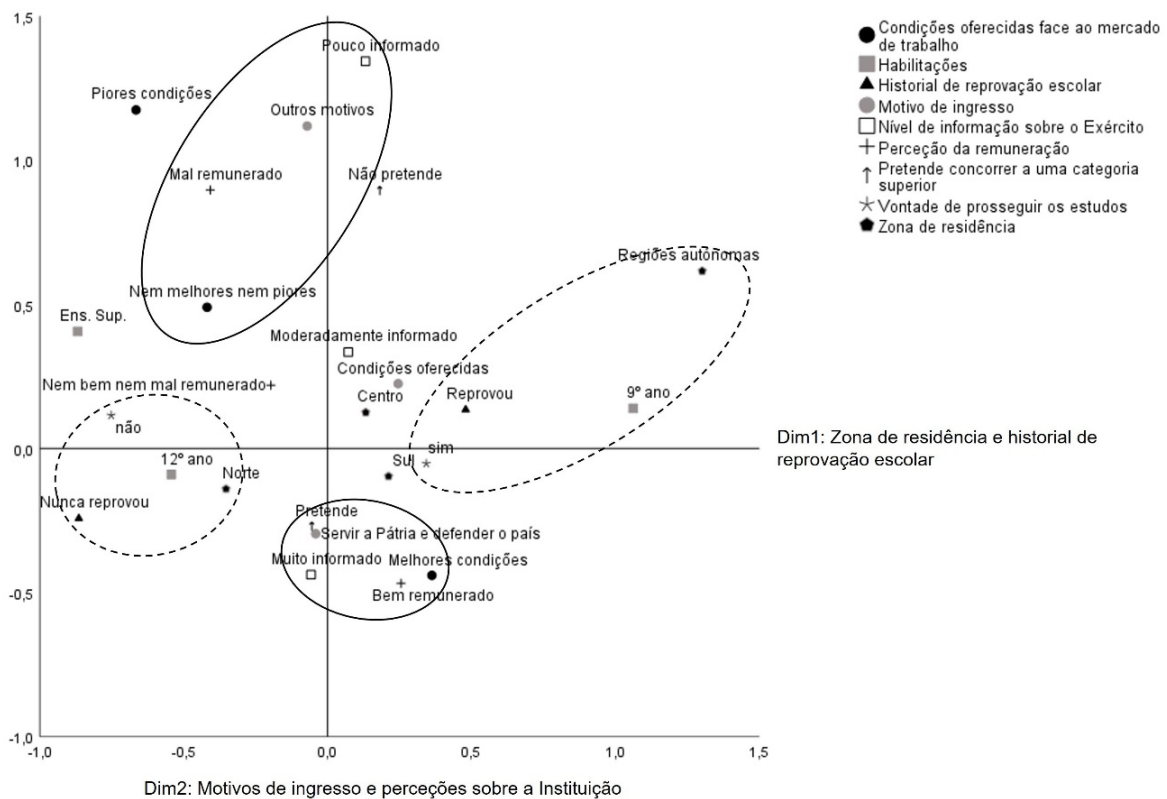
Características de ingresso	N	%
Motivo de ingresso		
Servir a Pátria e defender o país	1436	69%
Condições de trabalho oferecidas	333	16%
Atividade física, ação e aventura	117	6%
Ser independente	169	8%
Não ter outra oportunidade	27	1%
Condições oferecidas face ao mercado		
Melhores condições	1131	54%
Nem piores, nem melhores	904	44%
Piores condições	47	2%
Perceção da remuneração		
Bem remunerado	1126	54%
Nem bem, nem mal remunerado	488	23%
Mal remunerado	468	23%
Nível de informação sobre o Exército		
Muito informado	1292	62%
Moderadamente informado	491	24%
Pouco informado	299	14%
Pretende concorrer a categoria superior		
Pretende	1599	77%
Não pretende	483	23%
Vontade de prosseguir os estudos		
Sim	1430	69%
Não	652	31%

Fonte: Exército Português

3.3 O Perfil do Militar que concorre ao Exército Português

Com base nas variáveis em análise e procedendo a uma análise de correspondências múltiplas (ACM) como método exploratório (Carvalho, 2017), conseguiu-se materializar a construção de perfis distintos dos recrutas. No Gráfico 2, encontra-se a representação dos perfis exploratórios, suportados por uma análise preliminar. Os resultados expressos identificam duas dimensões que relacionam o histórico de reprovação escolar e a zona de residência, com os motivos de ingresso e as percepções acerca da Instituição. A primeira dimensão foi denominada de “Zona de residência e histórico de reprovação escolar” e permite visualizar as diferenças entre a escolaridade, sucesso académico e a vontade em prosseguir os estudos entre indivíduos do Norte do país e das Regiões Autónomas. A segunda dimensão foi designada por “Motivos de ingresso e percepções sobre a Instituição” que demonstra a percepção dos formandos em relação ao salário que irão obter, as condições oferecidas, o principal motivo de ingresso, a sua percepção sobre a informação que detêm do Exército e se pretendem candidatar-se a uma categoria superior.

Gráfico 2 – Perfis de motivos de ingresso



A análise à primeira dimensão, permite identificar distintos perfis que sugerem reflexões interessantes cujas variáveis discriminantes se relacionam com a zona de residência e percurso escolar. Assim, encontra-se o grupo dos sujeitos que residiam no Norte e que tinham associados os atributos de 12º ano de escolaridade, um percurso escolar sem reprovações e sem vontade de prosseguir os estudos. Por outro lado, no mesmo eixo, situa-se o grupo de indivíduos com o ensino básico, residentes nas regiões autónomas, com historial de reprovação escolar e com vontade em prosseguir os estudos.

Atendendo à segunda dimensão, observa-se um grupo de recrutas, cujo principal motivo de ingresso foi “Servir a Pátria e defender o país”. Estes indivíduos demonstraram intenção de concorrer a uma categoria superior, sentiam-se muito informados sobre o EP no momento de incorporação, consideraram a profissão militar bem paga e com melhores condições face a outros empregos. Por oposição, encontra-se também um grupo de jovens que não pretendiam candidatar-se a uma categoria superior, sentiam-se pouco informados sobre a Instituição e percecionaram condições e oportunidades pouco favoráveis face às alternativas no mercado.

4. CONCLUSÃO

Conhecer o jovem recruta é fundamental para repensar o perfil de candidato pretendido e delinear estratégias de recrutamento direcionadas ao público-alvo. A pertinência deste tema é inquestionável face às necessidades de RH registadas nos últimos anos que podem comprometer a resposta às missões institucionais.

Com o objetivo de analisar os perfis dos jovens incorporados na categoria de Praça do EP, foi utilizada uma amostra de 2.082 inquiridos obtida por meio de um questionário aplicado no momento de incorporação. A análise de dados efetuada permitiu identificar um conjunto de características dos novos formandos, nomeadamente, a prevalência de jovens do sexo masculino, em situação de desemprego e com um histórico de reprovações no ensino escolar. Constatou-se que grande maioria dos militares têm habilitações superiores às necessárias para o ingresso na categoria de Praça, situação que é indissociável da sua intenção de concorrer a uma categoria superior, e a importância de promover uma gestão de RH capaz de prever as movimentações ascendentes dentro da Organização. Verificaram-se padrões perfis distintos, consoante a zona de residência, as características escolares e as perspetivas profissionais. Numa perspetiva de recrutamento e divulgação, importa referir que os valores institucionais se mantêm como um fator principal de atração dos jovens portugueses. Identificou-se a importância de melhorar a informação sobre a Instituição, no público-alvo e os respetivos influenciadores. Nos padrões identificados, observou-se que os formandos oriundos da região do Norte apresentam um percurso escolar de sucesso contrariamente aos provenientes das Regiões Autónomas, que ingressam menos qualificados, mas com intenção de prosseguir os estudos. Neste caso, os incentivos escolares e académicos das Forças Armadas deverão desempenhar um papel importante na captação de jovens residentes nas ilhas para o EP.

Assim, os dados obtidos não deixam de estar em linha com outros estudos que apontam para uma alteração dos padrões de interesses das novas gerações e para os quais deverá existir uma grande atenção, de relevar nos jovens portugueses o valor associado à Instituição militar e que deve ser potenciado e explorado.

Por último, este estudo vem demonstrar que, face às dimensões levantadas, existem diferentes perfis de candidatos ao nível das zonas do país, pelo que este fator também poderá ser tido em conta nas estratégias de divulgação e captação de RH.

A continuidade da monitorização implementada pelo EP poderá estimular estudos capazes de obter novas medidas para responder à problemática do recrutamento de jovens para a Instituição militar.

REFERÊNCIAS

BERTONHA, J. F. Recrutas ou profissionais? Os dilemas das forças armadas dos EUA na virada do século XXI. **Meridiano** 47, Brasília, DF, v. 9, n. 90, p. 2-4, 2008. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/MED/article/view/2875>. Acesso em: 8 fev. 2022.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 76 de 11 de outubro de 2018**. Aprova o regulamento de incentivos à prestação de serviço militar nos diferentes regimes de contrato e no regime de voluntariado. **Diário da República**: seção 1, Brasília, DF, n. 196, p. 4936-4945, 11 out. 2018.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 176, de 2 de agosto, 2012**. Regula o regime de matrícula e de frequência no âmbito da escolaridade obrigatória das crianças e dos jovens com idades compreendidas entre os 6 e os 18 anos e estabelece medidas que devem ser adotadas no âmbito dos percursos escolares dos alunos para prevenir o insucesso e o abandono escolares. **Diário da República**: seção 1, Brasília, DF, n. 149, p. 4068-4071, 8 fev. 2012.

CARVALHO, H. **Análise multivariada de dados qualitativos**: utilização da análise de correspondências múltiplas com o SPSS. 2. ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2017.

COELHO, A. *et al.* Estudo de caracterização sociodemográfica e de satisfação organizacional dos militares do regime de voluntariado e de contrato dos três ramos das forças armadas. *In*: PORTUGUAL. **Militares RV/RC**: características e perceções: research brief. Lisboa: Defesa Nacional, 2019. Disponível em: <https://www.portugal.gov.pt/download-ficheiros/ficheiro.aspx?v=%3D%3DBAAAAB%-2BLCAAAAAAABACzMLAwAACVZvYBBAAAAA%3D%3D>. Acesso em: 8 fev. 2023.

HELMUS, T. C. *et al.* **Life as a private**: a study of the motivations and experiences of junior enlisted personnel in the U.S. Army. Santa Monica: RAND Corporation, 2020. Disponível em: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR2200/RR2252/RAND_RR2252.pdf. Acesso em: 8 fev. 2022.

LIEVENS, F. Employer branding in the Belgian Army: the importance of instrumental and symbolic beliefs for potential applicants, actual applicants, and military employees. **Human Resource Management**, [s. l.], v. 46, n. 1, p. 51-69, 2007.

LOMASCOLO, A. F. **“Do you want excitement? Don’t join the Army, be a Nurse!”**: identity work and advantage among men in training for the female professions. 2008. Doctoral (Dissertation) – Virginia Tech, [Blacksburg], 2008.

MARRONE, J. V. **Predicting 36 months attrition in the US Military**: a comparison across service branches. Santa Monica: RAND Corporation, 2020. Disponível em: https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR4258.html. Acesso em: 8 fev. 2022.

MOSKOS, C. C. Tendências institucionais/ocupacionais nas forças armadas: uma atualização. **Forças Armadas e Sociedade**, v. 12, n. 3, p. 377-382, 1986.

NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION; RESEARCH AND TECHNOLOGY ORGANISATION. **Recruiting and retention of military personnel**: final report of research task group HFM-107. Brussels: NATO; RTO, 2007. (RTO Technical report, TR-HFM-107).

NG, T. W.; FELDMAN, D. C. How broadly does education contribute to job performance? **Personnel Psychology**, [s. l.], v. 62, n. 1, p. 89-134, 2009.

PORDATA. **Dados estatísticos**. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2021. Disponível em: <https://www.pordata.pt/>. Acesso em: 12 fev. 2021.

PORTUGAL. Exército. Regime de contrato/voluntariado. **Como te podes candidatar**. Lisboa: Exército, c2021. Disponível em: <https://www.exercito.pt/pt/junta-te/rc-rv>. Acesso em: 8 fev. 2021.

SILVA, M. *et al.* **Employer branding: the army mirrored on it's candidates**. Lisboa: [s. n.], 2019. European Research Group on Military and Society. Apresentação em conferência.

STRAND, S.; BERNDTSSON, J. Recruiting the “enterprising soldier”: Military recruitment discourses in Sweden and the United Kingdom. **Critical Military Studies**, [London], v. 1, n. 3, p. 233-248, 2015.