

ESCOLA DE GUERRA NAVAL

CF FELIPE CARDOSO DE ARAUJO

O EMPREGO DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA PELOS ESTADOS
UNIDOS DA AMÉRICA:
Uma análise do século XXI

Rio de Janeiro

2023

CF FELIPE CARDOSO DE ARAUJO

O EMPREGO DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA PELOS ESTADOS
UNIDOS DA AMÉRICA:
Uma análise do século XXI

Dissertação apresentada à Escola de Guerra Naval, como requisito parcial para conclusão do Curso de Estado-Maior para Oficiais Superiores.

Orientador: CMG (RM1) Alexandre Tito dos Santos Xavier

Rio de Janeiro
Escola de Guerra Naval
2023

DECLARAÇÃO DA NÃO EXISTÊNCIA DE APROPRIAÇÃO INTELECTUAL IRREGULAR

Declaro que este trabalho acadêmico: a) corresponde ao resultado de investigação por mim desenvolvida, enquanto discente da Escola de Guerra Naval (EGN); b) é um trabalho original, ou seja, que não foi por mim anteriormente utilizado para fins acadêmicos ou quaisquer outros; c) é inédito, isto é, não foi ainda objeto de publicação; e d) é de minha integral e exclusiva autoria.

Declaro também que tenho ciência de que a utilização de ideias ou palavras de autoria de outrem, sem a devida identificação da fonte, e o uso de recursos de inteligência artificial no processo de escrita constituem grave falta ética, moral, legal e disciplinar. Ademais, assumo o compromisso de que este trabalho possa, a qualquer tempo, ser analisado para verificação de sua originalidade e ineditismo, por meio de ferramentas de detecção de similaridades ou por profissionais qualificados.

Os direitos morais e patrimoniais deste trabalho acadêmico, nos termos da Lei 9.610/1998, pertencem ao seu Autor, sendo vedado o uso comercial sem prévia autorização. É permitida a transcrição parcial de textos do trabalho, ou mencioná-los, para comentários e citações, desde que seja feita a referência bibliográfica completa.

Os conceitos e ideias expressas neste trabalho acadêmico são de responsabilidade do Autor e não retratam qualquer orientação institucional da EGN ou da Marinha do Brasil.

ASSINATURA PELO GOV.BR

(LOCAL DA CHANCELA)

AGRADECIMENTO

Antes de tudo, ao Eterno Deus, o Criador, que com sua graça me concede vida e me permite desfrutar muito mais do que eu mereço.

Aos meus pais Manoel Cardoso e Nadir Carvalho (*in memoriam*), pela educação fundamentada em princípios e valores atemporais que norteiam minhas atitudes e meu modo de vida.

À minha esposa Hevelyn, amiga e companheira, à minha filha Júlia e ao meu filho Samuel, por serem meu porto seguro, minha motivação e por entenderem os momentos de privação do convívio familiar que foram necessários para que eu pudesse me dedicar a este trabalho.

Aos amigos da turma Almirante Bonoso, em especial, ao CF Diniz Coelho, ao CF Saar e ao CF Fabiano pelo apoio na execução deste trabalho e pela amizade cultivada desde os anos de Colégio e Escola Naval.

Aos amigos do Curso de Estado Maior para Oficiais Superiores do ano de 2023, pela amizade e pelo ambiente cortês que nos proporcionaram excelentes momentos.

Ao CMG (RM1) Tito, pela disponibilidade permanente, pelos conselhos e pela maneira franca e amistosa com que sempre agiu desde os tempos em que estava no serviço ativo da Marinha. Seu amplo conhecimento e suas orientações precisas foram imprescindíveis para a realização deste trabalho.

RESUMO

O objeto de estudo deste trabalho é analisar como os Estados Unidos da América (EUA) desenvolveram a Comunicação Estratégica para manter o seu protagonismo no mundo e fazer frente aos países que têm alcançado grande projeção no contexto geopolítico global com condições de atuar para alterar o equilíbrio de poder, em especial à Rússia e à China. O contexto temporal da pesquisa tem seu foco no início do século XXI e, para auxiliar a compreensão, também é apresentado um resumo da forma como a Marinha estadunidense compreendeu a importância desta ferramenta e a empregou já desde o início do século XX. A escolha dos EUA para servir de referencial é explicada pelo fato deste país ter sido historicamente importante para o desenvolvimento e aprimoramento dos aspectos militares no Brasil, em especial a Marinha do Brasil. A relevância do tema é ratificada pela maneira como a Comunicação Estratégica vem evoluindo na atualidade, dentro de um ambiente de narrativas, onde a incerteza ganha vulto com a difusão por meio das diversas tecnologias do campo informacional. Para atingir o objetivo, realizou-se uma pesquisa utilizando a metodologia bibliográfica e documental, com vistas a compreender os aspectos teóricos da Comunicação Estratégica, como também, o modo como esta atividade é empregada pelos mais altos níveis de condução político-estratégicos dos EUA. Ao se comparar o *modus operandi* estadunidense com os aspectos teóricos, conclui-se que aquele país emprega todos os meios e métodos disponíveis para realizar sua Comunicação Estratégica, a fim de influenciar a percepção de sua audiência e moldar suas opiniões e atitudes e, em consequência, obter o apoio necessário que possibilite fazer frente à China e à Rússia na conjuntura do início deste século.

Palavras-chave: Comunicação Estratégica; Estados Unidos da América; Século XXI; China; Rússia; Neurociência da Comunicação; *U.S. Navy*; *Sea Power*.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- DOD - *Department of Defense*
- EUA - Estados Unidos da América
- NDS - *National Defense Strategy*
- NSPD/SC - *National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication*
- NSS - *National Security Strategy*
- OTAN - Organização do Tratado do Atlântico Norte
- RPC - República Popular da China

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	7
2.	COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA.....	11
2.1.	ASPECTOS DA TEORIA DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA.....	11
2.2.	ASPECTOS DA TEORIA DA NEUROCIÊNCIA.....	15
2.3.	ANÁLISE.....	19
3.	OS EUA E A COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA.....	21
3.1.	O USO DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA E O DESENVOLVIMENTO DA <i>U.S. NAVY</i>	21
3.2.	O EMPREGO DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA PELOS EUA NO SÉCULO XXI.....	23
3.2.1	A Comunicação Estratégica nos documentos estadunidenses.....	28
3.3.	ANÁLISE.....	33
4.	CONCLUSÃO.....	35
	REFERÊNCIAS.....	38

1 INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, as multímodas evoluções tecnológicas têm conduzido o mundo a um estágio onde o conceito de temporalidade, ressignificado pela rapidez com que as informações fluem e as mudanças acontecem, assume uma conotação cada vez mais volátil e, em certa medida, menos relevante. Observa-se, também, um permanente e considerável acréscimo na virtualização de diversos assuntos, bem como, um enorme potencial de distorção das avaliações e apreciações de fatos divulgados, com consequências ainda não precisamente dimensionadas sobre a construção de percepções induzidas na coletividade humana.

A globalização, a mundialização e a internacionalização, que com suas características e enfoques trazem uma integração aguda das esferas econômica e cultural, causando interdependência de distintas sociedades, parecem outorgar uma pacífica era, aversa a conflitos e com certa predileção à cooperação e ao convívio harmonioso entre os povos. Este panorama parece radicar, de modo temerário, a ideia da inexistência de ameaças, mormente em nações não intensamente envolvidas em belicosidades. Porém, a história revela que, mesmo em épocas de visível estabilidade, pequenas alterações no *status quo* podem provocar grandes acontecimentos com desdobramentos impensáveis, demonstrando que períodos de equilíbrio, normalmente, são privilégios efêmeros.

Uma vez que os Estados sempre procuram decidir e tomar ações que lhes proporcionem ganhos relativos quando comparados aos concorrentes, as constantes buscas por expansão econômica e aumento de poder embutidas nos movimentos geopolíticos dos diversos países, sejam eles sutis ou fragorosos, contornam um novo esboço da polaridade mundial, no qual uma superpotência hegemônica, ao parecer coxear, abre caminho para a investida de outros atores que, pouco tempo atrás, eram, em alguma medida, encobertos pela grande sombra provocada pela unipolaridade.

O nascer deste novo século trouxe o alvorecer de uma acirrada competição - entre os Estados Unidos da América (EUA), a Rússia e a China – que, de maneira geral, engloba aspectos das esferas militar, econômica, política, tecnológica e comercial, ensejando, também, outros

veios do *soft power*¹, estabelecendo uma nova era de rivalidades da qual não se pode prever o ocaso.

Desde o final da Guerra Fria, os EUA com sua poderosa economia e sua dominante capacidade militar têm sido a principal superpotência no jogo de poder global. Porém, os crescimentos tecnológico e econômico da China têm desafiado a estabilidade que antes havia no tabuleiro geopolítico, fortalecendo a sua posição como um grande *player* nas relações internacionais. Este acelerado desenvolvimento, ocorrido nas últimas décadas, levou-a à posição de segunda maior economia do mundo e alimentou sua ambição pela expansão da sua zona de influência.

A Rússia que, após o colapso da União Soviética, perdera força no sistema de polaridade, tem encontrado, neste novo panorama mundial, a oportunidade de se recolocar em condições de grande potência, buscando, de forma assertiva, promover os seus interesses estratégicos e estabelecer influência geopolítica, por meio de mecanismos políticos, econômicos e militares, a fim de ser um contrapeso aos EUA e à Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN).

Assim, neste ambiente onde emerge a multipolaridade, os mares passam a assumir, cada vez mais, lugar de destaque nos debates em fóruns e organismos internacionais, em virtude do aumento da sua importância no impulsionamento de atividades econômicas, políticas, científicas, industriais e militares, constituindo um cenário que parece conchamar os Estados a uma urgente atenção àquela dimensão, haja vista o aumento da possibilidade de esgotamento dos recursos naturais em terra.

As disputas pelos espaços marítimos, sob as mais diversas alegações, exigem que os Estados estejam adequadamente preparados para defenderem seus interesses. Nesse sentido, este ambiente multidimensional demanda que os países possuam meios navais com

¹ Os termos *Soft Power* e *Hard Power* foram definidos por Joseph Nye, cientista político estadunidense, co-fundador das teorias da Interdependência Complexa e do Neoliberalismo nas Relações Internacionais, em 2004. Enquanto o *Hard Power*, também conhecido como poder duro, é forma de poder mais objetiva e mais simples de ser mensurada, uma vez que tem relação direta com a capacidade bélica e econômica de um Estado e lhe possibilita levar outro Estado a agir de acordo com seus objetivos por meio de demonstração de força, o chamado poder brando, *Soft Power*, é definido como a habilidade de moldar os desejos do outro, gerando tamanha atração que o outro escolhe seguir seu exemplo. Essa influência indireta no outro é uma ação que precede a tomada de decisão. Considera-se a existência de três grandes fontes de *Soft Power*: cultura, valores políticos e política externa. A maneira mais comum de exercê-lo é por meio da propaganda, mas não a única. Ideologias, músicas, filmes e artes plásticas também podem ser instrumentos de *Soft Power* (RUTHE, 2022).

capacidades condizentes com aquilo a que se propõem, sob pena de não serem preservados os bens imprescindíveis para a sobrevivência de seus povos. Disto, depreende-se que é premente dispor de uma Marinha moderna e equipada, conforme as dimensões de suas áreas de atuação, para enfrentar as inúmeras ameaças latentes, manifestas, difusas e complexas da atualidade.

O enorme capital ambiental, econômico e científico existente nos oceanos exige que se aja de maneira ativa e não reativa, de forma a reafirmar poder e estabelecer um ambiente de segurança no mar, onde haja liberdade para a sua utilização e exploração de todo o seu potencial, bem como a possibilidade de negar a outrem, quando necessário, visando à preservação e proteção dos espaços e seus inúmeros recursos.

As constantes necessidades de atualização e os elevados custos existentes na concepção de uma força naval, em um primeiro momento, parecem andar na contramão dos apelos sociais de pacifismo e assistencialismo tão difundidos na atual conjuntura mundial. Porém, são assuntos que devem encontrar lugar na mentalidade da população e do poder político, principais atores do processo decisório. Essa conscientização não se dará sem o planejamento e a condução de uma Comunicação Estratégica estruturada, a fim de que seja transmitida à sociedade a percepção de ameaças e riscos, bem como a importância do ambiente marítimo na garantia da soberania da nação.

Isto posto, este trabalho se propõe a analisar como a Comunicação Estratégica pode ser empregada com vistas a se obter apoio da sociedade e do poder político em prol da concepção, ampliação e manutenção de uma força naval moderna. Dentro deste tema, como ponto de partida, coloca-se a seguinte questão de pesquisa: Em que medida a Comunicação Estratégica dos EUA contribui para a sua Marinha – *U.S. Navy* fazer frente à China e à Rússia no século XXI?

As percepções que serão obtidas no processo de busca por respostas a esta pergunta permitirão entender como aquela força tem atuado nesta questão, a fim de manter a conscientização de sua importância junto à sociedade civil e aos políticos, com o consequente aporte financeiro. Para tal, realizaremos uma pesquisa sobre a forma como os EUA empregam a Comunicação Estratégica, utilizando a metodologia bibliográfica e documental, a fim de obter subsídios que possam trazer alguma contribuição para a Marinha do Brasil com relação à esta atividade.

O trabalho está estruturado em quatro capítulos. Feita a introdução, o segundo capítulo trará conceitos teóricos da Comunicação Estratégica. Para a construção do referencial teórico, foram observados alguns conceitos contidos nas obras *Persuasion and Power – The art of strategic communication* (2012), de James P. Farwell; *Comunicação Estratégica – A visão de 23 renomados autores em 5 países* (2020), de Joana d’Arc Bicalho Félix; e em artigos científicos que versam sobre a temática em questão. Ainda nesta etapa do estudo, pontuamos alguns aspectos da neurociência que facilitam o entendimento dos processos envolvidos no fenômeno da comunicação.

No terceiro capítulo, estudaremos como os EUA empregam a Comunicação Estratégica, visando estarem prontos para fazer frente à Rússia e à China no século XXI, abordando, também, de maneira sucinta, como a *U.S. Navy* evoluiu nesta matéria. Para tal, analisaremos algumas obras, documentos oficiais e artigos que tratam do assunto, com ênfase no contexto espaço-temporal proposto.

Por fim, no último capítulo, o trabalho trará uma exposição concisa dos argumentos que tentarão responder à pergunta que deu origem à pesquisa e que norteou o posicionamento analítico.

2 COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

Este capítulo tem como propósito apresentar uma abordagem teórica da Comunicação Estratégica e questões afins, bem como, aludir a alguns pontos da teoria da neurociência que possuam relação com o processo da comunicação, de maneira a se obter uma visão sobre as variáveis existentes no bojo deste tema. O entendimento destes aspectos teóricos facilitará a compreensão dos capítulos subsequentes. Ao final, será conduzida uma análise.

2.1. ASPECTOS DA TEORIA DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

A Comunicação Estratégica, como parte do universo da temática da comunicação em uma organização, geralmente, possui um enquadramento próximo daquilo a que se chamou de comunicação holística ou integral, ou seja, uma forma de unificar as diferentes ações de comunicação concebidas para ajudar a alcançar as metas estratégicas de uma empresa (SCHULTZ *et al.*, 1994).

A diferença entre estas duas formas de comunicação está nos vieses que são realçados por cada uma delas. Enquanto a comunicação holística ou integral baseia-se na inclusão daquilo que tradicionalmente se designa por comunicação externa e interna, a Comunicação Estratégica define-se mais na perspectiva das metas a alcançar e das decisões a adotar para um determinado efeito, situando-se mais próxima das políticas de gestão da organização do que da própria comunicação, sendo definida a partir do ponto de vista dos objetivos a atingir (CARRILLO, 2014).

Nesse sentido, trazendo à pauta o resultado de diversas considerações expostas por um grupo de acadêmicos e profissionais que chegaram à apresentação de uma abrangente conceituação, temos a seguinte definição de Comunicação Estratégica: “O uso da comunicação, de forma intencional, para atingir os objetivos organizacionais” (HALLAHAN *et al.*, 2007, p. 3, tradução nossa)².

Um primeiro aspecto muito importante a se destacar é que pode existir uma dificuldade considerável em compreender a expressão “Comunicação Estratégica” devido à polissemia das palavras que a compõem. A abrangência dos termos que a compõe levou

² No original: *The purposeful use of communication by an organization to fulfill its mission.*

diversos autores a fazerem utilizações abusivas pois, embora muitos acreditem compreender o significado de “estratégia”, nem sempre sabem como definir o termo corretamente (CARRILLO, 2014).

Ao versar sobre estratégia, Yarger (2006) aborda a relação sinérgica que deve existir entre os fins (*ends*), os meios (*means*) e os métodos (*ways*), onde os fins são as metas ou objetivos a serem alcançados, os meios são os recursos disponíveis e os métodos são as vias para se atingir os fins almejados.

Para além do paradigma militar da ação estratégica e suas concepções peculiares, como parte do entendimento global daquilo que se considera “pensamento estratégico”, o termo “estratégia” pode ser interpretado como uma forma de conjugar os objetivos de longo prazo e as decisões a serem tomadas antecipadamente, de maneira a prever cenários futuros e possíveis ameaças do ambiente. Para ser estratégica, uma decisão deve levar em consideração o modo como as reações de terceiros, que também fazem parte das relações estabelecidas, têm potencial para influenciar o processo em questão, bem como os efeitos de outros fatores associados ao ambiente, como o acaso. Metaforicamente, a estratégia é o percurso que mapeia *a priori* e que, posteriormente, procura seguir, agindo de modo que suas decisões se ajustem aos objetivos definidos à partida (CARRILLO, 2014).

Embora este estudo seja voltado à Comunicação Estratégica, não estando direcionado estritamente à estratégia, tampouco restrito à estratégia como é conceituada no campo militar, que possui particularidades e diferenças - mas que pode lançar mão da comunicação como veremos adiante -, cabe ressaltar que a definição proposta por Coutau-Bégarie (2010)³, teórico do assunto, também aborda a questão do fenômeno da ação e reação existente na interação entre os atores envolvidos em uma estratégia.

Em relação ao termo “comunicação”, verifica-se que é um conceito histórico e polissêmico e que evoluiu, da básica designação do conjunto de canais e meios, para o conceito de processo social de interação e, finalmente, para o de positividade formada pelas práticas, discursos e ideias instituídas à volta dos meios e técnicas de veiculação social de mensagens (RÜDIGER, 2011).

³ A estratégia é a dialética das inteligências. Ela pressupõe a interação entre dois atores antagônicos, ou seja, uma relação de troca entre dois protagonistas, um fenômeno de ação/reação (COUTAU-BÉGARIE, 2010).

Um segundo aspecto a ser abordado é que “Comunicação Estratégica” não é sinônimo de “estratégia de comunicação”. Embora a comunicação estratégica necessite recorrer a todas as formas de comunicação disponíveis para atingir objetivos estabelecidos pela organização, cada uma destas formas será delimitada pela sua própria tática e pelos seus próprios planos de ação, constituindo aquilo que, muitas vezes, é denominado como “estratégia de comunicação parcial”, cujo somatório proverá uma sinergia que nos permitirá falar em Comunicação Estratégica. Todas as formas de comunicação que se encontram à disposição devem ser colocadas a serviço dos objetivos desta atividade. Em decorrência, o resultado será muito mais do que apenas a soma das estratégias de comunicação parciais que poderá incluir (CARRILLO, 2014).

Para exemplificar, a publicidade não pode ser considerada como Comunicação Estratégica, antes, nesta estará contida, com a pretensão de atingir objetivos a longo prazo. Assim, os objetivos parciais alcançados com a estratégia de comunicação publicitária contribuirão para a satisfação dos objetivos globais da Comunicação Estratégica, mas não serão coincidentes com estes, levando a organização a conhecer o peso relativo de cada forma de comunicação empregada e a buscar coerência entre todas as estratégias de comunicação parciais, com vistas a uma leitura uniforme das ameaças, fraquezas, oportunidades e forças potenciais (CARRILLO, 2014).

Deve se considerar que, em nível macro, as organizações estão situadas em um determinado país, que possui sua cultura nacional e, além disso, elas sofrem interferências multiculturais e globais. Percebe-se, portanto, que a comunicação não acontece de forma isolada (KUNSCH *et al.*, 2020).

Não obstante todo empenho e meticulosidade dispendidos no planejamento e na execução das atividades contidas no domínio da comunicação, as organizações, como fontes emissoras de informações, ao se comunicarem com seu universo de públicos, não devem ter a ilusão de que todas as suas mensagens são recebidas positivamente ou que são automaticamente respondidas e aceitas da forma como foram intencionadas. Uma vez que a comunicação ocorre primeiro no nível intrapessoal e subjetivo, os indivíduos possuem seus universos cognitivos e irão receber as mensagens, interpretá-las e dar-lhes significado a seu modo e dentro de um determinado contexto (KUNSCH *et al.*, 2020).

Visto que o comportamento humano é imprevisível, instável e com infinitas possibilidades, já que depende das inúmeras forças cognitivas e culturais que não se podem

controlar (WINSTON, 2006), a preocupação com a comunicação, do ponto de vista estratégico, deve visar fornecer diretrizes hermenêuticas ao público-alvo (ECHENIQUE; BENDEZÚ, 2014).

Considerando a necessidade de atuar na maneira como as mensagens são interpretadas, de um modo mais pormenorizado, Farwell (2012) define Comunicação Estratégica da seguinte maneira:

O uso de palavras, ações, imagens ou símbolos para influenciar atitudes e opiniões de um público alvo e moldar seu comportamento visando avançar em interesses ou políticas, ou alcançar objetivos. (...) isso inclui criar condições que definam um estado-final desejado (FARWELL, 2012, p. 1, tradução do nossa)⁴.

Acerca da noção de influenciar e moldar atitudes e opiniões - contida no escopo da Comunicação Estratégica -, é importante perceber algumas nuances. Influenciar é causar um efeito na direção do pensamento, e moldar tem a ver com a capacidade de afetar o pensamento de maneira a fazê-lo tomar determinada forma por si próprio (FARWELL, 2012).

Dentro do contexto do sistema de processamento da mensagem recebida, Batista e Marlet (2018) propõem uma importante reflexão sobre o fato de a neurociência da comunicação ser considerada uma área de estudo referente aos “estágios iniciais” da recepção. Os autores afirmam que, independentemente do formato ou conteúdo de uma determinada mensagem, bem como de sua situação de consumo/fruição, sempre haverá, sem exceções, o seu processamento neurocognitivo. Assim, a neurociência da comunicação seria responsável por obter as informações primárias que determinarão todas as formas de manifestação declarada dos indivíduos após a exposição a tais estímulos.

Dessa forma, a fim de compreendermos um pouco mais acerca do processo de transmissão e recepção de mensagens que existe no fenômeno da comunicação, na próxima subseção, serão expostos alguns traços da teoria da neurociência que se relacionam com o tema.

⁴ No original: *the use of words, actions, images, or symbols to influence the attitudes and opinions of target audiences to shape their behavior in order to advance interests or policies, or to achieve objectives. (...) it includes creating conditions that define a desired end-state.*

2.2. ASPECTOS DA TEORIA DA NEUROCIÊNCIA

O conceito atualmente conhecido como neurociência surgiu na década de 1960, numa tentativa de estabelecer uma área única de pesquisa interdisciplinar, reunindo ciências físicas, biológicas e neurais, com a finalidade de compreender as conexões entre o cérebro e o comportamento. A partir do primeiro uso da ressonância magnética funcional (*Functional Magnetic Resonance Imaging* - fMRI) no mapeamento das atividades do cérebro humano, a neurociência teve um extraordinário crescimento, especialmente nas últimas décadas, principalmente, devido à descoberta e ao desenvolvimento de novas técnicas do estudo do cérebro, tornando evidente a necessidade de um ramo teórico para este campo de estudo (ROQUE, 2022).

A teoria da existência e funcionalidade de três cérebros em um é aceita por diversos neurocientistas e propõe que existem três níveis cerebrais sobrepostos funcionando de modo interligado e conectado, possuindo características específicas resultantes de milhões de anos de evolução. Embora haja a possibilidade de as funções cerebrais ocorrerem simultaneamente, a depender da circunstância a que o ser humano seja submetido, determinada área cerebral pode, de maneira notória, ter mais atividade do que outra, comandando os processos racionais, emocionais e impulsivos (PERUZZO, 2015).

A área mais primitiva e existente em todos os vertebrados é o cérebro reptiliano, base do sistema de sobrevivência. É a camada onde se operam as funções instintivas e os reflexos. Ele é responsável pelas decisões automáticas, como também pelas emoções primitivas de agressividade e medo que motivam os instintos de lutar ou fugir (MLODINOV, 2014). Como um reservatório inconsciente dos impulsos, tal qual o *id* de Freud⁵, tem importância no processo de tomada de decisão (PERUZZO, 2015). A segunda área é o complexo límbico. Localizada acima do cérebro reptiliano e presente em todos os mamíferos, permite que os seres humanos sejam emocionais. Esta área possibilita a interação dos processos básicos de

⁵ “O *id* foi concebido como um conjunto de conteúdos de natureza pulsional e de ordem inconsciente, constituindo o polo psicobiológico da personalidade. É considerado a reserva inconsciente dos desejos e impulsos de origem genética, voltados para a preservação e propagação da vida (...). Do ponto de vista "funcional", o *id* procura a resposta direta e imediata a um estímulo instintivo, sem considerar as circunstâncias da realidade. Assim, o *id* tem a função de descarregar as tensões biológicas(...)” (LIMA, 2010).

sobrevivência do cérebro reptiliano com os elementos do mundo externo, o que resulta na expressão das emoções (PERUZZO, 2015).

No processamento das emoções, este complexo transmite uma sensação positiva ou negativa para a área primitiva, preparando-a para uma decisão futura, visto que também é a fonte da percepção social inconsciente. Por ser responsável pelos estados emocionais positivos e negativos, pela satisfação e insatisfação, tem participação na tomada de decisão (PERUZZO, 2018).

Considerado o nível mais recente da evolução cerebral e presente apenas nos seres humanos, o neocórtex - onde se encontram muitos dos inibidores e dos controladores do comportamento humano - funciona como um regulador de emoções do complexo límbico e possibilita a ação cognitiva, executando o processamento das informações de maneira lógica. É o responsável pelo consciente, pelas análises, pelo juízo de valor, pela capacidade de escolha, pelas justificativas, pela linguagem, pela criatividade, pela previsibilidade e pela genialidade, tendo, também, participação no processo decisório (PERUZZO, 2015).

Camargo (2009) ratifica que o cérebro consegue tomar decisões antes mesmo de o indivíduo tomá-las de forma consciente, ou seja, o cérebro decide antes do pensamento. O autor ainda ressalta o poder do inconsciente e dos cérebros límbico e reptiliano ao dizer que 95% das informações na mente humana estão no inconsciente e que os seres humanos têm uma tendência a mentira e ao autoengano. Assim, as respostas às pesquisas são executadas pelo córtex frontal, sendo que as “verdades” estão no sistema límbico e no cérebro reptiliano.

A observação destas “verdades” e das recepções “não-declaradas” de mensagens se tornaram possíveis somente através das ferramentas e metodologias oriundas da neurociência. A integração entre esta área de estudos e a comunicação se deu após a realização de pesquisas voltadas às conexões entre a atividade neural e determinados comportamentos observáveis nos níveis individual, grupal e populacional, englobando a previsão de mudança de comportamento após a exposição a mensagens persuasivas e a compreensão daquilo que faz com que ideias de sucesso se espalhem socialmente (BATISTA; MARLET, 2018).

A complexidade que há no conteúdo abrangido pelos processos da comunicação fez com que a abordagem do tema se expandisse, tornando-se interdisciplinar e heterogênea e, ao incluir a análise de processos neurais, principalmente com técnicas de neuroimagem,

originou um novo subcampo de investigação denominado “neurociência da comunicação” (FALK, 2013).

Esta autora complementa que a neurociência da comunicação tem o potencial de trazer uma série de aspectos relevantes para os estudos da comunicação, especialmente quando os resultados a serem obtidos nas pesquisas envolvam processos mentais que interfiram nas respostas de assuntos como a persuasão e a mudança de atitude, observando-se a atividade neural em resposta às mensagens persuasivas e as relacionadas à cognição social.

Somam-se a esses aspectos o modo como os sinais neurais que predizem a mudança de comportamento individual podem ser usados para prever os efeitos da mídia no nível populacional; os efeitos da mídia no cérebro, através de diferentes tipos de engajamento, e a maneira como as atividades desenvolvidas na sua pré-ativação podem afetar estímulos subsequentes sem que exista consciência sobre tal influência (FALK, 2013).

Batista e Marlet (2018) ressaltam a importância deste novo subcampo de estudo na busca pela compreensão dos processos pelos quais as mensagens midiáticas conseguem exercer influência sobre indivíduos, grupos e populações, evidenciando seu caráter persuasivo em diferentes instâncias e níveis, mas pontuam que não haveria grande utilidade apenas no conhecimento dos mecanismos neurocognitivos envolvidos no processamento destas mensagens sem sua devida contextualização.

Os autores reforçam que se deve considerar que a recepção das mensagens faz parte de um processo de interação social, acrescentando que a formação de sentido pode ser vista como uma reação consciente ao processamento inconsciente dos estímulos recebidos, em combinação com as informações previamente armazenadas na memória. Nesse contexto, se inserem a importância e o peso da construção social da realidade, uma vez que aquilo que nós conhecemos como real é sempre real nas suas consequências (BERGER; LUCKMANN, 2004).

Isso demonstra a relevância que o contexto tem no processo da comunicação contemporânea, que passa pela construção da narrativa e do imaginário, pois o pós-modernismo impõe uma nova ordem social na qual os indivíduos adaptam continuamente seu comportamento às circunstâncias de vida que mudam rápida e constantemente e procuram uma narrativa (ou narrativas) para basear suas identidades (VINCENT, 2005).

Os seres humanos, em condições de incerteza, não tomam decisões com base na probabilidade de maiores ganhos, antes, são regidos por uma série de atalhos cognitivos que

influenciam suas preferências na tomada de decisão. Eles incluem aversão à perda e ao custo irreparável (CAMISÓN, 2021). Nesse sentido, o estudo da combinação da consciência com a inconsciência se torna fundamental na compreensão do comportamento humano de decisão e escolha (MLODINOW, 2014).

A Teoria da Perspectiva, ou Teoria do Prospecto, de Kahneman e Tversky (1979), afirma que as decisões nem sempre são tomadas da melhor maneira e que nossa disposição para correr riscos é influenciada pelo modo como as opções são apresentadas, isto é, depende do contexto envolvido no processo decisório. Os autores reiteram que, independentemente da capacidade técnica, o ser humano é muito mais suscetível a agir instintivamente do que se imagina. A base desta Teoria é o conceito de aversão à perda e, de acordo com ela, as pessoas tendem a fazer escolhas dando maior importância aos potenciais valores de perdas do que de ganhos. Logo, é mais provável que se priorize evitar uma perda do que obter um ganho, pois aquela provoca um impacto emocional muito maior do que o ganho equivalente.

Os autores ratificam o entendimento de que a certeza e a aversão à perda são alguns dos preconceitos usados pelos seres humanos nas tomadas de decisão, uma vez que estes se mostram dispostos a sacrificar potenciais ganhos para ter maior garantia de certeza, bem como tendem a dar mais peso às avaliações de perdas do que de ganhos (KAHNEMAN e TVERSKY, 1979).

O cérebro reptiliano, com seu instinto de sobrevivência, leva o ser humano a, prioritariamente, sempre procurar evitar a dor, seja qual for a sua fonte geradora - perda de oportunidades, escassez, necessidades, problemas etc. A utilização da dor e do prazer são as formas mais eficazes de persuasão, pois são a base para a tomada de decisões. O apelo ao medo, como uma forma de dor, pode estimular a outra parte a identificar inconscientemente os riscos e as consequências negativas por não aceitar uma oportunidade ou uma proposta (RODRIGUES, 2017).

Como consequência dos avanços dos estudos da neurociência, percebe-se que existe a possibilidade de ocorrerem significativas mudanças nos fundamentos da sociedade por meio de atuações que provoquem a alteração da consciência humana, tornando a mente humana um importante novo domínio distinto da guerra, onde o objetivo principal seria moldar percepções e crenças e, assim, obter controle político e social sobre as populações (KRISHNAN, 2016).

2.3. ANÁLISE

Neste ponto do estudo, observou-se que o universo das matérias englobadas pelo tema se apresenta, além de muito abrangente, com muita complexidade. Nem mesmo o entendimento da própria definição do que é a Comunicação Estratégica se mostra trivial. O fenômeno da comunicação, em qualquer uma de suas manifestações, precisa ser encarado como um processo social e não apenas como um mecanismo de transmissão de informações.

Dessa forma, a Comunicação Estratégica, ao abarcar diversas estratégias de comunicação, deve se preocupar em estimar o impacto de cada uma destas, tendo, como condição *sine qua non*, a exigência de gestão efetiva, através de planejamento, execução, monitoramento, avaliação e intervenção, num ciclo contínuo de atuações sobre suas componentes, sob a visão holística dos objetivos estratégicos da organização, ajustando-as e empregando-as de modo a obter o efeito desejado.

Verificou-se que o planejamento desta atividade necessita ser pensado com base na perspectiva dinâmica da história, compreendendo as realidades vigentes, interpretando-as e observando de que maneira o público que será comunicado poderá reagir a partir do entendimento que for provocado em suas estruturas cognitivas, em decorrência das circunstâncias apresentadas, sejam correntes ou elaboradas.

Nesse aspecto, observou-se que é essencial compreender que a Comunicação Estratégica é intencional. Dessa forma, as ações planejadas devem constituir um plano coordenado que proporcione a formação de sentido para a audiência. Ressaltou-se que a Comunicação Estratégica exige que esta condução seja integrada, de maneira que possibilite a formação e a transmissão de uma mensagem uníssona na busca por alcançar o objetivo estabelecido pela instituição.

Portanto, deve-se lançar mão de todos os meios disponíveis e empregar todos os métodos possíveis. Desse modo, agindo de maneira sinérgica e conjugando toda sua estrutura, haverá a eficácia que possibilite alcançar o estado final pretendido.

Assim, entende-se que o que se deseja com este tipo de comunicação, vai muito além do processo de transmissão e recepção de mensagens. O propósito perpassa pela construção de significado para uma audiência, por meio da estruturação de processos que induzam o pensamento dos indivíduos a provocar uma mudança de atitudes e comportamentos conformada aos intentos organizacionais.

Constatou-se que a evolução dos estudos da neurociência, por intermédio do subcampo da neurociência da comunicação, permite uma maior compreensão dos processos de tomada de decisão, nos quais a emoção envolvida pode afetar a racionalidade e, conforme forem o contexto e a forma utilizados na comunicação, a atividade do cérebro reptiliano ligada aos instintos mais básicos e biológicos poderá anular ambas a razão e a emoção.

Dessa forma, visto que a aversão ao risco e à dor possuem preponderância nos processos decisórios, e que o medo da perda é mais relevante do que o prazer do ganho equivalente, a Comunicação Estratégica - propositada e intencional - deve utilizar, como ferramenta de persuasão, com vistas a ser eficaz, mecanismos que conduzam a cognição do público alvo à sensibilidade da percepção ao risco e à ameaça, em estágios emocionais e também instintivos, para atingir seu ideário de influência na mentalidade coletiva e a consecução dos objetivos organizacionais estabelecidos.

3 OS EUA E A COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

Este capítulo tem o propósito de apresentar a maneira como os EUA entenderam a necessidade de lançar mão da Comunicação Estratégica, visando obter a anuência da sociedade, bem como a legitimidade para atuar na conjuntura global, com o intuito de enfrentar as recentes evoluções geopolíticas.

Será feita também uma exposição concisa de como a Marinha dos EUA – *U.S. Navy* – iniciou sua atuação nessa matéria, ao compreender a necessidade de conscientizar a classe política e o povo quanto à sua importância, a fim de angariar apoio e o consequente aporte financeiro indispensável à sua sustentação. Ainda, serão apresentados os aspectos contidos em importantes documentos, bem como, algumas abordagens cujos teores expõem, de maneira clara, a magnitude que é concedida à Comunicação Estratégica naquele país.

O conhecimento adquirido com os conceitos pontuados no capítulo anterior, somados aos aspectos que serão explanados nesta fase do trabalho, possibilitarão a compreensão do *modus operandi* daquela nação no tocante a este assunto especificamente. A utilização dos EUA como referencial se dá pelo fato deste país ter sido relevante para o desenvolvimento e aprimoramento dos aspectos militares no Brasil. Ao final do capítulo, será conduzida uma análise.

3.1. O USO DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA E O DESENVOLVIMENTO DA *U.S. NAVY*

Baer (1994) afirma que, desde a Guerra Civil Americana (1861-1865), os estadunidenses assumiram que os EUA estavam seguros, isolados e privilegiados por terem um oceano a leste, outro a oeste e Estados fracos ao norte e ao sul. Naquele ambiente internacional favorável, em meio à relativa segurança, sua Marinha se depreciou, já que o interesse marítimo primordial era o comércio e não a segurança ou o prestígio.

A conjuntura ao final do século XIX fez com que a Marinha estadunidense se impusesse uma nova missão e definisse também a maneira de explicá-la, compreendendo que esta questão era de suma importância, pois, para ter solidez, uma estratégia deveria merecer o assentimento público. A transformação da *U.S. Navy* teve seu início baseado em argumentos apresentados por um grupo de oficiais - dos quais Alfred Thayer Mahan, impulsionado por sua

obra⁶, se mostrou o porta-voz mais articulado - que buscavam nada menos do que mudar a cultura estratégica do país e, portanto, tiveram que construir um consenso popular e profissional sobre uma nova estratégia naval. Em primeiro lugar, eles tinham que mostrar que havia um perigo. Por isso, Mahan escreveu para instruir a opinião pública, definiu o conceito de *sea-power*⁷ de maneira ampla e fez deste uma força histórica, conectada a uma teoria de luta inevitável (BAER, 1994).

Mahan buscou mudar a maneira como os estadunidenses pensavam sobre sua segurança. Ele declarou que eles deveriam se ver como habitantes de um Estado marítimo em um mundo que possuía marinhas fortes e que os EUA deveriam, ao contrário do que se praticava anteriormente, preparar uma Marinha adequada em tempos de paz. Seus escritos colocaram aquela força no centro da política nacional e forneceram respaldo às justificativas que seriam usadas no apelo ao apoio público (BAER, 1994).

As ideias advindas do conceito de *sea-power* mudaram a maneira como a Marinha estadunidense pensava a respeito de si mesma e o modo como a sociedade a compreendia. O amplo apelo político e social daquele conceito deu à *U.S. Navy* uma posição nacional central. Para garantir aquela posição, os líderes navais, a partir de Mahan, entenderam que deveriam olhar em duas direções: para dentro da força, ou seja, para o serviço em si e para suas necessidades particulares como uma força de combate especializada; e para suas fontes de orientação política e de suporte, isto é, para a nação, para o governo e para o congresso, que eram os responsáveis pela definição dos interesses e distribuição de fundos (BAER, 1994).

Os escritores que seguiram as ideias mahanianas encontraram uma maneira de fundir essas duas perspectivas no conceito do *sea-power*, que proporcionava a identificação da marinha com a nação e a tornava parte integrante da política nacional, unindo fins e meios e explicando a marinha à sociedade, em um contexto estratégico popular. Se o público aceitasse a proposição de que os EUA eram uma nação marítima sob ameaça que exigiria uma resposta

⁶ Alfred T. Mahan, *The Influence of sea Power upon History, 1660-1783* (Boston: Little, Brown, 1890).

⁷ A concepção de Mahan sobre *sea-power*, engloba quer o exercício do comando do mar decorrente da superioridade naval, quer o comércio marítimo nas possessões ultramarinas e o acesso privilegiado aos mercados estrangeiros, do qual decorre a riqueza e a grandeza das nações. Neste contexto, a doutrina do *Naval War College* considera que o *naval power* (poder naval) corresponde à marinha militar, incluindo meios aéreos embarcados; o *maritime power* (poder marítimo) inclui o *naval power* e outros elementos armados, como a Guarda Costeira, os Fuzileiros e forças não navais; o *sea power* engloba o *maritime power* e outros elementos não armados (SILVA, 2010).

da sua esquadra, então a Marinha poderia conceber uma estratégia, mesmo em tempo de paz, certa de que os meios necessários seriam fornecidos (BAER, 1994).

Naquele contexto, alguns grupos se organizaram para publicar matérias no intuito de apoiar as demandas da *U.S. Navy*. Tais grupos forneciam informações, lançavam ideias, críticas e demandas, a fim de sensibilizar os congressistas. A partir do início do século XX, se estabeleceram organizações para cada ramo das Forças Armadas, com o objetivo principal de promover as políticas e perspectivas das forças através da influência no Congresso e da explicação das questões de defesa à sociedade, trabalhando em estreita relação com as respectivas forças que representam (ENCYCLOPEDIA, 2023).

Dessa forma, a Comunicação Estratégica tem evoluído no contexto de um processo colaborativo e integrado com foco nos diversos objetivos emanados de documentos estratégicos de alto nível nos Estados Unidos da América (EDER, 2007).

3.2. O EMPREGO DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA PELOS EUA NO SÉCULO XXI

Após os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001, o governo dos EUA viu a necessidade de dar ênfase ao desenvolvimento de três capacidades de comunicação: apoio de Defesa à Diplomacia Pública; Operações de Informação e Operações Psicológicas; e Relações Públicas. Isso se deu através da integração de táticas específicas desempenhadas por diversos elementos do poder nacional dentro de uma “guerra de percepções”, visando conquistar apoio, credibilidade e, assim, liberdade de ação (CASTRO, 2013).

Farwell (2012) escreve que a expressão “Comunicação Estratégica”, atualmente usada nas Forças Armadas dos EUA, teve origem no ano de 2002, no Pentágono⁸, como resultado da busca para definir um termo que todos aqueles que estivessem envolvidos com a atividade de comunicação a entendessem como um meio de informar e influenciar um público-alvo. Assim, o Pentágono define Comunicação Estratégica da seguinte maneira:

Esforços direcionados pelo Governo dos Estados Unidos para compreender e engajar públicos-alvo, bem como para criar, fortalecer ou preservar condições favoráveis ao avanço dos interesses, das políticas e dos objetivos do Governo dos Estados Unidos, por meio do uso de programas, planos, temas, mensagens e produtos sincronizados

⁸ Neste trabalho, a palavra “Pentágono”, numa tradução direta de *Pentagon*, faz referência à sede do Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América.

com as ações de todos os instrumentos do poder nacional (FARWELL, 2012, p. 1, tradução nossa)⁹.

Nesse contexto, em 2010, a Casa Branca¹⁰ encaminhou um Relatório de Comunicações Estratégicas ao Congresso, com o intuito de estabelecer uma definição sobre o termo. Naquela oportunidade, foi ratificado que a expressão “Comunicação Estratégica” refere-se à coordenação e sincronização de palavras e ações endereçadas à determinadas audiências, bem como, o monitoramento e a avaliação de como elas serão percebidas por estas, além de programas e atividades deliberadamente destinados a comunicar e interagir com públicos-alvo, incluindo aquelas implementadas por meio de relações públicas, diplomacia pública e operações de informação (CASTRO, 2013).

A Estratégia Nacional dos EUA para Diplomacia Pública e Comunicação Estratégica estabelece que esta atividade deve sempre se esforçar para apoiar os valores fundamentais e os objetivos de segurança nacional dos EUA e que, para ser bem-sucedida, deve abordar tanto as audiências de massa - um enorme número de pessoas que recebem informações através de diversas fontes -, como também públicos-alvo específicos que por sua *expertise, status*, ou papel de liderança influenciam as decisões e opiniões de outros. Dentre estes, destacam-se os “Influenciadores-chave”, cujas opiniões possuem o potencial de provocar um efeito cascata na sociedade (EUA, 2007).

O documento prevê ainda que haja um repositório central de informações e análises de opinião pública em diferentes locais a fim de que se obtenha a exata compreensão do modo como os EUA são vistos e quais são os valores e interesses em comum que podem ser destacados. Tais informações devem ser recolhidas por uma série de agências estatais diferentes, bem como, por organizações do setor privado, e devem ser precisas e atualizadas, estando à disposição de todos aqueles que têm necessidade de conhecer, a fim de que contribuam com o desenvolvimento e monitoramento da eficácia das mensagens.

Eder (2007) reforça que é imprescindível não descuidar do modo como o governo dos EUA deve se comunicar interna e externamente, pois as exigências desta nova era requerem

⁹ No original: *Focused United States Government efforts to understand and engage key audiences to create, strengthen, or preserve conditions favorable for the advancement of United States Government interests, policies, and objectives through the use of coordinated programs, plans, themes, messages, and products synchronized with the actions of all instruments of national power* (FARWELL, 2012, p. 1).

¹⁰ Neste trabalho, a expressão “Casa Branca”, numa tradução direta de *White House*, se refere à sede do Poder Executivo dos Estados Unidos da América.

o desenvolvimento da Comunicação Estratégica, cujo potencial possibilita oferecer *insights* e obter compreensão sobre as melhores maneiras de utilizar a informação como um efetivo elemento do poder nacional, aplicada com prudência, perspicácia e vinculada à estratégia nacional e aos objetivos políticos.

Nesse sentido, deve-se observar e analisar o cenário e identificar quais são os interesses, o posicionamento relativo de quem realiza a Comunicação Estratégica, os atores direta e indiretamente envolvidos, os alvos internos e externos, os fatores intervenientes que estão fora do controle dos atores e todas as possíveis fontes de informação. A partir desses dados, todo o universo de conhecimento e expertise devem ser utilizados na produção do conteúdo a ser enviado aos grupos-alvo, para se criar a percepção almejada. É essa percepção produzida pelo processo da Comunicação Estratégica que fornece a legitimidade, a credibilidade, a dissuasão e a liberdade de ação, que são vitais para a obtenção do apoio necessário às demandas e à consecução dos objetivos (CASTRO, 2013).

O ambiente informacional tem se tornado um campo de batalha fundamental no atual ambiente global, ratificando aquilo que alguns teóricos rotularam de condições operacionais das “guerras de quarta geração”¹¹, onde mensagens e ideias são operadas de maneira planejada e coordenada, fazendo da informação um disputado terreno das operações. Para lograr êxito neste contexto operacional moderno, as ações das esferas política, diplomática e militar devem considerar a relevância do domínio informacional, por meio da integração de todos os esforços e recursos que viabilizem sua operacionalização. Isto quer dizer que as atividades e seus efeitos desejados devem ser integrados em um planejamento ativo e não como uma reflexão tardia (BORG, 2008).

¹¹ O conceito das guerras de 4ª geração foi introduzido por William S. Lind e outros autores, em 1989. Thomas X. Hammes se tornou um dos mais importantes teóricos sobre a matéria, com seu livro *The Sling and the Stone: On War in the 21st Century*, de 2004, no qual deu corpo à teoria esboçada por Lind. As principais características deste tipo de guerra são: a redução das fronteiras entre a guerra e a paz e a perda do monopólio da ação militar pelo Estado, devido ao envolvimento de atores não-estatais. Utiliza-se de todas as capacidades disponíveis – políticas, econômicas, sociais e militares – para convencer os decisores políticos inimigos de que os seus objetivos estratégicos são inalcançáveis ou demasiadamente custosos quando comparados com os benefícios percebidos. Isso pressupõe também procurar destruir o apoio da população aos líderes políticos e corroer a vontade dessa mesma população em combater. Ou seja, ao contrário das gerações anteriores, o objetivo não é derrotar o inimigo militarmente, mas, antes, o seu enfraquecimento, mais psicológico do que físico, através de uma guerra de baixa-intensidade, normalmente de longa duração. Para isso, recorrem abundantemente à guerra da informação, à propaganda e à guerra psicológica. Ou seja, enquanto as guerras anteriores eram campanhas militares apoiadas por operações de informação, as novas guerras de 4ª geração passaram a ser, em grande parte, campanhas de comunicação estratégica apoiadas por operações armadas (MONTEIRO, 2017).

Nesse contexto, a extensão do campo de batalha para a mente humana faz com que os militares percebam que os resultados das operações táticas não são mais importantes do que a imagem que a população cria a respeito deles. Por isso, a atuação efetiva nesse novo campo de combate requer capacitação profissional e utilização de meios e métodos diversos de comunicação que visem a uma influência de impacto. A eficácia nesse aspecto construirá um ambiente no qual o desfecho de um conflito dependerá não apenas de quem vencerá o combate, mas também de qual história será vencedora (YAKOVENKO, 2018).

Consequentemente, o *core* do conteúdo da Comunicação Estratégica é a formação de uma narrativa estratégica – um enredo convincente e consistente que possa explicar os acontecimentos e a partir do qual se possa tirar conclusões acerca do motivo da participação no conflito, a importância do envolvimento bélico e as possibilidades e perspectivas resultantes (YAKOVENKO, 2018).

Nesse sentido, a Comunicação Estratégica deve cuidar para que as tarefas de análise e gerenciamento não sejam negligenciadas, sob pena de cair no erro da reprodução de mensagens com formatos inequívocos e absolutos que só possuam significados relevantes para aquele que comunica. Isso resultará não somente na ineficiência da ação, mas também produzirá resultados em sentido contrário, tais quais as que ocorreram nas relações com o mundo islâmico durante a guerra ao terror pós setembro de 2001, quando as insistentes e rígidas mensagens de promoção da liberdade no Oriente Médio foram interpretadas, disseminadas e exploradas por extremistas islâmicos como sendo uma nova face das "cruzadas" para impor os valores ocidentais aos muçulmanos (CORMAN, 2006).

Peritos estadunidenses argumentam que a eficácia nesta matéria só é alcançada quando há um estudo preliminar do público-alvo e, através dos "sinais" observados, são avaliadas as possibilidades de atuação. Um trabalho similar ao de uma "escuta" que deve ser seguido por ações e reações, ajustando as formas e os conteúdos das informações. Nesse sentido, os novos desafios do cenário internacional promoveram o tema e fizeram com que este assunto se tornasse presente em diversos documentos oficiais dos EUA, demonstrando a prioridade das campanhas de informação em relação aos aspectos domésticos, bem como, em reação à Comunicação Estratégica de opositores (YAKOVENKO, 2018).

A intenção do governo dos EUA com a Comunicação Estratégica é transcender a capacidade individual das instituições, através da harmonia, sincronização e integração dos diversos instrumentos de poder. As campanhas do *Department of Defense (DoD)*, nesse

sentido, visam a coordenar as ações de suas Forças de maneira ativa, a fim de alcançar os efeitos desejados. Para isso, ressalta-se que é necessário haver uma mudança cultural naqueles que trabalham com os aspectos da informação, para que operem em coordenação tal que permita alcançar os objetivos da Comunicação Estratégica em amplo espectro, sem a qual os esforços individuais provavelmente falharão (BORG, 2008).

Os esforços do *DoD* para instituir processos de Comunicação Estratégica eficazes e estabelecer uma cultura de apoio demonstram a importância da obtenção de uma capacidade aprimorada de produzir efeitos no domínio da informação. No entanto, não se pode perder de vista que aquilo que se espera alcançar como efeito desejado deve ser monitorado durante a execução do processo, gerenciando e adequando conforme necessário. Uma comunicação eficaz pode trazer resultados a curto prazo, porém paciência, persistência e mensagens consistentes e condizentes com as ações são requisitos para que os efeitos estratégicos pretendidos sejam alcançados, pois, muitas vezes, os resultados estão além do horizonte, transcendendo gerações (BORG, 2008).

Nesse contexto, a compreensão dos papéis desempenhados pelas Forças e suas missões tornam mais fácil a obtenção de apoio e suporte à missão estratégica do *Department of Defense*. No entanto, em um nível mais profundo, pelo fato de o orçamento ser limitado, as forças singulares estão em constante concorrência entre si e as reivindicações e interesses terminam por serem específicos. Por isso, os serviços devem buscar uma comunicação efetiva com o Congresso, com o povo estadunidense e internamente, com o seu próprio pessoal (BORG, 2008).

Assim, os EUA empregam todos os meios e formas de informação para envolver o público na sua agenda, numa coordenação que não permite que as mensagens formuladas para os diferentes públicos-alvo entrem em conflito entre si. Uma vez que existem diferentes grupos receptores de mensagens com diversas inclinações, para que haja eficácia, deve-se levar em conta os efeitos da percepção de uma mensagem específica por todos os possíveis públicos-alvo. Ao mesmo tempo, a Comunicação Estratégica também deve trabalhar para minar e deslegitimar o potencial inimigo quando da tentativa de obter apoio e reconhecimento dos grupos-alvo (YAKOVENKO, 2018).

Nesse sentido, teóricos estadunidenses concordam claramente com a ideia de que o tema da Comunicação Estratégica está estreitamente associado à segurança e defesa nacional. Por isso, são integrados todos os tipos de atividades de comunicação para assegurar

o apoio à continuidade das missões e a sustentação das instituições. Dessa forma, a Estratégia de Segurança Nacional (*NATIONAL SECURITY STRATEGY-NSS*), um importante documento de alto nível nos EUA, aborda ambos o *hard power*, discorrendo sobre questões bélicas – especificando e nominando as ameaças – e o *soft power*, ressaltando virtudes consideradas universais em contraste com os perfis destacados pelas ameaças, como a proteção da liberdade e da dignidade humana presentes em sua democracia, opostas ao autoritarismo e a supressão de direitos (YAKOVENKO, 2018).

3.2.1 A Comunicação Estratégica nos documentos estadunidenses

A Estratégia de Segurança Nacional (*NATIONAL SECURITY STRATEGY-NSS*), de maneira geral, clarifica a visão estratégica estadunidense dentro das esferas de atuação das políticas interna e externa, abordando as prioridades em termos globais e regionais, a atitude a ser adotada nas relações internacionais e as definições das capacidades necessárias (PIRES, 2018).

A NSS dissemina as ameaças e os riscos, suas relevâncias e prioridades atribuídas, mantendo a narrativa centrada na possibilidade dos adversários em contestar o poder estadunidense de maneira regional ou global, como também, suas potencialidades que podem sofrer investidas. Além disso, expõe o valor das alianças e parcerias ao redor do mundo, ressaltando virtudes e valores e ratificando a importância da postura e grandeza da visão estadunidense para o mundo (PIRES, 2018).

No ano de 2022, este documento classificou o ambiente político atual como intenso, com implicações para o tecido social da nação e afirma que a democracia diversificada e forte dos EUA, que alcança a todos os estilos de vida e formas de fé, possibilitará a convivência harmônica dentro de um sistema que é capaz de prover transparência e garantir vidas dignas e livres. Ainda, assegurou que o projeto estadunidense de garantir a democracia nunca estará completo, pois demanda trabalho permanente, ratificando que a qualidade da democracia interna afeta a força e a credibilidade da liderança dos EUA no exterior, assim como o caráter do mundo afeta a capacidade da sociedade norte-americana de desfrutar segurança, prosperidade e liberdade internamente (EUA, 2022b).

Os EUA, de maneira assertiva, estabelecem que defenderão os direitos humanos universais, serão solidários com aqueles que, mesmo distantes, buscam liberdade e trabalharão com afinco para ajudar as democracias emergentes a mostrarem benefícios

tangíveis para suas próprias populações, pois a democracia consistente supera o autoritarismo e garante a proteção e a dignidade ao ser humano, além de ser o meio capaz de construir sociedades fortes e prósperas, possibilitando uma ordem mundial pacífica (EUA, 2022b).

Nesse sentido, os principais riscos externos que configuram o desafio estratégico mais premente à visão estadunidense são os provenientes de governos autoritários com políticas externas de expansão. Os Estados que possuem tais características e se comportam dessa forma impõem um desafio à paz e estabilidade internacionais, e tem agido para minar os processos políticos democráticos de outros países, exportando um modelo não liberal para a ordem internacional (EUA, 2022b).

A Estratégia de Segurança Nacional dos EUA estabelece que a Rússia e a República Popular da China (RPC) instituem estes grandes desafios. A Rússia representa uma ameaça imediata ao sistema internacional livre e pacífico, desrespeitando de maneira deliberada as leis básicas da ordem internacional. Já a RPC se comporta com a clara intenção de remodelar esta ordem, aumentando cada vez mais, sua capacidade econômica e seus poderes diplomático, militar e tecnológico para avançar nesse objetivo. Para estes países, a estabilidade mundial do pós Guerra Fria ameaça os seus regimes e sufoca as suas ambições. Por isso, buscam alterá-la, a fim de criarem um mundo propício às suas autocracias repressivas (EUA, 2022b).

Nesse contexto, os EUA, buscando apresentar o contraste existente entre a sua visão de mundo e a dos seus concorrentes, ratificam que, juntamente com os aliados e parceiros, têm a oportunidade de moldar o ambiente global de forma que influencie o comportamento da RPC e da Rússia, a fim de não permitir a escalada da competição já existente. Assim, estariam evitando conflitos ou uma nova Guerra Fria, ao concederem apoio a todos os países que desejassem, independentemente do tamanho ou da força, usufruir do exercício da liberdade de fazer escolhas que sirvam a seus interesses. Esta postura reflete uma visão afirmativa para o mundo que aborda desafios compartilhados e os combina com o dinamismo da democracia estadunidense, contendo ações que visam a preservar a autonomia e os direitos dos Estados menos poderosos, diferentemente do comportamento dos seus rivais (EUA, 2022b).

Dessa forma, a decorrente Estratégia de Defesa Nacional (*NATIONAL DEFENSE STRATEGY-NDS*), de maneira categórica afirma que os EUA conseguiram se estabelecer como nação poderosa porque sempre enfrentaram as ameaças nos momentos de perigo sem jamais

vacilar ou se abster dos desafios mais difíceis, especialmente quando se trata de assegurar e defender seus valores e interesses nacionais. Portanto, o *Department of Defense* deve fornecer ao povo estadunidense a imagem clara e definida dos grandes desafios que enfrentarão nos próximos anos e que essa visão deve estar acompanhada de uma rigorosa estratégia que permita aos EUA avançar nas suas metas de defesa e segurança (EUA, 2022a).

Nesse contexto, o caminho a ser trilhado durante essa “década decisiva” – caracterizada por dramáticas mudanças na geopolítica, na tecnologia, na economia e no meio ambiente – perpassa pela proteção do povo estadunidense e alcança a dimensão da promoção da segurança global. Portanto, é necessário haver uma ligação entre a estratégia e os recursos, cujo ritmo deve ser determinado pelo desafio urgente de se fortalecer a dissuasão dos EUA frente a República Popular da China (RPC), bem como pela necessidade de colaboração com países aliados e parceiros no reforço a uma dissuasão robusta (EUA, 2022a).

Para tal, visto que esse panorama não permite que o trabalho usual e tradicional seja aceitável, deve haver foco no ritmo dos desafios que se apresentam enquanto as rápidas mudanças ocorrem e trazem diversas ameaças que precisam ser gerenciadas, sem descuidar da ênfase nos valores fundamentais de defender a nação e cuidar do povo (EUA, 2022a).

Assim, os EUA devem buscar envidar esforços de maneira permanente, para que consigam sincronizar as tarefas com os investimentos necessários, focando em recursos que possibilitem criar condições favoráveis para enfrentar o constante crescimento das ameaças aos interesses vitais de segurança nacional dos EUA, a fim de manter a estabilidade do sistema internacional. Para reduzir estes riscos existentes, é imprescindível fortalecer a capacidade de dissuasão com uma abordagem coordenada e multifacetada que, assegurada por meio de forças críveis, seja capaz de afetar a percepção dos concorrentes sobre os benefícios de uma possível agressão (EUA, 2022a).

Nesse sentido, embora os riscos à estabilidade global impostos pela aceleração da modernização e da expansão de capacidades, inclusive nucleares, promovidas pela RPC e pela Rússia criem novas tensões e tentem estabelecer um novo desenho de influência mundial explorando questões geográficas e ameaçando os EUA e nações amigas, os Estados Unidos da América estarão empenhados em manter sua extraordinária Força, a fim de obter as bases sólidas necessárias à uma estratégia de defesa. Dessa forma, manterá a América segura, próspera e livre mesmo que a relação entre chineses e russos continue a aumentar em amplitude (EUA, 2022a).

O documento ainda destaca o “comportamento maligno” de agressão e coerção que fazem parte da estratégia holística destes dois países para atingirem seus objetivos de enfraquecer as bases da estabilidade do sistema internacional. Além disso, afirma que o alcance e a dimensão das ameaças têm mudado significativamente e que existem reais desafios muito mais agudos que podem ser instalados internamente pela RPC e pela Rússia por meio de uma ampla gama de ferramentas, na tentativa de dificultar a preparação militar dos EUA para respostas em um conflito. Dentre estes desafios, estão as ações destinadas a minar o apoio público nos EUA e atingir sua infraestrutura crítica e sistemas (EUA, 2022a).

Inserir-se também nesse escopo, o fato de a RPC prosseguir aumentando sua capacidade de ameaçar os EUA, aliados e parceiros com armas nucleares, pois, no ritmo que se apresenta, as opções nucleares disponíveis se expandirão rapidamente, possibilitando várias formas de estratégias, incluindo a coerção nuclear. Por parte da Rússia, há uma ênfase nas armas nucleares poderosas e diversificadas em sua estratégia, em apoio à sua política de segurança revisionista, ratificando uma ameaça duradoura aos EUA e aliados. Este cenário exige que sejam desenvolvidas ações voltadas para o fortalecimento da nação contra possíveis ataques, de maneira integrada, modernizando as capacidades, aumentando a interoperabilidade e incrementando a dissuasão (EUA, 2022a).

Portanto, há o imperativo estratégico para os EUA de continuarem os investimentos e a inovação no desenvolvimento de capacidades nesse ambiente de incerteza, buscando uma concentração de esforços para que se tenha acesso aos requisitos de combate que permitam dissuadir uma potencial agressão da RPC e da Rússia contra os interesses vitais dos EUA. Logo, as atividades do DoD devem visar a fortalecer a dissuasão para que os EUA se mantenham como um parceiro de defesa confiável sem se fiar em retóricas. Para isso a força necessária deve ser letal; sustentável para manter operações em um ambiente contestado e degradado; resiliente; ágil e responsiva; e sobrevivente de tal forma que mantenha o poder de combate apesar dos ataques adversários (EUA, 2022a).

Em consonância com a visão orientadora destes dois documentos estratégicos, em 2022, o Almirante Gilday (1962-), *Chief of Naval Operations*, em audiência no *Senate Armed Services Committee*, afirmou que a superioridade naval dos EUA tem garantido segurança e prosperidade nos oceanos do mundo moderno, desempenhando um papel único e predominante na proteção dos interesses nacionais mais vitais dos EUA. Assim, é imprescindível a sua manutenção para a consecução da estratégia de defesa nacional, visto

que a competição global e o ritmo das inovações aceleram, e o ambiente em que as forças navais operam está cada dia mais letal e, definitivamente, mais contestado (EUA, 2022).

Gilday prosseguiu assegurando que estas tendências têm aumentado significativamente, particularmente com os maciços investimentos chineses em forças altamente capazes, projetadas para negar o acesso aos oceanos, de forma que o papel da *U.S. Navy* nunca foi tão essencial para a manutenção dos objetivos estratégicos vitais do país. Por isso, a força naval deve ser crível em matéria de combate, de maneira a ser capaz de proteger os interesses em tempo de paz e prevalecer na guerra, nesta competição de longo prazo que se apresenta para o futuro (EUA, 2022).

O Almirante Gilday reforçou também que os custos envolvidos com a atualização e a manutenção da Força refletem o imperativo de garantir a continuidade da dissuasão estratégica, mantendo a frota pronta, da forma como o país necessita, pois os EUA, sendo desafiados, deve estar em condições de usar o máximo da sua capacidade e empregar da melhor maneira possível. Porém, no momento, a Força não está com a dimensão necessária para lidar com dois conflitos simultâneos. Ainda, a quantidade de meios não prescinde da qualidade e vice-versa, especialmente porque os adversários estão construindo sistemas avançados e a falta de modernização para enfrentar essas ameaças corroeria a superioridade marítima dos EUA, justamente quando o “comando dos mares” decidirá o equilíbrio estratégico de poder global no decorrer do século (EUA, 2022).

Ressalta-se que, anteriormente, por ocasião da abertura da *Navy League’s*, em 2021, Gilday alertou quanto ao *lobby* que alguns segmentos executam contra o desenvolvimento e a implementação de novas capacidades para a *U.S. Navy* fazer frente às ameaças configuradas pela China, assegurando que é necessário incluir representantes da indústria, executivos e legisladores nos jogos de guerra, de maneira regular, para mostrar claramente como as armas existentes se comparam às ameaças globais (WEISGERBER, 2021).

Nesse contexto, com o propósito de incrementar a atividade de Comunicação Estratégica no âmbito de suas competências, o DoD, em 2009, já havia emitido o documento “*The Strategic Communication Joint Integrating Concept*” estabelecendo quatro objetivos básicos: melhorar a credibilidade e legitimidade dos EUA; enfraquecer a credibilidade e a legitimidade dos adversários; convencer determinados públicos-alvo a tomar ações específicas que apoiem os EUA; e fazer com que adversários tomem (ou se abstenham de tomar) ações específicas. Nesse processo, todas as ações deveriam ser concebidas com base

em seus potenciais impactos cognitivos e nos seus efeitos e consequências, através da articulação com os diferentes tipos de audiência (EUA, 2009).

Dessa forma, toda a gama de capacidades informacionais deveria ser empregada para: identificar, segmentar, estudar e ouvir potenciais públicos; conceber, produzir e coordenar sinais através de informações e ações destinadas a afetar as percepções, atitudes, crenças e comportamentos dos públicos selecionados, de maneira a apoiar o cumprimento das missões e a promoção nacional dos interesses; monitorar, medir e avaliar os efeitos desses sinais; e modificar, de maneira interativa, as ações e produtos de informação com base nos *feedbacks* acerca dos efeitos dos sinais. Esse conceito ratifica que a Comunicação Estratégica não é uma atividade coadjuvante, antes é inerente ao planejamento e à condução de todas as tarefas, devendo ser proativa e não apenas reativa (EUA, 2009).

3.3. ANÁLISE

Este capítulo apresentou aspectos históricos referentes ao modo como a Marinha dos EUA compreendeu a necessidade de aprimorar a sua forma de interagir com a sociedade e com a classe política. Naquele contexto, a *U.S. Navy* passou a se comunicar empregando elementos e características da Comunicação Estratégica muito antes de haver qualquer definição técnico-teórica sobre o tema, que somente ocorreu a partir do início do século XXI, no Pentágono, em consequência da busca pela definição de um termo que fosse inteligível a todos os que tivessem relação com a atividade de comunicação como um meio de informar e influenciar um público-alvo a pensar de maneira inclinada a prover o apoio desejado.

Portanto, verificou-se que a Marinha estadunidense passou a utilizar esta ferramenta na busca por disseminar, de maneira intencional e elaborada, suas ideias, apresentando a situação de perigo, ameaça e riscos existentes à época, denotando que, desde o final do século XIX, as nuances existentes no bojo do tema da neurociência da comunicação já passavam a ser exploradas visando a conduzir cognição do público alvo à aversão ao risco e à perda. Assim, a condução desta atividade desde aquela ocasião tem se mostrado imprescindível para dar suporte ao desenvolvimento da Força.

Com relação à conjuntura contemporânea, percebeu-se que a evolução desta matéria nos EUA adquiriu tamanha relevância que seus elementos encontram-se presentes, de maneira clara, nos conteúdos de documentos estratégicos de alto nível. Nos tópicos

abordados, observou-se que ambos o Pentágono e a Casa Branca entendem e definem a Comunicação Estratégica em consonância com o que foi categorizado por James Farwell e com os demais aspectos apresentados no capítulo teórico, ratificando o emprego coordenado de todos os métodos e meios disponíveis na intenção de influenciar atitudes e opiniões, moldar percepções e comportamentos de indivíduos e criar condições que proporcionem apoio para se alcançar um estado-final desejado.

4 CONCLUSÃO

Este trabalho buscou analisar o modo como os Estados Unidos da América compreenderam a importância da Comunicação Estratégica e a utilizaram, evoluindo na maneira de transmitir suas ideias, tanto para a sociedade estadunidense, como para a audiência externa. As análises tiveram o objetivo de responder à seguinte questão de pesquisa: Em que medida a Comunicação Estratégica dos EUA contribui para a sua Marinha – *U.S. Navy* fazer frente à China e à Rússia no século XXI?

Com o intuito de atingir este objetivo, o trabalho apresentou uma abordagem teórica sobre o que é a Comunicação Estratégica, concluindo que esta atividade se aproxima muito mais do nível das políticas de gestão das organizações do que de qualquer setor específico do ramo da comunicação, é definida a partir das perspectivas dos objetivos a atingir e requer a sinergia das ações de todos os segmentos envolvidos por meio de planejamento, monitoramento, avaliação e ajustes, atuando sempre em consonância com os objetivos estratégicos.

Os aspectos teóricos pontuados, nos permitiram concluir que esta atividade é intencional, elaborada, coordenada e busca fornecer diretrizes hermenêuticas a determinado público, de maneira a moldar seu comportamento e influenciar percepções, atitudes e opiniões, a fim de criar condições que permitam avançar em interesses, políticas e alcançar objetivos. Para isso, são empregados todos os meios e formas disponíveis, em consonância com os aspectos da estratégia que estabelecem o uso dos meios (*means*) e métodos (*ways*) para se alcançar os fins (*ends*).

Além disso, apresentamos algumas nuances da neurociência da comunicação, um emergente subcampo de estudos da comunicação que possibilita um melhor entendimento sobre o modo como os seres humanos recebem e processam as informações durante a comunicação, enfatizando que, em condições de incerteza, os atalhos cognitivos que influenciam as preferências nas tomadas de decisão atuam com base na aversão à perda e ao risco, muito mais do que pelas possibilidades de um ganho.

Analisamos a forma como os EUA entenderam e desenvolveram a Comunicação Estratégica e concluímos que a *U.S Navy*, desde o final do século XIX, compreendeu que a maneira de se comunicar com a sociedade, a partir da explicação da existência de riscos e da exposição às ameaças, facilitaria o entendimento, a aceitação e o apoio aos custos necessários

à manutenção de uma força naval adequada. Portanto, vimos que o conceito mahariano conhecido como *sea power* foi fundamental para amplificar o apelo político e social, sendo utilizado na disseminação da ideia força de que a nação estaria exposta a perigos e necessitaria de uma força capaz de defendê-la. Logo, verificamos que isto colocou a Marinha estadunidense no centro da política nacional e serviu de sustentação ao desenvolvimento da Força.

Apresentamos aspectos contidos em documentos estratégicos dos EUA que evidenciam o emprego e o desenvolvimento da Comunicação Estratégica. As designações de ameaças observadas nestes documentos, explorando os potenciais riscos e perdas em caso de incapacidade de opor-se, nos permitiu verificar que elas buscam influenciar o modo como a população compreende e aceita os projetos político-estratégico nacionais.

Nos referidos documentos, percebemos que repetidas vezes são nominados os inimigos e reforçados os seus aspectos negativos, bem como, os prejuízos e perdas que eles podem causar aos EUA. Assim, a ampla divulgação das ameaças, cujas características contrastam com o modo de vida de que os estadunidenses desfrutam, ratifica o emprego do elementos-chave contidos nos aspectos estudados na neurociência da comunicação, induzindo o público alvo a prover o apoio necessário aos objetivos estabelecidos, em aversão à possibilidade de perdas, dor e sofrimento.

A partir da observação do emprego dessa forma de comunicação nas exposições e orientações presentes nos documentos abordados, concluímos, de maneira inequívoca, que a Comunicação Estratégica se situa nos mais altos níveis de condução das instituições; é definida com base no impacto pretendido; deve ser constituída por ações sinérgicas de todas as formas e meios disponíveis; requer planejamento, monitoramento, avaliação e ajustes, atuando em consonância com os objetivos estabelecidos.

Constatamos que a competição geopolítica encabeçada pelos EUA, China e Rússia no início do século XXI, que é o contexto espaço-temporal do objeto da pesquisa, ocorre dentro de uma conjuntura global de incertezas em que as narrativas - estimuladas pela difusão dos meios de comunicação e suas tecnologias que favorecem a atuação no campo informacional - se constituem em instrumentos importantes na construção da percepção que se pretende estabelecer.

Dessa forma, entendemos que a mente humana passa a assumir ainda maior relevância e se torna uma extensão do campo de batalha moderno, onde a vitória é alcançada

por meio da imagem que é construída sobre os acontecimentos e não apenas pelos resultados das operações táticas. Por isso, os EUA buscam desenvolver meios e métodos que trabalhem com o objetivo de gerar uma influência de impacto, a fim de que sua versão elaborada seja disseminada de maneira positiva.

Do exposto, concluímos que a utilização desta matéria por parte dos EUA, desde o início do século XX, ocorre de maneira estruturada em diversos órgãos e instituições e é direcionada tanto à sociedade interna, como também ao público externo, a fim de obter não somente aceitação às suas causas, mas também o apoio. Assim, vimos que os EUA buscam agir com habilidade para elaborar enredos apropriados a serem entregues nas formas adequadas, sob permanente monitoramento e ajuste, a fim de promover um ambiente favorável que dê respaldo aos projetos nacionais.

Dessa forma, conforme verificamos nos documentos de alto nível que foram analisados, resta claro que os EUA empregam a Comunicação Estratégica de maneira assertiva e incisiva, explorando a questão das ameaças latentes ou potenciais, por meio da utilização de todos os meios e métodos disponíveis, para moldar percepções e influenciar opiniões e atitudes de sua audiência - seja interna ou externa -, fomentando sempre a aversão ao risco. Com isso busca criar as condições que possibilitem angariar o apoio necessário aos seus objetivos político-estratégicos e, conseqüentemente, à obtenção do enorme aporte financeiro que possibilite manter suas capacidades, a fim de fazer frente à China e à Rússia neste início de século.

Assim, com relação à pergunta de pesquisa “Em que medida a Comunicação Estratégica dos EUA contribui para a sua Marinha – *U.S. Navy* fazer frente à China e à Rússia no século XXI?”, é razoável afirmarmos que o emprego coordenado de diversas formas e mecanismos de comunicação, voltados para a ratificação das ameaças e do perigo, induz na sociedade e na classe política uma clara percepção de risco provável, fazendo com que forneçam apoio imprescindível aos projetos de desenvolvimento e modernização daquela força naval, a fim de que esteja em condições de se contrapor às ameaças.

Por fim, visto que o tema “Comunicação Estratégica” possui um papel relevante na conscientização da sociedade estadunidense, proporcionando legitimidade e suporte financeiro aos projetos de manutenção e ampliação da *U.S. Navy*, sugerimos que seja criado um grupo de estudos voltado à avaliação da implementação desta matéria na Marinha do Brasil, aos moldes do que é realizado nos EUA.

REFERÊNCIAS

BAER, G. W. **One hundred years of sea power: The U. s. navy, 1890-1990**. Palo Alto, CA, USA: Stanford University Press, 1996.

BATISTA, Leandro Leonardo; MARLET, Ramon Queiroz. **Comunicação, Neurociência e a Recepção Não-Declarada**. Revista FAMECOS, v. 25, n. 1, p. 27225, 2 jan. 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.15448/1980-3729.2018.1.27225>>. Acesso em: 19 mai. 2023.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A Construção Social da Realidade – Um Livro sobre a Sociologia do Conhecimento**. Lisboa, Portugal: Dinalivro, 2004.

BORG, L. J. **Communicating With Intent: The Department of Defense and Strategic Communication**. Paper, Program on Information Resources Policy, Harvard University, February. 2008.

CAMARGO, P. **Neuromarketing: Descodificando a mente do consumidor**. [S.l.] IPAM, 2009.
CAMISÓN, C. Neurostrategy. In: Encyclopedia of Organizational Knowledge, Administration, and Technology. [S.l.] IGI Global, 2021. pp. 1876–1893.

CARRILLO, M. V. **Comunicação Estratégica no ambiente comunicativo das organizações atuais**. Comunicação e sociedade, v. 26, n. 0, pp. 71–80, 2014.

CASTRO, C. E. G. **Proposal for an interdisciplinary approach**. Connections The Quarterly Journal, v. 12, n. 2, pp. 27–52, 2013.

COUTAU-BÉGARIE, H. **Tratado de estratégia**. Tradução de Brigitte Bentolila de Assis Manso et al. Rio de Janeiro: Escola de Guerra Naval, 2010. v1. 426 p. Título original: *Traité de stratégie*. 5 ed. 2010.

CULL, N. J. **The long road to public diplomacy 2.0: The internet in US public diplomacy**. International studies review, v. 15, n. 1, p. 123–139, 2013.

ECHENIQUE, R. E.; BENDEZÚ, R. **De la Comunicación Instrumental a la Estratégica**. [S.l.: S.N.].
EDER, M. K. **Strategic communications and the battle of ideas**. Disponível em: <<https://digital-commons.usnwc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=ils>>. Acesso em: 19 mai. 2023.

ENCYCLOPEDIA. **Armed Services Lobbying Associations**. Disponível em: <<https://www.encyclopedia.com/history/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/armed-services-lobbying-associations>>. Acesso em: 8 mai. 2023.

Estados Unidos da América – EUA. **National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication, 2007 – NSPD/SC U.S.** Washington, 2007. Disponível em: <<https://2001-2009.state.gov/documents/organization/87427>>. Acesso em: 2 jun. 2023.

_____. **Strategic Communication Joint Integrating Concept, 2009 - JIC**. Disponível em: <https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/concepts/jic_strategiccommunications.pdf>. Acesso em: 8 jun. 2023.

_____. **America's Navy. Senate armed services committee holds hearing on the Fiscal Year 2023 Navy Budget Request**. Washington, 12 mai. 2022. Disponível em: <<https://www.navy.mil/Press-Office/Testimony/display-testimony/Article/3030778>>. Acesso em: 8 maio 2023.

_____. **National Defense Strategy, 2022 - NDS**. Washington, 2022a. Disponível em: <<https://media.defense.gov/2022/Oct/27/2003103845/-1/-1/1/2022-NATIONAL-DEFENSE-STRATEGY>>. Acesso em: 2 jun. 2023.

_____. **National Security Strategy, 2022 - NSS**. Washington, 2022b. Disponível em: <<https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2022>>. Acesso em: 3 jun. 2023.

FALK, E. B. **Can neuroscience advance our understanding of core questions in communication studies**. [S.l.: S.N.].

FARWELL, J. P. **Persuasion and power: The art of strategic communication**. Washington, DC, USA: Georgetown University Press, 2012.

FÉLIX, J. D. B. et al. **Comunicação Estratégica e Integrada: A visão de 23 renomados autores de 5 países**. [S.l.] Editora Rede Integrada, [S.D.].

FURTADO, I. R. R. DE H.; FARIAS, M. L.; SOUSA JÚNIOR, J. H. DE. **A utilização do neuromarketing na formulação de estratégias de vendas mais eficazes**. Revista Gesto, v. 8, n. 2, pp. 56–70, 2020.

GOMES, Joana Filipa V. G. **A neurociência cognitiva aplicada à comunicação publicitária**. Disponível em: <<https://repositorio.ipv.pt/bitstream/10400.19/7358/1/52-Trabalho%20de%20projeto-1182-1-6-20220607>>. Acesso em: 7 jun. 2023.

HALLAHAN, K. et al. **Defining strategic communication**. International journal of strategic communication, v. 1, n. 1, pp. 3-35, 2007.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. **Prospect theory: An analysis of decision under risk**. Econometrica: journal of the Econometric Society, v. 47, n. 2, p. 263, 1979.

KRAUTHAMMER, C. **Democratic Realism: An American Foreign Policy for a Unipolar World**. [S.l.: S.N.].

KRISHNAN, A. **Military neuroscience and the coming age of neurowarfare**. [S.l.] Routledge, 2016.

KUNSCH, M. M. K. **A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas**. Media & jornalismo, v. 18, n. 33, pp. 13-24, 2018.

LIMA, A. P. DE. **O modelo estrutural de Freud e o cérebro: uma proposta de integração entre a psicanálise e a neurofisiologia**. Revista de psiquiatria clínica, v. 37, n. 6, pp. 280-287, 2010.

MLODINOV, L. **Subliminar: como o inconsciente influencia nossas vidas**. Tradução de Cláudio Carina. [S.l.: S.N.].

MONTEIRO, SARDINHA C. L. N. **Guerras de 4ª geração**. Disponível em: <<https://www.revistamilitar.pt/artigo/1288>>. Acesso em: 8 jun. 2023.

NEATE, M. C. MONOGRAPH, A. **The battle of the narrative**. School of Advanced Military Studies United States Army Command and General Staff College Fort Leavenworth. Kansas. 6 abr. 2010. Disponível em: <<https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/ADA523918.pdf>>. Acesso em: 8 jun. 2023.

PERUZZO, M. **As três mentes do Neuromarketing**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

PIRES, N. L. **Da Segurança Nacional à Estratégia de Defesa dos Estados Unidos da América: O que mudou?**. Disponível em: <<https://blog.cei.iscte-iul.pt/da-seguranca-nacional-a-estrategia-de-defesa-dos-estados-unidos-da-america-o-que-mudou>>. Acesso em: 12 jun. 2023.

PORTER and MYKLEBY. **The National Strategic Narrative**. Disponível em: <<https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/media/documents/page/ANationalStrategicNarrative>>. Acesso em: 10 jun. 2023.

RODRIGUES, N. L. **Negociação de Alto Impacto com Técnicas de Neuromarketing: neurociência**. Rio de Janeiro: Brasport, pp. 75-91, 2017.

ROQUE, A. **Apresentação da Neurociência Computacional**. Disponível em: <<http://sisne.org/Disciplinas/PosGrad/IntrodNeuroComput/Aula%201%20-%20Apresenta%E7%E3o%20da%20Neuroci%Eancia%20Computacional>>. Acesso em: 9 jun. 2023.

RÜDIGER, F. **As teorias da comunicação**. Porto Alegre: Penso. v. 152, 2011.

RUTHE, A. R. M. G. **Soft Power e Hard Power: entenda a diferença!**. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/soft-power-hard-power>>. Acesso em: 17 jul. 2023.

SCHULTZ, D. E.; ETC. **New marketing paradigm: Integrated marketing communications**. Maidenhead, England: McGraw-Hill Contemporary, 1994.

SILVA, A. M. F. R. **Mahan e as marinhas como instrumento político**. Disponível em: <<https://www.revistamilitar.pt/artigo/569>>. Acesso em: 27 mai. 2023.

VINCENT, L. **Marcas legendárias: O poder eterno das histórias de marcas vencedoras**. [S.l.: S.N.].

WEISGERBER, M. **Top admiral: Defense firms are lobbying against the weapons the US navy needs**. Disponível em: <<https://www.defenseone.com/policy/2021/08/top-admiral-defense-firms-are-lobbying-against-weapons-us-navy-needs/184216>>. Acesso em: 23 jun. 2023.

YAKOVENKO, N. et al. **Strategic communications of the USA**. American History & Politics: Scientific edition, n. 4, p. 198–207, 2018.

YARGER, H. R. **Strategic Theory for the 21st Century: the little book on big strategy**. In: Strategic Studies Institute. Carlisle-PA; U.S. Army War College: [S.N.]. v. 83.