

El patrimonio inmobiliario histórico-cultural del Ejército Brasileño como herramienta de comunicación estratégica

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

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.

Resumen: Este artículo analiza el potencial del patrimonio inmobiliario histórico-cultural del Ejército Brasileño como herramienta de comunicación estratégica. La investigación, de naturaleza cualitativa y exploratoria, se basó en la metodología de Cellard y en el análisis documental de normativas oficiales, como el Libro Blanco de Defensa Nacional, la Política Nacional de Defensa, la Estrategia Nacional de Defensa, todos de 2020, y la Política de Comunicación Estratégica del Ejército, de 2024, además de una revisión bibliográfica. Se discutieron los fundamentos conceptuales de la comunicación estratégica y el patrimonio cultural, además de experiencias internacionales (Estados Unidos, Pakistán, Corea del Sur y Turquía). El estudio concluye que el patrimonio militar brasileño puede explotarse en proyectos piloto audiovisuales, integrando la preservación cultural y la innovación comunicativa. Esta estrategia puede ampliar el acercamiento entre la Defensa y la sociedad, reforzando la legitimidad institucional y fomentando el debate democrático sobre la identidad nacional y la memoria colectiva.

Palabras clave: comunicación estratégica; patrimonio inmobiliario; Ejército Brasileño; fortificaciones históricas; análisis documental.

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

Recibido: 24 sept. 2024

Aceptado: 11 sept. 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 INTRODUCCIÓN

El conflicto entre Rusia y Ucrania expone al mundo el uso intensivo de la comunicación estratégica a gran escala, promoviendo una verdadera guerra de información. Estos países en guerra han utilizado técnicas de propaganda, utilizando los principios de la posverdad y la desinformación, con el objetivo de ganarse la opinión pública. Ucrania busca neutralizar la desinformación enemiga, mientras que Rusia ha empleado la propaganda negra¹ para legitimar sus acciones. Es interesante observar que el uso de la comunicación estratégica busca dar libertad de acción y obtener apoyo nacional e internacional para cada uno de los países (Ślufińska, 2022).

El siglo XXI se caracteriza por una era de interdependencia e inmediatez, impulsada por las dinámicas de la globalización y la conectividad. Esta nueva realidad exige rapidez en la adaptación de la visión estratégica de las organizaciones, con el objetivo de alinearse continuamente con un mundo en constante cambio (Motta, 2022). En 2024, el Ejército Brasileño (EB) publicó su Política de Comunicación Estratégica con el objetivo de hacer frente a las amenazas institucionales en la dimensión informativa (Brasil, 2024). De este modo, hay una clara indicación de que la comunicación estratégica se ha convertido en algo esencial para las instituciones, ya que facilita enormemente la adaptación al nuevo escenario extremadamente dinámico.

En su directriz, el EB definió la comunicación estratégica como “la sistematización continua de los procesos comunicativos [...] con el fin de mantener la legitimidad y la credibilidad, con miras a poseer libertad de acción” (Brasil, 2024). Este documento forma parte de un conjunto más amplio de políticas públicas que tienen por objeto orientar a las instituciones estatales ante las nuevas dinámicas de la información.

Autores como Murphy (2012) demuestran que el uso de la comunicación estratégica por parte de actores gubernamentales no es un fenómeno reciente. En Estados Unidos, ya en el siglo XIX se buscaba influir en públicos extranjeros en contextos de guerra, cuando Winfield Scott intentó acercarse a la Iglesia Católica de México para ganarse el apoyo de los mexicanos en el conflicto entre ambas naciones. Hoy en día, los principales retos para la Comunicación Estratégica (CE) incluyen la complejidad del entorno informativo, la rapidez y el volumen de la información, además de factores culturales y estructurales. En general, estos retos apuntan a la necesidad de innovar en la forma de abordar la comunicación estratégica y a la similitud con el escenario brasileño.

Las experiencias de otros países refuerzan la importancia de este debate. El caso de Pakistán, por ejemplo, con la creación en 1949 del sector de Relaciones Públicas Inter-Servicios (ISPR)², pone de manifiesto cómo la comunicación estratégica puede alterar positivamente las percepciones sociales en contextos de disputa territorial, como en Cachemira (Kochhar, 2023). El análisis de estos ejemplos permite comprender cómo la comunicación estratégica se ha convertido en un elemento central en la disputa por las narrativas en el siglo XXI.

Para hacer frente a los retos de la comunicación estratégica, es necesario utilizar nuevas herramientas de comunicación, como los medios digitales, involucrar a las comunidades, formar al

1 “La propaganda negra [...] consiste en atribuir la fuente de la desinformación a un adversario” (Ibrahim; Rhode; Daseking, 2023, p. 14, traducción nuestra). Original: “Black propaganda [...], which involved assigning the source of misinformation to an adversary”

2 La ISPR trabaja con el Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas y tiene como objetivo recabar apoyo nacional para las Fuerzas Armadas y fortalecer su determinación de cumplir su misión, al tiempo que debe debilitar la voluntad del adversario; es responsable de formular la política de medios de comunicación de los militares, proteger a las Fuerzas Armadas de influencias negativas y supervisar los medios de comunicación internacionales y nacionales, entre otras tareas de comunicación social (Adache, 2014).

personal para llevar a cabo la comunicación estratégica y crear soluciones innovadoras. Para hacer frente a la desinformación u otras amenazas en el ámbito de la información, “la actitud más positiva es difundir y reforzar narrativas, de forma sincronizada, sobre los elementos esenciales de la reputación y la credibilidad de la institución, teniendo en cuenta que ‘¡todo comunica!’” (Nunes, 2019, p. VIII).

En este sentido, este artículo examina la viabilidad del uso del patrimonio histórico-cultural militar como herramienta de comunicación estratégica. El análisis se basa en una investigación bibliográfica, fundamentada en documentos oficiales de defensa, y dialoga con experiencias internacionales. El objetivo es comprender en qué medida el patrimonio histórico-cultural puede actuar como un recurso simbólico relevante para acercar a la sociedad a los temas de defensa, mientras proyecta valores e identidades asociados al Estado brasileño.

2 METODOLOGÍA

Este artículo se caracteriza como una investigación cualitativa y exploratoria, basada en una revisión bibliográfica y un análisis documental. Se examinaron documentos oficiales de defensa, como el Libro Blanco de Defensa Nacional (Livro [...], 2020), la Política Nacional de Defensa (PND) (Política [...], 2020), la Estrategia Nacional de Defensa (Política [...], 2020) y la Política de Comunicación Estratégica del Ejército Brasileño (Brasil, 2024), además de literatura académica nacional e internacional relacionada con el patrimonio cultural y la comunicación estratégica.

Para el análisis de los documentos primarios, se adoptó la metodología de análisis documental propuesta por Cellard (2008), que considera cinco dimensiones fundamentales: el contexto de producción, la autoría, la fiabilidad, los significados explícitos e implícitos y la relevancia social. Este procedimiento metodológico permitió no solo comprender el contenido normativo de los textos, sino también identificar deficiencias en términos de mecanismos prácticos para acercar la Defensa Nacional a la sociedad.

Además, se ha recopilado bibliografía de referencia en tres ejes: comunicación estratégica – Castells (1999, 2008, 2017), Lévy (1999) y Paul (2011); patrimonio cultural – Abreu y Chagas (2003) y Gonçalves (2007); y experiencias internacionales – ejemplos del uso de producciones audiovisuales de países como Estados Unidos, Pakistán, Corea del Sur y Turquía. Esta combinación permitió articular la teoría y la práctica, con el fin de comprender cómo el patrimonio inmobiliario histórico-cultural puede incorporarse como recurso comunicacional estratégico.

3 DESAROLLO

3.1 Fundamentos conceptuales de la comunicación estratégica

La comunicación estratégica es un campo de estudio en expansión, cuya definición varía según el autor y el contexto. Para Christopher Paul (2011), se trata de un conjunto de acciones, mensajes, imágenes y formas de compromiso coordinadas, orientadas a informar, influir o persuadir a públicos seleccionados en apoyo de objetivos institucionales o nacionales. Este concepto se basa en cuatro pilares: claridad de objetivos y efectos deseados sobre las audiencias; coordinación entre los agentes comunicativos, evitando mensajes contradictorios (*informational fratricide*);

coherencia entre el discurso y la práctica, reduciendo la llamada “*say-do gap*”; y la comprensión de que no solo los mensajes explícitos comunican, sino también las acciones (Paul, 2011).

Sin embargo, la comunicación estratégica contemporánea no puede disociarse de las transformaciones promovidas por el entorno digital. Pierre Lévy (1999) desarrolló conceptos fundamentales para comprender este nuevo entorno: el ciberespacio, entendido como el “universo oceánico de información” alimentado permanentemente por los usuarios; la cibercultura, como el conjunto de prácticas y valores emergentes de este espacio interconectado; y la noción de inteligencia colectiva, en la que el conocimiento se distribuye de forma colaborativa. Estos conceptos van acompañados de reflexiones sobre la ciberdemocracia y la virtualidad, que ponen de manifiesto cómo las redes digitales amplían las posibilidades de expresión y, al mismo tiempo, de control. En consonancia con esta perspectiva, estudios recientes señalan que fenómenos como el panóptico³ digital materializan nuevas formas de vigilancia difusa, en las que la autoexposición de los individuos alimenta mecanismos de control y disciplina social (Areas; Ramiro; Tamaoki, 2024).

Las contribuciones de Manuel Castells complementan este marco al demostrar que vivimos en una sociedad en red, marcada por un nuevo paradigma histórico en el que la información se convierte en la principal materia prima. En este contexto, las redes constituyen la nueva morfología social, reorganizando sustancialmente los procesos de producción, poder, cultura y experiencia (Castells, 1999). Dos conceptos centrales se destacan: el espacio de flujos, lógica espacial que conecta globalmente nodos estratégicos (ciudades, instituciones, medios de comunicación), y el tiempo intemporal, caracterizado por la simultaneidad y la compresión temporal propiciadas por las tecnologías digitales (Castells, 2008). Además, Castells (2017) pone de manifiesto cómo los movimientos sociales utilizan las redes digitales para disputar significados y construir legitimidad, mostrando que el poder de los flujos prevalece sobre los flujos de poder, es decir, la capacidad de intervenir en las redes y moldear narrativas resulta más decisiva que la simple posesión de recursos materiales.

Así, la integración de las contribuciones de Paul, Lévy y Castells permite comprender la comunicación estratégica como un proceso que va más allá de la dimensión instrumental de la emisión de mensajes. Debe analizarse como una práctica insertada en disputas informativas y simbólicas propias de la sociedad en red, en la que la vigilancia digital, la producción colaborativa de significados y la circulación global de flujos de información remodelan los retos de la comunicación estratégica contemporánea.

A partir de estos referentes teóricos, es posible comprender que la comunicación estratégica no se limita a la difusión de mensajes institucionales, sino que se configura como una práctica situada en un entorno digital marcado por redes, flujos informativos y disputas simbólicas. En este contexto, el patrimonio inmobiliario histórico-cultural del EB puede analizarse no solo como un activo material o una expresión de la memoria institucional, sino también como un elemento estratégico en la construcción de narrativas, identidades y legitimidad social. Al insertarse en el espacio de flujos descrito por Castells (1999), articulado con la cibercultura de Lévy (1999) y operado por los principios de coordinación y coherencia destacados por Paul (2011), el patrimonio militar adquiere un mayor potencial comunicativo, funcionando como instrumento de diálogo entre la institución y la sociedad en medio de las dinámicas contemporáneas de información y poder.

3 El término “panóptico”, acuñado en el siglo XVIII por Jeremy Bentham, describe un tipo de prisión en la que un solo guardia podía controlar a muchos presos sin que estos supieran si estaban siendo observados o no (Silva, 2023).

3.2 Fundamentos conceptuales del patrimonio inmobiliario

El concepto de patrimonio, en particular el patrimonio cultural, no debe reducirse a una visión puramente material o jurídica. Se trata de una categoría compleja que articula memoria, identidad y poder. Según Regina Abreu y Mário Chagas (2003), el patrimonio debe entenderse como una construcción social e histórica, producto de la relación de los grupos humanos con sus bienes, prácticas y representaciones. Desde esta perspectiva, preservar un bien no solo significa conservar su materialidad, sino sobre todo salvaguardar los significados colectivos que se le atribuyen, garantizando su transmisión a las generaciones futuras.

Como recuerda José Reginaldo Gonçalves (2007), el patrimonio funciona como una “categoría de pensamiento” universal, presente en cualquier sociedad, y su valor va más allá del aspecto utilitario: se trata de un “hecho social total”, que abarca dimensiones económicas, religiosas, políticas y estéticas. Esta lectura amplía el horizonte del debate sobre el patrimonio inmobiliario militar. Las fortificaciones, los cuarteles y los edificios históricos del Ejército no son solo “bienes de piedra y cal”, sino también territorios de memoria que encierran valores simbólicos, identitarios y afectivos para diferentes comunidades (Abreu; Chagas, 2003).

En Brasil, este concepto se basa en la Constitución de 1988, en los artículos 215 y 216 (Brasil, [2024]), que amplió el concepto de patrimonio cultural para incluir tanto los bienes materiales como los inmateriales. Esta visión se alinea con la idea de que el patrimonio inmobiliario militar, además de albergar funciones defensivas, conserva narrativas de la formación de la nación, lo que permite a la sociedad reflexionar críticamente sobre su historia y fortalecer los vínculos identitarios.

3.3 Fundamentos normativos

El posible uso del patrimonio inmobiliario histórico-cultural se basa en la documentación de más alto nivel sobre la Defensa Nacional, como el Libro Blanco de la Defensa Nacional, la Política Nacional de Defensa y la Estrategia Nacional de Defensa, todos de 2020. Estos documentos establecen los Objetivos Nacionales de Defensa (OND), entre los que destaca el OND VI: “Ampliar la participación de la sociedad brasileña en los asuntos de defensa nacional”, estrechamente vinculado al tema de la comunicación estratégica (Política [...], 2020). Este objetivo se materializa mediante Estrategias de Defensa (ED), como la ED-13, “Promoción de la temática de defensa en la educación”, y la ED-14, “Utilización de los medios de comunicación”. Estas abarcan Acciones Estratégicas de Defensa (AED), como la AED-69 y la AED-74, que tratan de la inserción de la temática de defensa en el sistema educativo nacional y del desarrollo de actividades de promoción institucional (Política [...], 2020).

Aunque aportan legitimidad al debate, estos documentos también presentan importantes limitaciones. A partir de la metodología de análisis documental propuesta por Cellard (2008), se puede considerar que:

1. Contexto de producción: los textos se elaboraron en un contexto político de restricción presupuestaria y búsqueda de legitimación social de las Fuerzas Armadas;
2. Autoría: son documentos oficiales, con un lenguaje fuertemente normativo, que reflejan principalmente la visión del gobierno;

3. Fiabilidad: aunque se trata de referencias institucionales, no expresan de manera equilibrada la pluralidad social;
4. Significados explícitos e implícitos: explícitamente, proponen ampliar la participación social; implícitamente, demuestran la dificultad de traducir ese objetivo en mecanismos prácticos de implementación.

Un ejemplo es el principio de la Política Nacional de Defensa: “Estimular la participación fundamental de todos los segmentos de la sociedad brasileña en los asuntos de defensa” (Política [...], 2020, p. 21). La formulación indica la relevancia del tema, pero no presenta instrumentos concretos que viabilicen ese compromiso, ni criterios para su evaluación. Del mismo modo, el Libro Blanco de Defensa Nacional destaca la importancia de acercar la defensa a la sociedad civil, pero lo hace mediante descripciones amplias y genéricas, sin detallar políticas públicas que puedan garantizar su eficacia.

Así, aunque estos documentos constituyen el marco normativo que autoriza el uso del patrimonio histórico-cultural como herramienta de comunicación estratégica, es necesario analizarlos de manera crítica, identificando tanto su valor simbólico y jurídico como sus insuficiencias. Esto refuerza la necesidad de propuestas innovadoras que trasciendan la dimensión jurídica y sean capaces de concretar el acercamiento entre la defensa y la sociedad mediante instrumentos más concretos.

3.4 El patrimonio inmobiliario histórico-cultural militar en Brasil

El patrimonio histórico inmobiliario del EB es significativo, con fuertes, fortalezas, cuarteles, monumentos y mausoleos, que se construyeron a lo largo de los siglos para defender la integridad territorial de un país con dimensiones continentales. La importancia regional de la construcción de cada una de estas fortificaciones alcanza atributos psicosociales para las comunidades que vivieron y viven en sus alrededores. Para Cruxen (2011), la arquitectura militar en general se caracteriza por el dualismo: funcionar como fortificación ante una amenaza y, al mismo tiempo, expresar valores. De este modo, el simbolismo arquitectónico asociado a la vivienda, núcleo generador de población y proveedor de seguridad, permite la creación de vínculos sociales con la población.

Estas características se evidencian en mayor o menor grado en las construcciones militares históricas existentes en Brasil. El Real Forte Príncipe da Beira, en Costa Marques (RO), y el Forte de Coimbra, en Corumbá (MS), ejemplifican este dualismo de la arquitectura militar. Por un lado, sirvieron como defensa frente a los intentos de invasión española del territorio colonial en disputa entre las potencias ibéricas; por otro, constituyeron símbolos vinculados a la pertenencia, la identidad y la implicación de la población indígena en la defensa de estas posiciones. Estos fuertes del interior representan actualmente el esfuerzo histórico de conquista y mantenimiento de fronteras, atrayendo a visitantes interesados en conocer aspectos relevantes de la historia nacional.

En la costa, las fortificaciones situadas en Recife, Río de Janeiro y Salvador conservan marcas simbólicas del origen de la formación de la identidad brasileña, asociadas a la defensa contra los invasores franceses, ingleses y holandeses. Según el censo de 2022 del Instituto Brasileño

de Geografía y Estadística (IBGE, 2023), Recife (PE) tiene 1.488.920 habitantes, Río de Janeiro (RJ), 6.211.223, y Salvador (BA), 2.417.678, lo que suma un total aproximado de 10 millones de brasileños. Este dato indica el impacto potencial, teniendo en cuenta la densidad demográfica, del patrimonio militar en estas regiones, en las que existe una mayor identificación social y posibilidades de utilizar las fortificaciones en actividades educativas y culturales, como visitas, clases, presentaciones y eventos conmemorativos.

La construcción de las obras militares en Brasil movilizó mano de obra especializada, ingenieros y maestros artesanos. En el caso del Real Forte Príncipe da Beira, en conformidad con el Directorio del Indio del Marqués de Pombal (1699-1782), la mano de obra indígena fue calificada e instruida en tareas y oficios, con trabajadores procedentes de otras localidades (Barroso, 2015). De este modo, además de su función defensiva, las fortalezas preservaron y transmitieron conocimientos técnicos y artísticos.

Cabe destacar que la enseñanza de la ingeniería en Brasil surgió como consecuencia de la necesidad de defensa. La Carta Régia de 1699 manifestaba interés en formar soldados técnicos en el arte de la construcción de fortificaciones (Brasil, 2015). Aún en el siglo XVII, se iniciaron las clases de fortificación, y en 1792 se creó la Real Academia de Artillería, Fortificación y Diseño, embrión del actual Instituto Militar de Ingeniería (IME). Así, las fortificaciones militares construidas a partir del siglo XVIII materializan la capacidad técnica en ingeniería en Brasil.

En la época colonial, la presencia de un fuerte también significaba la presencia del Estado en diversas dimensiones. En el Real Forte Príncipe da Beira, por ejemplo, las disputas entre trabajadores de diferentes orígenes (blancos, negros, indígenas, esclavos, libertos, civiles y militares) se trataban bajo la tutela de la legislación portuguesa (Barroso, 2015), lo que reforzaba el carácter de autoridad del espacio. La ubicación aislada de esta fortificación propició el uso de materiales locales, como piedra *canga* (laterita), tejas y madera, lo que exigió un esfuerzo colectivo de maestros artesanos, esclavos e indígenas (Barroso, 2015). El resultado fue una obra que aún hoy se mantiene imponente en la margen derecha del río Guaporé, reflejando la adaptabilidad y la capacidad de construir de los trabajadores.

Hay actualmente un nuevo movimiento social para preservar estas construcciones. Trabajos académicos, como los de Amorim (2013) y Nascimento (2024), defienden la conservación de la Fortaleza de Santa Cruz, en Florianópolis (SC), y del Fuerte de Monte Serrat, en Salvador (BA). Además, las alianzas institucionales, como el acuerdo firmado entre la ciudad de Salvador y el EB para la recuperación de los fuertes de São Diogo y Santa Maria, muestran el potencial de colaboración para la valorización de este patrimonio como recurso cultural y de identidad.

Durante sus más de 500 años de historia, Brasil tenía alrededor de 341 fortificaciones destinadas a la defensa del territorio. Hoy en día, quedan 109 de estas construcciones, de las cuales 40 ya han sido declaradas patrimonio histórico por el Instituto del Patrimonio Histórico y Artístico Nacional (IPHAN) (Barroso, 2015). Este panorama pone de manifiesto tanto la riqueza como la vulnerabilidad de este patrimonio, lo que refuerza la necesidad de políticas de conservación coherentes.

Historias de defensa, como la del Fuerte de Coimbra (CMO, 2013?), en 1801, refuerzan el potencial narrativo de este patrimonio. Situado a orillas del río Paraguay, en Mato Grosso do Sul, bajo el mando del coronel Ricardo Franco de Almeida Serra, la guarnición resistió durante nueve días el ataque de unos 1.100 hombres, contando con solo 49 combatientes. Esta resistencia,

marcada por el coraje, el sacrificio y el sentido del deber, podría explotarse como prototipo mediático en Brasil, al igual que las producciones cinematográficas internacionales que han transformado episodios militares en narrativas épicas. Este ejemplo conecta el patrimonio histórico nacional con las posibilidades de la comunicación estratégica, sirviendo de puente para el análisis de las experiencias internacionales.

3.5 Ejemplos internacionales de comunicación estratégica

En diferentes países, se observa cómo el patrimonio, las artes y la industria cultural se movilizaron para consolidar narrativas nacionales. En Estados Unidos, por ejemplo, películas como *Fort Apache*, de 1948, y las producciones de la industria cinematográfica durante la Segunda Guerra Mundial, a través de la Oficina de Información de Guerra, desempeñaron un papel importante en la construcción de un imaginario colectivo sobre el honor, la expansión territorial y el apoyo a los esfuerzos bélicos. Actualmente, la Oficina de Medios y Entretenimiento del Departamento de Defensa de los Estados Unidos es la encargada de apoyar a estudios, empresas, productores, directores, guionistas, etc. en la producción y creación de películas (DOW Production [...], 2021). Estas producciones reflejan la articulación entre las demandas del mercado y los intereses políticos, revelando cómo la comunicación estratégica se entrelaza con los sectores culturales y económicos (Murphy, 2012).

En Pakistán, la serie *Eid-e-Wafa*, de 2019, y otras producciones respaldadas por el ISPR demuestran cómo el Estado utiliza los productos culturales para difundir narrativas patrióticas y legitimar las políticas públicas en contextos de inestabilidad regional (Subramanian, 2021). Este modelo contrasta con el estadounidense: mientras que en Estados Unidos predomina la lógica del mercado, con momentos de alineación con las políticas estatales, en Pakistán existe un control gubernamental más directo y continuo sobre la producción cultural. La elección de estos dos países como referencia se justifica, por lo tanto, porque representan dos polos opuestos en el uso de los medios de comunicación en la comunicación estratégica: por un lado, la lógica del mercado (Estados Unidos) y, por otro, la lógica estatal (Pakistán).

Otras experiencias refuerzan esta tendencia global. Corea del Sur y Turquía han explorado la producción audiovisual como medio para reforzar el nacionalismo y proyectar su *soft power* a través de películas, telenovelas y producciones que llegan a audiencias globales (Kelkitli, 2024; Lee, 2016). Estas experiencias internacionales ponen de manifiesto que la comunicación estratégica, cuando se articula con la cultura, puede convertirse en una poderosa herramienta de persuasión y proyección simbólica, aunque también plantea dudas sobre sus límites democráticos y sobre el riesgo de instrumentalización de la memoria.

Teniendo en cuenta estos modelos contrastantes, el caso brasileño podría beneficiarse de la creación de proyectos piloto o prototipos de medios basados en su patrimonio militar. Una vía posible sería adoptar un modelo híbrido, que combinara las asociaciones público-privadas y el dinamismo del sector audiovisual (a semejanza del modelo de mercado estadounidense), con el apoyo institucional y las políticas culturales para garantizar la preservación histórica y la valorización de la identidad (inspirado en el modelo pakistaní). Esta sugerencia inicial se retomará con más detalle en la conclusión de este texto, como propuesta de recomendación para la realidad brasileña.

3.6 Contexto nacional de medios y tecnología

Con el aumento de la disponibilidad de Internet en Brasil, en 2023, alrededor de 31 millones de hogares contaban con una suscripción a servicios de *streaming* de pago, como Netflix, Prime Video y HBO, según la Encuesta Nacional por Muestra de Hogares Continua (PNAD Continua) (Moura, 2024). Todavía existe un enorme potencial de crecimiento, ya que, en el mismo año, había 464 millones de dispositivos digitales (ordenadores, portátiles, tabletas y teléfonos inteligentes) en uso en el país, según una investigación del Centro de Tecnología e Información Aplicada de la Fundación Getulio Vargas (FGVCia) (Brasil [...], 2020). Este escenario estimuló fuertes inversiones: Netflix destinó aproximadamente mil millones de reales brasileños a producciones brasileñas en 2023 y 2024, según el diario *Valor Econômico* (Ravache, 2023), seguido del anuncio de 1.600 millones de reales brasileños en inversiones en el sector audiovisual por parte del Gobierno Federal (Governo [...], 2024).

Estos datos revelan que, en Brasil, existe una infraestructura consolidada de consumo audiovisual y un ecosistema favorable para la producción de contenido nacional. Por lo tanto, las iniciativas que exploran el patrimonio militar a través de documentales, series o películas encuentran no solo una amplia base tecnológica, sino también un mercado en plena expansión. Este contexto señala la viabilidad de futuras propuestas de comunicación estratégica basadas en el uso del patrimonio inmobiliario histórico-cultural del EB.

4 CONCLUSIÓN

El análisis desarrollado a lo largo del artículo permitió identificar que el patrimonio inmobiliario histórico-cultural del Ejército Brasileño presenta un potencial significativo para ser incorporado como herramienta de comunicación estratégica. Las fortificaciones y edificaciones militares representan no solo hitos arquitectónicos, sino también espacios simbólicos, cargados de valores identitarios y narrativos que dialogan con la sociedad brasileña.

El estudio demostró que, en términos conceptuales, la comunicación estratégica debe entenderse como un proceso articulado, que involucra no solo mensajes, sino también acciones y símbolos (Paul, 2011). Al pensar en la comunicación estratégica en relación con la cibercultura y la sociedad en red (Castells, 1999, 2008, 2017; Lévy, 1999), se pone de manifiesto que el patrimonio militar puede trascender su función de preservación y actuar como un recurso comunicacional de gran impacto.

Desde un punto de vista comparativo, los ejemplos internacionales analizados revelaron dos modelos opuestos: el estadounidense, impulsado por las demandas del mercado, pero ocasionalmente vinculado a políticas de defensa, y el pakistaní, caracterizado por el control estatal directo sobre las producciones culturales. El análisis de los casos de Corea del Sur y Turquía reforzó la idea de que el sector audiovisual puede utilizarse como instrumento de *soft power*. Para Brasil, se sugiere un modelo híbrido que combine el dinamismo de las asociaciones público-privadas y del sector audiovisual con el apoyo institucional para garantizar la preservación y la valorización de la memoria histórica.

En este sentido, se proponen prototipos de medios que utilicen el patrimonio militar como escenario y narrativa: documentales, cortometrajes o series en plataformas de *streaming*, explorando episodios como la resistencia en el Fuerte de Coimbra. Estos proyectos piloto, aunque

sean a pequeña escala, contribuirán a sensibilizar a la población y a consolidar el vínculo entre la Defensa Nacional y la sociedad civil.

En paralelo, es necesario tener en cuenta los desafíos contemporáneos. El avance del panóptico digital y de las estructuras psicopolíticas⁴ (Silva, 2023) crea riesgos de manipulación informativa y vigilancia excesiva. Por lo tanto, la comunicación estratégica debe equilibrar su papel de fortalecimiento institucional con el compromiso democrático de transparencia y pluralidad. Si, por un lado, corresponde al Ejército alertar a la sociedad sobre amenazas y desinformación, por otro, la institución debe fomentar la creación de comunidades críticas y participativas en torno al tema de la defensa.

Se concluye, así, que el patrimonio inmobiliario histórico-cultural militar puede actuar como puente entre el pasado y el presente, articulando memoria, identidad e innovación. Su uso estratégico, basado en proyectos de medios de comunicación y respaldado por políticas públicas inclusivas, puede reforzar la legitimidad de la Defensa Nacional, al tiempo que estimula el debate democrático y la valorización de la diversidad cultural brasileña.

4 Las “estructuras psicopolíticas” son un tema amplio y complejo, pero que en general trata de la interacción entre los procesos psicológicos y la política, incluyendo la forma en que la psicología puede emplearse para manipular a las personas a través de la propaganda política, o cómo la política afecta a la salud mental de las personas (Silva, 2023).

REFERENCIAS

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>

ŚLUFINŚKA, 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.