

O patrimônio imobiliário histórico-cultural do Exército Brasileiro como ferramenta de comunicação estratégica

The Brazilian Army's Historical and Cultural Real Estate Assets as an Instrument of Strategic Communication

Resumo: Este artigo analisa o potencial do patrimônio imobiliário histórico-cultural do Exército Brasileiro como ferramenta de comunicação estratégica. A pesquisa, de natureza qualitativa e exploratória, baseou-se na metodologia de Cellard e em análise documental de normativos oficiais, como o Livro Branco de Defesa Nacional, a Política Nacional de Defesa, a Estratégia Nacional de Defesa, todos de 2020, e a Política de Comunicação Estratégica do Exército, de 2024, além de uma revisão bibliográfica. Foram discutidos os fundamentos conceituais da comunicação estratégica e do patrimônio cultural, além de experiências internacionais (Estados Unidos, Paquistão, Coreia do Sul e Turquia). O estudo conclui que o patrimônio militar brasileiro pode ser explorado em projetos-piloto audiovisuais, integrando preservação cultural e inovação comunicacional. Essa estratégia pode ampliar a aproximação entre Defesa e sociedade, reforçando a legitimidade institucional e fomentando o debate democrático sobre identidade nacional e memória coletiva.

Palavras-chave: comunicação estratégica; patrimônio imobiliário; Exército Brasileiro; fortificações históricas; análise documental.

Abstract: This article analyzes the potential of the Brazilian Army's historical and cultural real estate heritage as a strategic communication tool. The research, qualitative and exploratory in nature, was based on documentary analysis following Cellard's framework, examining official regulations such as the National Defense White Paper, the National Defense Policy, and the National Defense Strategy (all from 2020), as well as the Army Strategic Communication Policy (2024), complemented by a literature review. The conceptual foundations of strategic communication and cultural heritage were discussed, alongside international experiences (United States, Pakistan, South Korea, and Turkey). The study concludes that Brazilian military heritage can be leveraged via pilot audiovisual projects, integrating cultural preservation and communication innovation. Such a strategy may strengthen ties between Defense and society, reinforce institutional legitimacy, and foster democratic debate on national identity and collective memory.

Keywords: strategic communication; real estate heritage; Brazilian Army; historical fortifications; document analysis.

José Alcione Macedo de Sousa Júnior 

Exército Brasileiro. Escola de Comando e Estado-Maior do Exército (ECEME).
Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
josejunior.alcione@eb.mil.br

Kaizô Iwakami Beltrão 

Fundação Getúlio Vargas (FGV EBAPE)
Escola de Comando e Estado-Maior do Exército (ECEME)
Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
kaizo.beltrao@fgv.br

Recebido: 24 set. 2024

Aprovado: 11 set. 2025

COLEÇÃO MEIRA MATTOS

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

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



Creative Commons
Attribution Licence

1 INTRODUÇÃO

O conflito entre Rússia e Ucrânia expõe ao mundo o uso intensivo da comunicação estratégica em larga escala, promovendo uma verdadeira guerra de informações. Esses países beligerantes têm utilizado as técnicas de propaganda, valendo-se dos princípios da pós-verdade e da desinformação, visando conquistar a opinião pública. A Ucrânia busca neutralizar a desinformação inimiga, enquanto a Rússia tem empregado a propaganda negra¹ para legitimar suas ações. É interessante observar que o uso da comunicação estratégica busca dar liberdade de ação e obter apoio nacional e internacional a cada um dos países (Ślufińska, 2022).

O século XXI é caracterizado por uma era de interdependência e instantaneidade, movida pelas dinâmicas da globalização e da conectividade. Essa nova realidade impõe celeridade na adequação da visão estratégica das organizações, objetivando o contínuo alinhamento com um mundo em permanente mutação (Motta, 2022). Em 2024, o Exército Brasileiro (EB) publicou sua Política de Comunicação Estratégica com o objetivo de fazer frente às ameaças institucionais na dimensão informacional (Brasil, 2024). Dessa forma, há uma indicação contundente de que a comunicação estratégica se tornou essencial para as instituições, ao facilitar sobremaneira a acomodação ao novo cenário extremamente dinâmico.

Em sua diretriz, o EB definiu a comunicação estratégica como “a sistematização contínua dos processos comunicacionais [...] a fim de manter a legitimidade e a credibilidade, visando possuir liberdade de ação” (Brasil, 2024). Esse documento insere-se em um conjunto mais amplo de políticas públicas que visam orientar instituições estatais diante das novas dinâmicas de informação.

Autores como Murphy (2012) demonstram que o uso da comunicação estratégica por atores governamentais não é um fenômeno recente. Nos Estados Unidos, buscava-se influenciar públicos estrangeiros em contextos de guerra já no século XIX, quando Winfield Scott buscou alcançar a Igreja Católica do México para conquistar o apoio dos mexicanos no conflito entre as duas nações. Hoje, os principais desafios para a Comunicação Estratégica (CE) incluem a complexidade do ambiente informacional, a rapidez e o volume de informações, além de fatores culturais e estruturais. De maneira geral, esses desafios apontam a necessidade de inovação na forma de lidar com a comunicação estratégica e a similaridade com o cenário brasileiro.

Experiências de outros países reforçam a importância desse debate. O caso do Paquistão, por exemplo, com a criação, em 1949, do setor de Relações Públicas Inter-Serviços (ISPR)², evidencia como a comunicação estratégica pode alterar positivamente percepções sociais em contextos de disputa territorial, como na Caxemira (Kochhar, 2023). A análise desses exemplos permite perceber como a comunicação estratégica se tornou um elemento central na disputa por narrativas no século XXI.

Para fazer frente aos desafios da comunicação estratégica, faz-se necessário utilizar novas ferramentas de comunicação, como mídias digitais, engajar comunidades, treinar pessoal para

1 “Propaganda negra [...] envolve atribuir a fonte da desinformação a um adversário” (Ibrahim; Rhode; Daseking, 2023, p. 14, tradução nossa).

2 A ISPR funciona com o Estado-Maior Conjunto das Forças Armadas e tem como objetivo angariar apoio nacional para as Forças Armadas e fortalecer sua determinação de cumprir sua missão, ao mesmo tempo que deve enfraquecer a vontade do adversário; é responsável por formular a política de mídias dos militares, proteger as Forças Armadas de influências negativas e monitorar a mídia internacional e nacional, entre outras tarefas de comunicação social (Adache, 2014).

executar a comunicação estratégica e criar soluções inovadoras. Para enfrentar a desinformação ou as demais ameaças do campo informacional, “a atitude mais positiva é a difusão e o reforço de narrativas, de modo sincronizado, acerca dos elementos essenciais da reputação e da credibilidade da Instituição, considerando-se que ‘tudo comunica!’” (Nunes, 2019, p. VIII).

Nesse sentido, este artigo examina a viabilidade do uso do patrimônio histórico-cultural militar como ferramenta de comunicação estratégica. A análise parte de pesquisa bibliográfica, fundamentada em documentos oficiais de defesa, e dialoga com experiências internacionais. O objetivo é compreender em que medida o patrimônio histórico-cultural pode atuar como recurso simbólico relevante para aproximar a sociedade das temáticas de defesa, ao mesmo tempo que projeta valores e identidades associados ao Estado brasileiro.

2 METODOLOGIA

Este artigo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa e exploratória, fundamentada em levantamento bibliográfico e análise documental. Foram examinados documentos oficiais de defesa, como o Livro Branco de Defesa Nacional (Livro [...], 2020), a Política Nacional de Defesa (PND) (Política [...], 2020), a Estratégia Nacional de Defesa (Política [...], 2020) e a Política de Comunicação Estratégica do Exército Brasileiro (Brasil, 2024), além de literatura acadêmica nacional e internacional relacionada ao patrimônio cultural e à comunicação estratégica.

Para a análise dos documentos primários, adotou-se a metodologia de análise documental proposta por Cellard (2008), que considera cinco dimensões fundamentais: o contexto de produção, a autoria, a confiabilidade, os significados explícitos e implícitos e a relevância social. Esse procedimento metodológico permitiu não apenas compreender o conteúdo normativo dos textos, mas também identificar insuficiências em termos de mecanismos práticos para aproximar a Defesa Nacional da sociedade.

Complementarmente, mobilizou-se literatura de referência em três eixos: comunicação estratégica – Castells (1999, 2008, 2017), Lévy (1999) e Paul (2011); patrimônio cultural – Abreu e Chagas (2003) e Gonçalves (2007); e experiências internacionais – exemplos de uso de produções audiovisuais de países como Estados Unidos, Paquistão, Coreia do Sul e Turquia. Essa combinação permitiu articular teoria e prática, com vistas a compreender como o patrimônio imobiliário histórico-cultural pode ser incorporado como recurso comunicacional estratégico.

3 DESENVOLVIMENTO

3.1 Fundamentos conceituais da comunicação estratégica

A comunicação estratégica constitui-se como um campo de estudos em expansão, cuja definição varia conforme o autor e o contexto. Para Christopher Paul (2011), trata-se de um conjunto de ações, mensagens, imagens e formas de engajamento coordenadas, orientadas a informar, influenciar ou persuadir públicos selecionados em apoio a objetivos institucionais ou nacionais. Essa concepção se fundamenta em quatro pilares: clareza de objetivos e de efeitos desejados sobre as audiências; coordenação entre os agentes comunicacionais, evitando mensagens contraditórias (*informational*

fratricide); coerência entre discurso e prática, reduzindo o chamado “*say-do gap*”; e a compreensão de que não apenas mensagens explícitas comunicam, mas também as ações (Paul, 2011).

No entanto, a comunicação estratégica contemporânea não pode ser dissociada das transformações promovidas pelo ambiente digital. Pierre Lévy (1999) desenvolveu conceitos fundamentais para a compreensão dessa nova ambiência: o ciberespaço, entendido como o “universo oceânico de informações” permanentemente alimentado pelos usuários; a cibercultura, como o conjunto de práticas e valores emergentes desse espaço interconectado; e a noção de inteligência coletiva, na qual o conhecimento se distribui de forma colaborativa. Tais conceitos são acompanhados por reflexões sobre a ciberdemocracia e a virtualidade, que evidenciam como as redes digitais ampliam as possibilidades de expressão e, ao mesmo tempo, de controle. Em diálogo com essa perspectiva, estudos recentes apontam que fenômenos como o panóptico³ digital materializam novas formas de vigilância difusa, em que a autoexposição dos indivíduos alimenta mecanismos de monitoramento e disciplinamento social (Areas; Ramiro; Tamaoki, 2024).

As contribuições de Manuel Castells complementam esse arcabouço ao demonstrarem que vivemos em uma sociedade em rede, marcada por um novo paradigma histórico em que a informação se torna a principal matéria-prima. Nesse contexto, as redes constituem a nova morfologia social, reorganizando substancialmente os processos de produção, poder, cultura e experiência (Castells, 1999). Dois conceitos centrais se destacam: o espaço de fluxos, lógica espacial que conecta globalmente nós estratégicos (cidades, instituições, mídias), e o tempo intemporal, caracterizado por simultaneidade e compressão temporal viabilizadas pelas tecnologias digitais (Castells, 2008). Além disso, Castells (2017) evidencia como movimentos sociais utilizam as redes digitais para disputar sentidos e construir legitimidade, mostrando que o poder dos fluxos prevalece sobre os fluxos de poder, isto é, a capacidade de intervir nas redes e moldar narrativas revela-se mais decisiva do que a simples posse de recursos materiais.

Assim, a integração das contribuições de Paul, Lévy e Castells permite compreender a comunicação estratégica como um processo que ultrapassa a dimensão instrumental da emissão de mensagens. Ela deve ser analisada como prática inserida em disputas informacionais e simbólicas próprias da sociedade em rede, em que a vigilância digital, a produção colaborativa de sentidos e a circulação global de fluxos de informação remodelam os desafios da comunicação estratégica contemporânea.

A partir desses referenciais teóricos, torna-se possível compreender que a comunicação estratégica não se limita à difusão de mensagens institucionais, mas se configura como prática situada em um ambiente digital marcado por redes, fluxos informacionais e disputas simbólicas. Nesse contexto, o patrimônio imobiliário histórico-cultural do EB pode ser analisado não apenas como ativo material ou expressão de memória institucional, mas também como elemento estratégico na construção de narrativas, identidades e legitimidade social. Ao ser inserido no espaço de fluxos descrito por Castells (1999), articulado à cibercultura de Lévy (1999) e operacionalizado pelos princípios de coordenação e coerência destacados por Paul (2011), o patrimônio militar adquire potencial comunicacional ampliado, funcionando como instrumento de diálogo entre a instituição e a sociedade em meio às dinâmicas contemporâneas de informação e poder.

3 O termo “panóptico”, criado no século XVIII por Jeremy Bentham, descreve uma forma de prisão em que um único guarda poderia controlar muitos prisioneiros sem que eles soubessem se estavam ou não sendo observados (Silva, 2023).

3.2 Fundamentos conceituais do patrimônio imobiliário

A noção de patrimônio, em particular de patrimônio cultural, não deve ser reduzida a uma visão puramente material ou jurídica. Trata-se de uma categoria complexa que articula memória, identidade e poder. Segundo Regina Abreu e Mário Chagas (2003), o patrimônio deve ser compreendido como construção social e histórica, resultante da relação de grupos humanos com seus bens, práticas e representações. Nessa perspectiva, preservar um bem não significa apenas conservar sua materialidade, mas sobretudo salvaguardar os sentidos coletivos que lhe são atribuídos, garantindo sua transmissão para as gerações futuras.

Como lembra José Reginaldo Gonçalves (2007), o patrimônio opera como “categoria de pensamento” universal, presente em qualquer sociedade, e seu valor vai além do aspecto utilitário: trata-se de um “fato social total”, que envolve dimensões econômicas, religiosas, políticas e estéticas. Essa leitura amplia o horizonte do debate sobre o patrimônio imobiliário militar. As fortificações, os quartéis e os edifícios históricos do Exército não são apenas “bens de pedra e cal”, mas também territórios de memória que carregam valores simbólicos, identitários e afetivos para diferentes comunidades (Abreu; Chagas, 2003).

No Brasil, essa concepção encontra respaldo na Constituição de 1988, nos artigos 215 e 216 (Brasil, [2024]), que alargou o conceito de patrimônio cultural para incluir tanto os bens de natureza material quanto imaterial. Essa visão se alinha à ideia de que o patrimônio imobiliário militar, além de abrigar funções defensivas, conserva narrativas da formação da nação, permitindo à sociedade refletir criticamente sobre sua história e fortalecer vínculos identitários.

3.3 Fundamentos normativos

O eventual uso do patrimônio imobiliário histórico-cultural encontra respaldo na documentação de mais alto nível sobre a Defesa Nacional, como o Livro Branco de Defesa Nacional, a Política Nacional de Defesa e a Estratégia Nacional de Defesa, todos de 2020. Esses documentos estabelecem os Objetivos Nacionais de Defesa (OND), entre os quais se destaca o OND VI: “Ampliar o envolvimento da sociedade brasileira nos assuntos de defesa nacional”, fortemente vinculado à temática da comunicação estratégica (Política [...], 2020). Tal objetivo é materializado por Estratégias de Defesa (ED), como a ED-13, “Promoção da temática de defesa na educação”, e a ED-14, “Emprego da comunicação social”. Elas englobam Ações Estratégicas de Defesa (AED), como a AED-69 e a AED-74, que tratam da inserção da temática de defesa no sistema de educação nacional e do desenvolvimento de atividades de promoção institucional (Política [...], 2020).

Embora ofereçam legitimidade ao debate, tais documentos também apresentam limites importantes. A partir da metodologia de análise documental proposta por Cellard (2008), é possível considerar que:

1. Contexto de produção: os textos foram elaborados em meio a uma conjuntura política de restrição orçamentária e busca de legitimação social das Forças Armadas;
2. Autoria: são documentos oficiais, com linguagem fortemente normativa, refletindo prioritariamente a visão governamental;

3. Confiabilidade: embora consistam em referências institucionais, não expressam de forma equilibrada a pluralidade social;
4. Significados explícitos e implícitos: explicitamente, propõem ampliar a participação social; implicitamente, demonstram a dificuldade de traduzir esse objetivo em mecanismos práticos de implementação.

Um exemplo é o princípio da Política Nacional de Defesa: “Estimular o fundamental envolvimento de todos os segmentos da sociedade brasileira nos assuntos de defesa” (Política [...], 2020, p. 21). A formulação indica a relevância do tema, mas não apresenta instrumentos concretos que viabilizem esse engajamento, nem critérios para sua avaliação. Do mesmo modo, o Livro Branco de Defesa Nacional ressalta a importância de aproximar a defesa da sociedade civil, mas o faz por meio de descrições amplas e genéricas, sem detalhar políticas públicas que possam garantir sua efetividade.

Assim, embora esses documentos constituam o escantilhão normativo que autoriza o uso do patrimônio histórico-cultural como ferramenta de comunicação estratégica, é necessário analisá-los de maneira crítica, identificando tanto seu valor simbólico e jurídico quanto suas insuficiências. Isso reforça a necessidade de propostas inovadoras que transcendam a dimensão legal e sejam capazes de concretizar a aproximação entre defesa e sociedade por meio de instrumentos mais tangíveis.

3.4 O acervo imobiliário histórico-cultural militar no Brasil

O acervo histórico imobiliário do EB é significativo, contando com fortes, fortalezas, quartéis, monumentos e mausoléus, os quais foram construídos ao longo dos séculos para defender a integridade territorial de um país com dimensões continentais. O significado regional da construção de cada uma dessas fortificações alcança atributos psicossociais para as comunidades que viveram e vivem em suas redondezas. Para Cruxen (2011), a arquitetura militar em geral é caracterizada pelo dualismo: funcionar como fortificação diante de uma ameaça e, ao mesmo tempo, expressar valores. Dessa forma, o simbolismo arquitetônico associado à habitação, núcleo gerador de povoamento e fornecedor de segurança, permite a geração de vínculos sociais com a população.

Tais características são evidenciadas em maior ou menor grau nas construções históricas militares existentes no Brasil. O Real Forte Príncipe da Beira, em Costa Marques (RO), e o Forte de Coimbra, em Corumbá (MS), exemplificam esse dualismo da arquitetura militar. De um lado, serviram como defesa diante de tentativas de invasão espanhola do território colonial em litígio entre potências ibéricas; de outro, constituíram símbolos vinculados ao pertencimento, à identidade e ao envolvimento da população indígena na defesa dessas posições. Atualmente, esses fortes do interior representam o esforço histórico de conquista e de manutenção de fronteiras, atraindo visitantes interessados em conhecer aspectos relevantes da história nacional.

No litoral, as fortificações localizadas em Recife, Rio de Janeiro e Salvador guardam marcas simbólicas da gênese da formação da brasilidade, associadas à defesa contra invasores franceses, ingleses e holandeses. De acordo com o censo de 2022 do Instituto Brasileiro de

Geografia e Estatística (IBGE, 2023), Recife (PE) conta com 1.488.920 habitantes, o Rio de Janeiro (RJ), com 6.211.223 e Salvador (BA), com 2.417.678, totalizando aproximadamente 10 milhões de brasileiros. Esse dado indica o potencial de impacto, considerando a densidade demográfica, do patrimônio militar nessas regiões, em que há maior identificação social e possibilidades de uso das fortificações em atividades educativas e culturais, como visitas, aulas, apresentações e eventos comemorativos.

A construção dos empreendimentos militares no Brasil mobilizou mão de obra especializada, engenheiros e mestres artífices. No caso do Real Forte Príncipe da Beira, em consonância com o Diretório do Índio do Marquês de Pombal (1699-1782), a mão de obra indígena foi qualificada e instruída em tarefas e ofícios, com trabalhadores vindos de outras localidades (Barroso, 2015). Dessa forma, além da função defensiva, as fortalezas preservaram e transferiram conhecimentos técnicos e artísticos.

Cabe destacar que o ensino de engenharia no Brasil surgiu em função da necessidade de defesa. A Carta Régia de 1699 manifestava interesse em formar soldados técnicos na arte de construção de fortificações (Brasil, 2015). Ainda no século XVII, iniciaram-se aulas de fortificação, e em 1792 foi criada a Real Academia de Artilharia, Fortificação e Desenho, embrião do atual Instituto Militar de Engenharia (IME). Assim, as fortificações militares construídas a partir do século XVIII materializam a capacidade técnica em engenharia no Brasil.

Nos tempos coloniais, a presença de um forte também significava a presença estatal em diversas dimensões. No Real Forte Príncipe da Beira, por exemplo, as contendidas entre trabalhadores de origens distintas (brancos, negros, indígenas, escravizados, forros, civis e militares) eram tratadas sob a égide da legislação portuguesa (Barroso, 2015), reforçando o caráter de autoridade do espaço. A localização isolada dessa fortificação propiciou o uso de materiais locais, como pedra canga (laterita), telhas e madeira, exigindo esforço coletivo de mestres artífices, escravizados e indígenas (Barroso, 2015). O resultado foi uma obra que ainda hoje se mantém imponente na margem direita do Rio Guaporé, refletindo a adaptabilidade e a capacidade construtiva dos trabalhadores.

Atualmente, observa-se uma nova mobilização social em prol da preservação dessas construções. Trabalhos acadêmicos, como os de Amorim (2013) e Nascimento (2024), defendem a conservação da Fortaleza de Santa Cruz, em Florianópolis (SC), e do Forte de Monte Serrat, em Salvador (BA). Além disso, parcerias institucionais, como o acordo firmado entre a cidade de Salvador e o EB para a recuperação dos Fortes de São Diogo e de Santa Maria, mostram o potencial de colaboração para a valorização desse patrimônio como recurso cultural e identitário.

Durante seus mais de 500 anos de história, o Brasil abrigou cerca de 341 fortificações voltadas à defesa do território. Hoje, restam 109 dessas construções, das quais, 40 já foram tombadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) (Barroso, 2015). Esse cenário evidencia tanto a riqueza quanto a vulnerabilidade desse patrimônio, reforçando a necessidade de políticas consistentes de preservação.

Histórias de defesa, como a do Forte de Coimbra (CMO, 2013?), em 1801, reforçam o potencial narrativo desse patrimônio. Localizado às margens do Rio Paraguai, no Mato Grosso do Sul, sob o comando do Coronel Ricardo Franco de Almeida Serra, a guarnição resistiu por nove dias ao ataque de cerca de 1.100 homens, contando com apenas 49 combatentes. Essa resistência,

marcada por coragem, sacrifício e sentimento de dever, poderia ser explorada como um protótipo de mídia no Brasil, à semelhança de produções cinematográficas internacionais que transformaram episódios militares em narrativas épicas. Esse exemplo conecta o patrimônio histórico nacional a possibilidades de comunicação estratégica, funcionando como ponte para a análise das experiências internacionais.

3.5 Exemplos internacionais de comunicação estratégica

Em diferentes países, observa-se como o patrimônio, as artes e a indústria cultural foram mobilizados para consolidar narrativas nacionais. Nos Estados Unidos, por exemplo, filmes como *Fort Apache*, de 1948, e produções da indústria cinematográfica durante a Segunda Guerra Mundial, por meio do Escritório de Informação de Guerra, desempenharam um papel importante na construção de um imaginário coletivo sobre honra, expansão territorial e apoio aos esforços de guerra. Atualmente, o Escritório de Mídia e Entretenimento do Departamento de Defesa dos Estados Unidos é o responsável por apoiar estúdios, empresas, produtores, diretores, roteiristas etc. na produção e na criação de filmes (DOW Production [...], 2021). Tais produções refletem a articulação entre demandas de mercado e interesses políticos, revelando como a comunicação estratégica se entrelaça a setores culturais e econômicos (Murphy, 2012).

No Paquistão, a série *Eid-e-Wafa*, de 2019, e outras produções apoiadas pelo ISPR demonstram como o Estado utiliza produtos culturais para difundir narrativas patrióticas e legitimar políticas públicas em contextos de instabilidade regional (Subramanian, 2021). Esse modelo contrasta com o norte-americano: enquanto nos Estados Unidos a lógica de mercado predomina, com momentos de alinhamento a políticas estatais, no Paquistão há um controle governamental mais direto e contínuo sobre a produção cultural. A escolha desses dois países como referência justifica-se, portanto, por representarem dois polos opostos de uso da mídia na comunicação estratégica: de um lado, a lógica do mercado (Estados Unidos), e, de outro, a lógica estatal (Paquistão).

Experiências adicionais reforçam essa tendência global. A Coreia do Sul e a Turquia têm explorado a produção audiovisual como meio de reforço do nacionalismo e de projeção de *soft power* por meio de filmes, novelas e produções que alcançam públicos globais (Kelkitli, 2024; Lee, 2016). Essas experiências internacionais evidenciam que a comunicação estratégica, quando articulada à cultura, pode se tornar ferramenta poderosa de persuasão e de projeção simbólica, embora também levante questionamentos sobre seus limites democráticos e sobre o risco de instrumentalização da memória.

Considerando esses modelos contrastantes, o caso brasileiro poderia beneficiar-se da criação de projetos-piloto ou protótipos de mídia baseados em seu patrimônio militar. Um caminho possível seria adotar um modelo híbrido, que combinasse parcerias público-privadas e o dinamismo do setor audiovisual (à semelhança do modelo de mercado norte-americano), e apoio institucional e políticas culturais para garantir a preservação histórica e a valorização identitária (inspirado no modelo paquistanês). Essa sugestão inicial será retomada de forma mais detalhada na conclusão deste texto, como proposta de recomendação para a realidade brasileira.

3.6 Contexto nacional de mídia e tecnologia

Com o aumento da disponibilidade da internet no Brasil, em 2023, cerca de 31 milhões de domicílios contavam com assinatura de serviços de streaming pago, como Netflix, Prime Video e HBO, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) (Moura, 2024). Ainda há um enorme potencial de crescimento, uma vez que, no mesmo ano, existiam 464 milhões de dispositivos digitais (computadores, notebooks, tablets e smartphones) em uso no país, de acordo com pesquisa do Centro de Tecnologia e Informação Aplicada da Fundação Getúlio Vargas (FGVCia) (Brasil [...], 2020). Esse cenário estimulou investimentos robustos: a Netflix destinou aproximadamente R\$ 1 bilhão para produções brasileiras em 2023 e 2024, segundo o jornal Valor Econômico (Ravache, 2023), seguido do anúncio de R\$ 1,6 bilhão em investimentos no setor audiovisual pelo Governo Federal (Governo [...], 2024).

Esses dados revelam que, no Brasil, há uma infraestrutura consolidada de consumo audiovisual e um ecossistema favorável para a produção de conteúdo nacional. Portanto, iniciativas que explorem o patrimônio militar por meio de documentários, séries ou filmes encontram não apenas uma base tecnológica ampla, mas também um mercado em franca expansão. Esse contexto sinaliza a viabilidade de futuras propostas de comunicação estratégica baseadas no uso do patrimônio imobiliário histórico-cultural do EB.

4 CONCLUSÃO

A análise desenvolvida ao longo do artigo permitiu identificar que o patrimônio imobiliário histórico-cultural do Exército Brasileiro apresenta significativo potencial para ser incorporado como ferramenta de comunicação estratégica. As fortificações e edificações militares representam não apenas marcos arquitetônicos, mas também espaços simbólicos, carregados de valores identitários e narrativos que dialogam com a sociedade brasileira.

O estudo mostrou que, em termos conceituais, a comunicação estratégica deve ser entendida como um processo articulado, que envolve não apenas mensagens, mas também ações e símbolos (Paul, 2011). Ao pensar a comunicação estratégica em articulação com a cibercultura e a sociedade em rede (Castells, 1999, 2008, 2017; Lévy, 1999), evidencia-se que o patrimônio militar pode transcender sua função de preservação e atuar como recurso comunicacional de alto impacto.

Do ponto de vista comparativo, os exemplos internacionais analisados revelaram dois modelos opostos: o norte-americano, movido pelas demandas do mercado, mas ocasionalmente articulado a políticas de defesa, e o paquistanês, caracterizado pelo controle estatal direto sobre produções culturais. A análise dos casos da Coreia do Sul e da Turquia reforçou como o audiovisual pode ser utilizado como instrumento de *soft power*. Para o Brasil, sugere-se um modelo híbrido, que combine o dinamismo das parcerias público-privadas e do setor audiovisual e o apoio institucional para garantir a preservação e valorização da memória histórica.

Nesse sentido, propõem-se protótipos de mídia que utilizem o patrimônio militar como cenário e narrativa: documentários, curtas-metragens ou séries em plataformas de streaming, explorando episódios como a resistência no Forte de Coimbra. Esses projetos-piloto, mesmo em

pequena escala, contribuirão para sensibilizar a população e consolidar o vínculo entre Defesa Nacional e sociedade civil.

Ao mesmo tempo, é necessário considerar os desafios contemporâneos. O avanço do panóptico digital e das estruturas psicopolíticas⁴ (Silva, 2023) cria riscos de manipulação informacional e vigilância excessiva. A comunicação estratégica deve, portanto, equilibrar seu papel de fortalecimento institucional com o compromisso democrático de transparência e pluralidade. Se, por um lado, cabe ao Exército alertar a sociedade sobre ameaças e desinformações, por outro, a instituição deve fomentar a criação de comunidades críticas e participativas em torno do tema da defesa.

Conclui-se, assim, que o patrimônio imobiliário histórico-cultural militar pode atuar como ponte entre o passado e o presente, articulando memória, identidade e inovação. Sua utilização estratégica, ancorada em projetos de mídia e sustentada por políticas públicas inclusivas, pode reforçar a legitimidade da Defesa Nacional, ao mesmo tempo que estimula o debate democrático e a valorização da diversidade cultural brasileira.

4 “Estruturas psicopolíticas” é um tema amplo e complexo, mas que em geral trata da interação entre processos psicológicos e a política, incluindo a forma como a psicologia pode ser empregada para manipular as pessoas por meio da propaganda política, ou como a política afeta a saúde mental das pessoas (Silva, 2023).

REFERÊNCIAS

ABREU, R.; CHAGAS, M. (org.). **Memória e patrimônio**: ensaios contemporâneos. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

ADACHE, J. **The military and public relations**: issues, strategies and challenges. Bloomington: AuthorHouse, 2014.

AMORIM, J. M. C. de. **Roteiro museográfico acessível**: estudo de caso na Fortaleza de Santa Cruz. 2013. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: <https://tinyurl.com/yc7rk6w4>. Acesso em: 15 ago. 2024.

AREAS, H. L. L.; RAMIRO, M. G. N.; TAMAOKI, C. C. A sociedade pós-moderna e o panóptico digital: o livre desenvolvimento da personalidade em risco. **Direito & Liberdade**, Natal, v. 12, p. 1-12, 2024.

BARROSO, L. da S. **Real Forte Príncipe da Beira**: ocupação oeste da Capitania de Mato Grosso e seu processo construtivo (1775-1783). 2015. Dissertação (Mestrado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <https://tinyurl.com/3un2sjc5>. Acesso em: 10 ago. 2024.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2024]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 12 nov. 2024.

BRASIL. Instituto Militar de Engenharia. **História**. Rio de Janeiro, 5 ago. 2015. Disponível em: <https://www.ime.eb.mil.br/institucional/historia>. Acesso em: 24 ago. 2024.

BRASIL. Ministério da Defesa. Exército Brasileiro. **Política de Comunicação Estratégica do Exército – EB10-P-01.023**. Brasília, DF, 2024. Disponível em: <https://tinyurl.com/4tthpzhm>. Acesso em: 12 set. 2025.

BRASIL tem 424 milhões de dispositivos digitais em uso, revela a 31ª Pesquisa Anual do FGVcia. **FGV**, 8 jun. 2020. Disponível em: <https://tinyurl.com/j7udmxbn>. Acesso em: 5 set. 2024.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008. v. 2.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

CELLARD, A. A análise documental. In: POUPART, J. et al. **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 295-316.

CMO – COMANDO MILITAR DO OESTE. **Forte de Coimbra**: história e tradição. [S. l.: s. n.], 2013?. Disponível em: <https://tinyurl.com/ms69et59>. Acesso em: 4 maio 2024.

CRUXEN, E. B. Castelos e Fortificações como Documentos Histórico-Arquitetônicos: Símbolos para o Estudo das Estruturas de Poder na Península Ibérica Medieval. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA – ANPUH, 26., São Paulo, 17-22 jul. 2011. **Anais [...]**. São Paulo: Associação Nacional de História, 2011. Disponível em: <https://tinyurl.com/2f26xn9a>. Acesso em: 19 ago. 2024.

DOW PRODUCTION Assistance for Entertainment Projects. **U.S. Department of War**, Estados Unidos, 9 fev. 2021. Disponível em: <https://tinyurl.com/4v4nsxew>. Acesso em: 5 set. 2024.

GONÇALVES, J. R. S. O patrimônio como categoria analítica antropológica. In: LIMA FILHO, M. F.; ECKERT, C.; BELTRÃO, J. F. (org.). **Antropologia e patrimônio cultural**: diálogos e desafios contemporâneos. Rio de Janeiro: Garamond, 2007. p. 239-248.

GOVERNO Federal anuncia R\$ 1,6 bilhão em investimentos para o setor audiovisual. **gov.br**, Brasília, DF, 19 jun. 2024. Disponível em: <https://tinyurl.com/36db99x7>. Acesso em: 5 set. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Demográfico 2022: primeiros resultados — população e domicílios. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/22827-censo-demografico-2022.html>. Acesso em: 2 set. 2024.

IBRAHIM, F.; RHODE, S.; DASEKING, M. A systematic review of cognitive and psychological warfare. **The Defence Horizon Journal**, v. 1, 2023. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.10205600>

KELKITLI, F. A. Battling for hearts and minds: Sources of Turkish, Iranian, and Saudi soft power in the Middle East. **Digest of Middle East Studies**, Istanbul, v. 33, n. 3, p. 245-264. 2024. DOI: <https://doi.org/10.1111/dome.12328>

KOCHHAR, R. **Strategic Communication and Media**: Powerful Instruments to shape future war outcomes. 2023.

LEE, H. The South Korean Blockbuster and a divided nation. **International Journal of Korean History**, v. 21, n. 1, p. 259-264, 2016. DOI: <https://doi.org/10.22372/ijkh.2016.21.1.259>

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIVRO Branco de Defesa Nacional. Versão enviada para apreciação do Congresso Nacional. Brasília, DF, 2020. 195p. Disponível em: <https://tinyurl.com/2wphe66d>. Acesso em: 23 de ago. de 2024.

MOTTA, P. R. A era da instantaneidade e a gestão contemporânea. **Revista da Escola Superior de Guerra**, Rio de Janeiro, v. 37, n. 80, p. 200-209, 2022. Disponível em: <https://tinyurl.com/5wvtzysw>. Acesso em: 23 ago. 2024.

MOURA, B. de F. Presença de TV diminui e 42,1% dos lares com o aparelho têm streaming. **Agência Brasil**, Rio de Janeiro, 16 ago. 2024. Disponível em: <https://tinyurl.com/mwm6dv2f>. Acesso em: 5 set. 2024.

MURPHY, D. M. Strategic communication: wielding the information element of power. In: BARTHOLOMEES JR., J. B. (org.). **U.S. Army War College guide to national security issues: theory of war and strategy**. Carlisle: Strategic Studies Institute: U.S. Army War College, 2012. v. 1. p. 159-172. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/resrep12114.14>. Acesso em: 24 ago. 2024.

NASCIMENTO, C. G. **Arquitetura Militar**: recomendações para um Plano de Manutenção do Forte de Nossa Senhora de Monte Serrat. 2024. Dissertação (Mestrado em Reabilitação de Edifícios) – Departamento de Engenharia Civil, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2024. Disponível em: <https://tinyurl.com/h3mynayj>. Acesso em: 12 de ago. 24.

NUNES, R. F. A Comunicação Estratégica do Exército e a Dimensão Informacional. **Coleção Meira Mattos: Revista das Ciências Militares**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 48, p. v-xi, 2019. Disponível em: <https://tinyurl.com/mzyabet7>. Acesso em: 12 set. 2025.

PAUL, C. **Strategic communication**: origins, concepts, and current debates. Santa Barbara: Praeger, 2011.

POLÍTICA Nacional de Defesa e Estratégia Nacional de Defesa. Versão enviada para apreciação do Congresso Nacional. Brasília, DF, 2020. 80p. Disponível em: <https://tinyurl.com/ms4mpenp>. Acesso em 23 ago. 2024.

RAVACHE, G. Netflix investe R\$ 1 bi no Brasil até 2024. **Valor Econômico**, Buenos Aires, 28 set. 2023. Disponível em: <https://tinyurl.com/3a64f7un>. Acesso em: 5 set. 2024.

SILVA, F. C. C. da. Panóptico digital e estruturas psicopolíticas: uma análise a partir das reflexões de Byung-Chul Han. **Logeion: Filosofia da Informação**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p. 106-123, 2023. DOI: <https://doi.org/10.21728/logcion.2023v9n2.p106-123>

ŚLUFIŃSKA, M. The Russia-Ukraine War : Two Strategies of Communication? *In*: BAJOR, P. (ed.). **Information Security Policy** : Conditions, Threats and Implementation in the International Environment. Kraków: Jagiellonian University, 2022. p. 67-81. Disponível em: <https://tinyurl.com/ymf75y3d>. Acesso em: 24 ago. 2024.

SUBRAMANIAN, N. ISPR: Setting the Agenda through Popular Entertainment. **ISAS**, Singapura, 7 out. 2021. Disponível em: <https://tinyurl.com/4w7exbk8>. Acesso em: 23 ago. 2024.