

ACADEMIA MILITAR

Mestrado Integrado em Ciências Militares na especialidade de Cavalaria

A Imprensa Militar Especializada e os desafios das novas tecnologias: O caso da Revista da Cavalaria.

Autor: Aspirante de Cavalaria Filipe da Silva Rodrigues

Orientador: Professora Doutora Ana Maria Carapelho Romão Leston Bandeira

Coorientador: Major de Artilharia Paulo Sérgio de Almeida Rodrigues

Relatório Científico Final do Trabalho de Investigação Aplicada

Lisboa, maio de 2017



ACADEMIA MILITAR

Mestrado Integrado em Ciências Militares na especialidade de Cavalaria

A Imprensa Militar Especializada e os desafios das novas tecnologias: O caso da Revista da Cavalaria.

Autor: Aspirante de Cavalaria Filipe da Silva Rodrigues

Orientador: Professora Doutora Ana Maria Carapelho Romão Leston Bandeira

Coorientador: Major de Artilharia Paulo Sérgio de Almeida Rodrigues

Relatório Científico Final do Trabalho de Investigação Aplicada

Lisboa, maio de 2017

“If the world has truly become a global village there is no reason why our military journals should not be easily accessed by global villagers”

C. Lynch e T. McLaughlin

À minha família e à minha namorada, pois são o meu grande suporte.

AGRADECIMENTOS

À Professora Doutora Ana Romão pela orientação do trabalho.

Ao Major de Artilharia Paulo Rodrigues, por todo o incentivo e trabalho ao longo deste período.

Ao Coronel de Artilharia Ribeiro Soares pela sua grande disponibilidade e transmissão de conhecimentos.

Ao Tenente-Coronel de Cavalaria Miguel Freire pelo exemplo de oficial que sempre mostrou ser e pela motivação na escolha do tema do trabalho.

À Major de Cavalaria Elisabete Silva por me ter ajudado na formação como oficial de Cavalaria.

Ao Coronel de Cavalaria Amado Rodrigues, ao Tenente-Coronel de Cavalaria Paulo Serrano, à Capitão de Cavalaria Maria Correira e ao Capitão de Cavalaria Humberto Rosa pela disponibilidade que demonstraram em responderem à entrevista e ajuda na conclusão do trabalho.

Aos sócios da *Revista da Cavalaria*, em especial aos que se disponibilizaram em responder ao inquérito.

Ao meu curso de Cavalaria, por todos os momentos vividos ao longo destes últimos anos.

Aos meus camaradas do curso Tamagnini de Abreu e Silva, pois sem eles os últimos cinco anos não tinham valido a pena.

A toda a minha família por me terem sempre apoiado na escolha da minha carreira.

À minha namorada, Marta Gameiro, por todo o amor, apoio e paciência ao longo destes cinco anos de curso. Sem a mulher da minha tudo seria mais difícil.

A todos vós, um grande e sincero obrigado!

RESUMO

O presente Trabalho de Investigação Aplicada tem como objeto de estudo a *Revista da Cavalaria*, uma publicação militar especializada, que na sua longa história acompanhou as transformações estruturais no país e os desafios que se foram colocando às Forças Armadas, mais particularmente ao Exército e à Arma da Cavalaria. Recentemente, ocorreram mudanças de vulto no projeto editorial da revista, com a passagem desta ao suporte *online*. O objetivo do estudo consiste assim em avaliar como a *Revista da Cavalaria* está a responder aos desafios relacionados com as novas tecnologias, nomeadamente com a presença da mesma nas redes sociais e no seu próprio sítio *online*. Para tal, além da revisão de literatura, foram efetuadas três tipos diferentes de entrevistas a membros que estão/estiveram ligados à *Revista da Cavalaria*, e também foi efetuado um inquérito direcionado a associados da revista, sendo por isso um estudo baseado numa estratégia de investigação quantitativa e qualitativa. Conclui-se que o grande desafio para o futuro da revista será o de incentivar todos os associados, e até mesmo leitores não associados, a interagir com a revista, seja na contribuição com artigos, seja na sugestão de melhorias. Outros desafios relevantes serão a sustentabilidade financeira, a divulgação da *Revista da Cavalaria*, a maximização da sua página na rede social *Facebook*, o acompanhamento das unidades de Cavalaria, tornar os meios *online* mais apelativos, a organização de eventos por parte da Associação Revista da Cavalaria, e por fim, o desafio de voltar ao suporte papel. O projeto da *Revista da Cavalaria* tem de ser de todos e não apenas de um grupo restrito de militares que tentam a todo o custo suportá-lo.

Palavras-Chave: Imprensa militar especializada; Revistas militares; *Revista da Cavalaria*; *Internet*; Redes sociais

ABSTRACT

The actual applied research work has an object of study the *Revista da Cavalaria*, a specialized military publication that in its long history has followed the structural changes in the country and the challenges that have arisen for the Armed Forces, more particularly the Army and the Armour. Recently, there have been major changes in the magazine's editorial project, with the move to online support. The aim of the study is to evaluate how *Revista da Cavalaria* is responding to the challenges related to new technologies, namely with its presence on social networks and on its own online site. The aim of study is to evaluate how *Revista da Cavalaria* will reply to the challenges related with new technologies, namely with the attendance of the same in social networks and on his own website. For such thing, besides reviewing the literature, there were carried out three different types of interviews who are/were associated to the *Revista da Cavalaria*, and it was also accomplished an inquiry directed to the journal associates, being therefore a study based on a quantitative and qualitative research strategy. It is concluded that the main goal to the future of the journal will be to encourage all associates, even the readers who are not associates, to interact with the journal, either in contribution of articles or in the suggestion of improvements. Other relevant challenges will be the financial sustainability, the divulgation of *Revista da Cavalaria*, the maximization of his page in the social network Facebook, the attendance of cavalry units, make online media more appellative, the organization of events by the Associação Revista da Cavalaria, and finally, the challenge of returning to paper. The *Revista da Cavalaria* project has to be everyone's project and not only belong to a restricted group of military personnel who try everything to support it.

Key-Words: Specialized military press; Military journals; *Revista da Cavalaria*; Internet; Social networks

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS	iii
RESUMO.....	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE GERAL.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
ÍNDICE DE QUADROS	ix
LISTA DE APÊNDICES.....	x
LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÓNIMOS	xi
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1 - REVISÃO DE LITERATURA.....	3
1.1 Estado da Arte	3
1.1.1 Imprensa	3
1.1.2 Imprensa Militar	3
1.1.3 Imprensa Militar Especializada.....	4
1.2 Evolução histórica da Imprensa Militar em Portugal.....	5
1.2.1 As primeiras publicações.....	5
1.2.2 As convulsões político-militares no segundo quartel de Oitocentos	6
1.2.3 Nova relação entre o militar e o político	7
1.2.4 Na Primeira República	8
1.2.5 A imprensa militar no Estado Novo	9
1.2.6 Após o 25 de abril.....	9
1.2.7 Análise quantitativa	10
1.3 A Imprensa e as novas tecnologias.....	10
1.4 Evolução histórica da <i>Revista da Cavalaria</i>	12
1.4.1 Primeira série	12
1.4.2 Segunda série	13
1.4.3 Terceira série	15
1.4.4 Sítio na <i>Internet</i>	17

1.4.5 Página na rede social Facebook	18
CAPÍTULO 2 – METODOLOGIA	19
2.1 Tipo de Abordagem.....	19
2.2 Questão central e questões derivadas	20
2.3 Entrevistas.....	20
2.4 Inquérito por questionário.....	21
CAPÍTULO 3 - APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS	23
3.1 Apresentação das unidades de contexto e de registo	23
3.2 Análise e discussão das entrevistas	30
3.3 Apresentação, análise e discussão dos resultados do inquérito	39
CONCLUSÃO.....	49
BIBLIOGRAFIA	51
APÊNDICES	
Apêndice A – Descrição da amostra das entrevistas	I
Apêndice B – Descrição dos elementos da análise de conteúdo.....	II
Apêndice C - Guião de Entrevista (Diretor da Associação Revista da Cavalaria).....	V
Apêndice D – Guião de Entrevista (Ex-diretores da Associação Revista da Cavalaria)	VI
Apêndice E – Guião de Entrevista (Cocriadores da página da Revista da Cavalaria na rede social Facebook)	VII
Apêndice F – Guião do Questionário	VIII
Apêndice G – Matriz de grau de avaliação	X
Apêndice H – Matriz cromática da resposta aberta do inquérito.....	XI

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura nº 1 - Número de publicações no final de cada década.....	10
Figura nº 2 – Idade dos sócios	40
Figura nº 3 – Anos como sócio da <i>Revista da Cavalaria</i>	40
Figura nº 4 – Contribuição com artigos para a <i>Revista da Cavalaria</i>	41
Figura nº 5 – Razões para a não contribuição com artigos para a <i>Revista da Cavalaria</i>	42
Figura nº 6 – Concordância com o fim da <i>Revista da Cavalaria</i> em suporte papel.....	42
Figura nº 7 – Conhecimento do sítio da <i>Revista da Cavalaria</i>	43
Figura nº 8 – Acesso ao sítio da <i>Revista da Cavalaria</i>	44
Figura nº 9 – Avaliação do sítio da <i>Revista da Cavalaria</i>	45
Figura nº 10 – Conhecimento da página da <i>Revista da Cavalaria</i> na rede social Facebook	45
Figura nº 11 – Acesso à página da <i>Revista da Cavalaria</i> na rede social Facebookk	46
Figura nº 12 – Avaliação da página da <i>Revista da Cavalaria</i> na rede social Facebook	47

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro nº 1 - Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 1	23
Quadro nº 2 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 2	24
Quadro nº 3 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 3	25
Quadro nº 4 - Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 4	25
Quadro nº 5 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 5	26
Quadro nº 6 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 6	26
Quadro nº 7 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 7	27
Quadro nº 8 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 8	28
Quadro nº 9 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 9	29
Quadro nº 10 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 10	30
Quadro nº 11 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 1	31
Quadro nº 12 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 2	32
Quadro nº 13 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 3	33
Quadro nº 14 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 4	34
Quadro nº 15 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 5	35
Quadro nº 16 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 6	35
Quadro nº 17 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 7	36
Quadro nº 18 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 8	37
Quadro nº 19 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 9	38
Quadro nº 20 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 10	39
Quadro nº 21 - Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 10 (inquérito)	47
Quadro nº 22 – Descrição da amostra das entrevistas	I
Quadro nº 23 – Descrição dos elementos da análise de conteúdo	II
Quadro nº 24 – Matriz de grau de avaliação	X
Quadro nº 25 – Matriz cromática da resposta aberta do inquérito	XI

LISTA DE APÊNDICES

Apêndice A – Descrição da amostra das entrevistas	I
Apêndice B – Descrição dos elementos da análise de conteúdo	II
Apêndice C - Guião de Entrevista (Diretor da Associação Revista da Cavalaria).....	V
Apêndice D – Guião de Entrevista (Ex-diretores da Associação Revista da Cavalaria).....	VI
Apêndice E – Guião de Entrevista (Cocriadores da página da <i>Revista da Cavalaria</i> na rede social <i>Facebook</i>).....	VII
Apêndice F – Guião do Questionário	VIII
Apêndice G – Matriz de grau de avaliação.....	X
Apêndice H – Apresentação da resposta aberta do inquérito	XI

LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÓNIMOS

AM	Academia Militar
BrigMec	Brigada Mecanizada
Cav	Cavalaria
Cap	Capitão
Cmdt	Comandante
Cor	Coronel
DN	Defesa Nacional
ESE	Escola de Sargentos do Exército
FA	Forças Armadas
FND	Força Nacional Destacada
Gab	Gabinete
GCC	Grupo de Carros de Combate
Gen	General
GM	Guerra Mundial
IUM	Instituto Universitário Militar
Min	Ministro
QC	Questão Central
QD	Questão Derivada
TCor	Tenente-Coronel
TIA	Trabalho de Investigação Aplicada
U/E/O	Unidades/Estabelecimentos/Órgãos

INTRODUÇÃO

O presente Trabalho de Investigação Aplicada (TIA) insere-se no Ciclo de Estudos integrados conferente do Grau de Mestre em Ciências Militares, na especialidade de Cavalaria.

O trabalho centra-se na imprensa militar especializada, tendo como objeto de estudo a *Revista da Cavalaria*. Pretende-se enquadrar a revista na história e descrever como a mesma respondeu aos desafios ao longo do tempo. O objetivo geral que se pretende atingir será saber de que forma a revista empreende a resposta aos mais recentes desafios relacionados com as novas tecnologias, nomeadamente com a criação do seu sítio *online* e com a presença da mesma nas redes sociais. Será também desígnio do trabalho saber a que objetivos a *Revista da Cavalaria* se propõe chegar, e ainda apurar a avaliação que os sócios da revista fazem das recentes mudanças relativamente aos meios *online*.

A escolha do tema deveu-se em grande parte à ligação com a arma de Cavalaria, mas também devido à influência do antigo Diretor do Curso de Cavalaria da Academia Militar e antigo Diretor da Associação Revista da Cavalaria, TCor Cav José Miguel Moreira Freire, que sempre me motivou e apoiou na decisão de estudar a revista.

A *Revista de Cavalaria* tem uma longa história, tendo sido criada em 1904, o que torna pertinente o estudo da mesma para conhecer o seu passado e compreender o papel que desempenhou e desempenha enquanto veículo de comunicação técnica de âmbito militar.

Os resultados obtidos para este TIA irão concorrer para responder à questão seguinte: Para uma revista com longas tradições como a *Revista da Cavalaria*, que desafios se colocam com a transição, em exclusivo, para os meios *online*?

O trabalho, relativamente à parte textual, estrutura-se em três capítulos, além da introdução, conclusões e referências bibliográficas. O primeiro capítulo refere-se à revisão da literatura, que abordará alguns conceitos centrais, e efetuará uma síntese histórica da imprensa militar em Portugal, seguida de uma síntese histórica mais detalhada focada na *Revista da Cavalaria*. Ainda neste primeiro capítulo, sistematizam-se aspetos do impacto das novas tecnologias na imprensa. No segundo capítulo será apresentada a metodologia,

detalhando o tipo de abordagem, a questão central e as questões derivadas bem como os métodos e as técnicas utilizados para a recolha e tratamento dos dados. A apresentação e discussão de resultados obtidos serão apresentados no terceiro e último capítulo.

CAPÍTULO 1 - REVISÃO DE LITERATURA

1.1 Estado da Arte

Através do Estado da Arte pretende-se levantar conceitos essenciais para balizar o objeto, que se irá trabalhar ao longo de todo o trabalho, de modo que, sempre que um desses termos seja utilizado, o consenso e o entendimento sobre o mesmo seja sempre o que ficar definido neste subcapítulo.

1.1.1 Imprensa

Importa referir que o conceito de imprensa, ao contrário do que possa ser comumente aceite, não engloba todos os meios de comunicação social, pois o mesmo refere-se apenas aos meios de comunicação cujo suporte é unicamente o papel, nomeadamente jornais e revistas (Machado & Carvalho, 2004). Esta definição é partilhada por Rosado (1966) que restringe a imprensa a jornais e revistas como órgãos de informação. Tengarrinha (2013) refere ainda que as publicações escritas são tendencialmente de carácter periódico e noticioso.

A imprensa pode ser classificada segundo a sua dimensão geográfica, podendo ser de expansão local, regional, nacional ou internacional (Rosado, 1966).

1.1.2 Imprensa Militar

Segundo Lynch e McLaughlin (1999) a imprensa militar, tradicionalmente, tem como objetivo a disseminação de informação de conteúdo militar, o reconhecimento de conquistas por militares, a possibilidade de criar discussão sobre variados temas militares e também possibilitar aos civis o conhecimento e visão sobre a vida militar.

No que toca a imprensa de conteúdo militar, Soares (1992) e Tengarrinha (2003 e 2013) dividem a mesma em três categorias: publicações comerciais de conteúdo militar;

publicações editadas por associações; e, por fim, as publicadas (ou autorizadas) pelos departamentos militares.

Soares (1992) e Tengarrinha (2003 e 2013) afirmam que as publicações comerciais de conteúdo militar são editadas por empresas civis e os seus fins são exclusivamente comerciais, tanto em vendas como em publicidade.

“As publicações editadas por organizações de tipo associativo visam normalmente criar, manter ou reforçar as ligações entre os militares que estão (ou estiveram) unidos por laços profissionais e de camaradagem” (Soares, 1992, p. 20). As revistas da Liga dos Combatentes e as revistas das Associações de Antigos Alunos do Colégio Militar e dos Pupilos do Exército são exemplos deste tipo de publicações.

Relativamente à imprensa de conteúdo militar que é publicada (ou autorizada) pelos departamentos militares, Soares (1992) e Tengarrinha (2003 e 2013) afirmam que este constitui o conceito de imprensa militar propriamente dita, sendo esta definição que se irá utilizar como guia para o trabalho.

1.1.3 Imprensa Militar Especializada

O termo “imprensa especializada”, segundo Rosado (1966) remete-nos para a limitação dos conteúdos a determinada matéria.

Dentro da imprensa militar existem dois tipos de publicações: jornais militares e revistas militares. Segundo Soares (1992), os jornais militares são os de audiência geral, ou seja, são dirigidos a todos os militares, independentemente da sua patente, e a funcionários civis, assim como às respetivas famílias. Já as revistas militares são destinadas a um público mais específico e selecionado, têm linguagem mais técnica, e caracterizam-se pela “qualidade e especialização dos artigos que publicam, pela periodicidade (em regra mensal) e pelo custo (por vezes elevado)” (Soares, 1992, p. 20). E assim chegamos ao conceito de imprensa militar especializada, que nos remete para as revistas militares.

Seguindo o percurso desde imprensa a imprensa militar, e finalmente até revistas militares encontramos nesta área o objeto de estudo para este tema: A *Revista da Cavalaria*, que se constitui como a revista militar da arma de Cavalaria.

1.2 Evolução histórica da Imprensa Militar em Portugal

Considera-se que, para a história da cultura científica, a imprensa militar constitui um excelente repositório para se entender a permuta de conhecimentos, sendo os militares os responsáveis pela sua alta especialização e aplicação à realidade portuguesa (Assis, 2011).

No que toca à história da imprensa militar em Portugal, Soares (1999) e Tengarrinha (2003) dividem a evolução da mesma em diferentes fases. Soares (1999) divide em:

- Antecedentes;
- Os primórdios – até à fundação da Revista Militar;
- Século XIX;
- Século XX, até 1950;
- Século XX, 1951/1974;
- Século XX, após o 25 de abril.

Já Tengarrinha (2003) divide a evolução da imprensa nas seguintes fases:

- As primeiras publicações;
- As convulsões político-militares no segundo quartel de Oitocentos;
- Nova relação entre o militar e o político;
- Na Primeira República;
- A imprensa militar no Estado Novo;
- Após o 25 de abril.

Proceder-se-á então à análise da evolução histórica da imprensa militar tendo em conta a análise dos dois autores, mas seguindo a divisão de fases de Tengarrinha (2003).

1.2.1 As primeiras publicações

É no ano de 1809 que surgem as primeiras publicações de carácter militar, sendo elas o *Almanaque Militar* (ou *Lista Geral dos Oficiais do Exército Português*) e a primeira *Ordem do Dia* promulgada pelo marechal Beresford¹. Contudo, estas publicações não se enquadram no âmbito daquilo que é considerado a imprensa (Tengarrinha, 2003). Segundo

¹ General inglês nascido em 1768 e falecido em 1854, “foi nomeado marechal e comandante em chefe do exército português por decreto de 7-III-1809, assumindo o comando a 15 do mesmo mês” (Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira, s. d., p. 556).

Soares (1999) os almanaques² continuam a ser publicados na atualidade enquanto as ordens do dia³ deixaram de ser publicadas em 1844. Estas publicações de 1809 tinham como um dos objetivos garantir uma inventariação e organização dos efetivos para se conseguir uma correta avaliação das forças militares ao dispor do nosso País devido ao período conturbado que se vivia devido às Invasões Francesas⁴. Devido a esta contínua preocupação das forças se apresentarem mal preparadas e desorganizadas, tentou-se fazer um levantamento rigoroso dos efetivos e a prova disso é a criação de diversas publicações, nomeadamente, a *Lista dos Oficiais de Milícias* e a *Lista dos Oficiais do Exército* em 1811, a *Lista Geral do Exército ou Almanaque Militar de Portugal* em 1813 e o *Almanaque Militar* ou *Lista Geral dos Oficiais do Exército de Portugal* em 1817 (Tengarrinha, 2003).

As publicações da década de 10 do século XIX refletem o grande esforço de afirmação própria das Forças Armadas (FA) nacionais devido ao término das Invasões Francesas e consequente subalternização dos oficiais portugueses perante as chefias inglesas, que seriam uma das causas da Revolução Liberal de 1820⁵, (Tengarrinha, 2003).

1.2.2 As convulsões político-militares no segundo quartel de Oitocentos

Com o fim da guerra civil⁶, que teve lugar nos anos de 1828 até 1834, e com o estabelecimento da monarquia constitucional em Portugal, Tengarrinha (2003) expõe que a tarefa prioritária era então a definição e organização do corpo regular do Exército Português. O início da publicação da *Ordem do Exército* em 1835 era um excelente instrumento para alcançar esse objetivo.

² “Publicação anual que contém, além do calendário, informações úteis para os vários meses do ano, anedotas, charadas, curiosidades, textos literários e de vulgarização científica” (Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea da Academia das Ciências de Lisboa, 2001, p. 179)

³ Documento publicado diariamente no qual deverão ser mencionados ordens escritas emanadas do comando, movimento de pessoal ocorrido e ordenado, entre outros (Adelino & Soares, 1962).

⁴ “Houve, no tempo de Napoleão, três invasões francesas em Portugal. A primeira, comandada por Junot, iniciou-se em Novembro de 1807, sendo os invasores expulsos em Agosto do ano seguinte; a segunda, comandada por Soult, principiou em Fevereiro de 1809, e terminou em Maio deste mesmo ano; a terceira, comandada por Massena, começou em Julho de 1810, e acabou em Maio de 1811” (Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira, s. d., p. 979).

⁵ Foi uma revolução, inspirada na revolução democrática espanhola de 1812, que deu origem não só ao fim da ocupação inglesa, como também a uma constituição democrática e ao reconhecimento da independência do Brasil (Birmingham, 1993).

⁶ Esta guerra opôs dois irmãos, D. Miguel e D. Pedro que lutaram entre si e fez Portugal passar de um período de absolutismo real para uma democracia constitucional. D. Miguel lutava do lado dos absolutistas e D. Pedro do lado dos liberais (Birmingham, 1993).

Com as lutas liberais desta época surgem as primeiras publicações denominadas de Boletim⁷, que segundo Soares (1999) eram editadas pelos exércitos que se encontravam em operações nas diversas cidades onde se foram instalando os respetivos quartéis-generais, e na opinião do mesmo estas publicações já se aproximavam muito do que convencionámos como imprensa militar, faltando apenas algum conteúdo noticioso.

As convulsões das décadas de 1830 e 1840 dividiram tanto a sociedade civil como as FA e tal originou a criação de publicações que serviam corpos próprios (Tengarrinha, 2003). Um exemplo destas publicações, segundo Soares (1999) e Tengarrinha (2003) é *A Guarda Nacional* em 1837, órgão setembrista da estrutura civil armada, considerado o primeiro jornal propriamente dito. Sendo assim, podemos afirmar que é nesta altura que surge a imprensa militar seguindo o conceito convencionado.

Durante os intensos conflitos vividos no segundo quartel de Oitocentos surge o *Jornal Militar* em 1841, “como primeiro órgão da instituição militar regular” (Tengarrinha, 2003, p. 14). Oito anos depois, em 1849, surge a grande contribuição e impulso no que toca à imprensa militar designada por *Revista Militar*. Esta foi fundada por Fontes Pereira de Melo⁸ e é ainda a publicação de imprensa militar mais antiga do mundo em publicação ininterrupta (Tengarrinha, 2003). A criação da *Revista Militar* foi de uma importância determinante para a reorganização das FA devido à grande instabilidade política vivida após o término da guerra civil de 1846-1847 (Tengarrinha, 2003).

1.2.3 Nova relação entre o militar e o político

Com o movimento da Regeneração em 1851⁹ surgiram grandes alterações no que toca à vida política, ao Estado e à sociedade e isso refletiu-se profundamente na imprensa militar (Tengarrinha, 2003).

⁷ “Informação geralmente escrita, transmitida por uma autoridade ao público sobre assunto do seu interesse. Publicação periódica que constitui, muitas vezes, o órgão de divulgação de uma determinada entidade. Notícia breve de operações militares, policiais e de observações científicas” (Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea da Academia das Ciências de Lisboa, 2001, p. 551).

⁸ Nasceu em Lisboa a 8 de setembro de 1819. Assentou praça na Armada com apenas 15 anos, e concluiu o curso na Academia da Marinha e o curso de Engenharia na Escola do Exército, atingindo o posto de general de divisão. Foi deputado e teve ao longo do tempo responsabilidade sobre as pastas da Marinha e do Ultramar, das Obras Públicas, da Fazenda, do Reino e da Guerra. Faleceu de doença em 22 de janeiro de 1887 (Oliveira, Oliveira, Ferreira, & Vieira, 2008).

⁹ “Movimento político que teve princípio em 1851, pela insurreição militar chefiada pelo marechal duque de Saldanha contra o último ministério do conde de Tomar (Costa Cabral), movimento que iniciou com afincos a política do desenvolvimento dos recursos materiais do País, e em especial o estabelecimento dos transportes por caminho de ferro” (Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira, s. d., p. 781).

Nesta segunda metade do século XIX surgem periódicos de especialidades de conteúdo não exclusivamente militar, embora estivessem ao serviço das FA, tais como *O Escholiaste Médico* em 1851, a *Revista de Medicina Militar* em 1886 e *A Medicina Militar* em 1898 (Tengarrinha, 2003). Neste intervalo de tempo surge também o *Jornal do Exército* em 1867, e o primeiro periódico exclusivo da categoria de Sargentos em 1873 designado por *Jornal dos Sargentos* (Soares, 1999). Este desenvolvimento da imprensa militar resultou em grande parte da ligação mais estreita entre as FA, o poder político e a sociedade civil (Tengarrinha, 2003).

No final do século XIX e início do século XX houve uma profunda reflexão no que toca à imprensa militar, surgindo as primeiras revistas técnicas das Armas e Serviços, nomeadamente, as revistas de Engenharia, Infantaria, Administração Militar, Artilharia e Cavalaria (Soares, 1999). Por esta altura surgem também “as primeiras publicações militares que se assumem como independentes, como primeiras manifestações de um processo que culminará com a identificação entre FA e Pátria” (Tengarrinha, 2003, p. 15), como por exemplo *A Sentinela* em 1892 e *O Eco Militar* em 1897.

1.2.4 Na Primeira República

Na continuação do período anteriormente referido, mantém-se a importância da categoria de sargentos relativamente à imprensa militar devido em grande parte à sua grande contribuição na proclamação e defesa da República. Alguns exemplos disso são *A Voz do Sargento* em 1911 ou a *Revista dos Sargentos Portugueses* em 1916, entre outros (Tengarrinha, 2003).

A preocupação que a República demonstrava em relação à instrução pública era de relevar e isso levou ao surgimento de várias publicações de instituições de ensino militar como o Colégio Militar, a Escola de Guerra e os Pupilos do Exército (Tengarrinha, 2003).

Apesar desta evolução na imprensa militar, esta era uma época de grande instabilidade política, que ainda foi agravada com a entrada de Portugal na 1ª Guerra Mundial (GM), o que originou a publicação de novos títulos relacionados com a mesma, como por exemplo, *Portugal na Guerra* em 1917 (Soares, 1999).

1.2.5 A imprensa militar no Estado Novo

“Foi a época do Estado Novo, particularmente na área militar, que viria a culminar com a grande reorganização do Exército de 1937” (Soares, 1999, p. 1593). Por esta altura dá-se um grande aumento no que toca a novas publicações. No início da década de 1960 verifica-se um grande surto de novas publicações, sendo a principal razão o início da Guerra do Ultramar¹⁰. O papel da comunicação nesta época era de uma enorme importância (Tengarrinha, 2003). As publicações nesta época surgem com algumas inovações, devido em grande parte à dispersão dos efetivos pelos diferentes palcos da Guerra Colonial e extensão dos territórios, que provocou dificuldades nas comunicações. Nesta época era raro qualquer Regimento ou Batalhão territorial não possuir o seu jornal. Este desenvolvimento da imprensa militar é consequência também da grande evolução no que toca a tecnologia de reprodução gráfica (Soares, 1999).

1.2.6 Após o 25 de abril

Com o 25 de abril¹¹ dá-se a extinção de todas as publicações que, de qualquer forma, estivessem ligadas ao regime anterior, e, conseqüentemente, surgem novas publicações, como é o caso do *boletim informativo das Forças Armadas*. A grande alteração nos conteúdos destas novas publicações é a grande diversidade dos mesmos relativamente ao regime anterior, devido à maior abertura política que este regime proporcionava. A característica mais significativa no que toca a imprensa militar após o 25 de abril foi um maior entrosamento das FA com a sociedade civil (Tengarrinha, 2003).

¹⁰ Guerra Colonial ou Guerra do Ultramar foi uma guerra travada por Portugal em África entre os anos de 1961 e 1974, sendo o confronto entre as Forças Armadas Portuguesas e as forças organizadas pelos movimentos de libertação das antigas províncias ultramarinas de Angola, Guiné-Bissau e Moçambique (A. Afonso & Gomes, 2000).

¹¹ A Revolução de 25 de Abril de 1974 constitui um marco fundamental na História de Portugal, por ter restabelecido, após quatro décadas em que vigorara um Estado autoritário e repressivo, a democracia (Moreira & Pedrosa, 2004, p. 245).

1.2.7 Análise quantitativa

Soares (1999) efetuou uma análise quantitativa relativamente à evolução da imprensa militar, fazendo então uma quantificação do número de publicações em simultâneo no final de cada década desde 1850 até 1999.

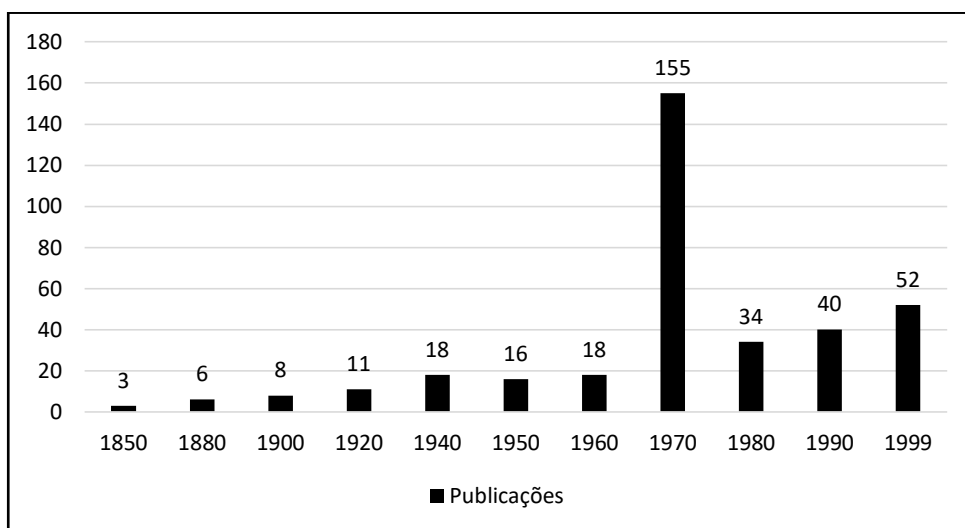


Figura nº 1 - Número de publicações no final de cada década

Fonte: Soares (1999)

É de realçar que a única publicação que se mantém ao longo de todo intervalo de tempo é a *Revista Militar*. A grande explosão de publicações surge durante a década de sessenta, devido à já referida Guerra Colonial, em que das 155 publicações, 80 localizavam-se no Continente e 75 localizavam-se nas diferentes colónias portuguesas (Soares, 1999).

1.3 A Imprensa e as novas tecnologias

Devido ao desenvolvimento da tecnologia começa a surgir um novo conceito, o de imprensa *online*, que não é congruente com conceito já aqui abordado de imprensa, que nos remete unicamente para o suporte papel. Importa então verificar se o conceito de imprensa deverá ser atualizado ou se o termo imprensa *online* é incorretamente utilizado.

Os órgãos de comunicação social, devido ao aparecimento das novas tecnologias, viram-se na obrigação de se adaptarem a esta nova realidade, para dar continuidade à sua função de fornecimento de informação à sociedade. A imprensa, como meio de comunicação social, não foi exceção. A *Internet* foi o meio tecnológico mais evidente para esta adaptação, devido à sua facilidade de transmissão (Fernandes, 2012). Segundo Noci e Ayerdi (1999) são cinco os fatores que contribuíram para a prosperidade da imprensa *online*, sendo eles a procura de serviços de pesquisa e acesso às bases de dados; o aumento da informação apelativa ao público; o mercado em decréscimo face à menor interatividade das edições em papel perante os meios de informação *online*; a diversificação da atividade empresarial das empresas de comunicação; e a pressão da causa ecológica oposta ao elevado consumo de papel. Um contratempo para as publicações *online* foi a falta de interesse por parte do público em contribuir financeiramente para ter acesso a esses mesmos conteúdos *online*. Para combater essa dificuldade, criaram-se várias estratégias que passavam pelas subscrições, pelo *download* de versões digitais, pelo acesso a bases de dados de notícias, ou mesmo pela limitação de acesso gratuito a apenas alguns conteúdos (Fernandes, 2012).

“É claro que a resistência da edição tradicional em papel se relaciona com a prevalência de leitores não familiarizados com as novas tecnologias, mas a existir de modo significativo esta preferência num público experiente no uso da *Internet*, isto pode ser indicador de uma escolha, por parte desse público, condicionada por características como a portabilidade, que torna as edições em papel mais adequadas a uma leitura de lazer ou ao conforto durante a análise de artigos de fundo. Mas o crescente interesse do público, bem como o aumento de utilizadores de dispositivos electrónicos móveis como os tablets e os smartphones, que visam precisamente a portabilidade, podem vir a alterar essa situação, e fazer aumentar o interesse dos leitores pelos produtos digitais de imprensa, sejam os conteúdos pagos online, sejam as versões digitais das edições em papel” (Fernandes, 2012, p. 2).

É impossível falarmos de revolução tecnológica e não referenciarmos as redes sociais, sendo que a grande vantagem é a difusão de diversos conteúdos informativos, mas por outro lado facilita a distribuição gratuita desses mesmos conteúdos que concorre contra a imprensa no mercado da publicidade (Fernandes, 2012).

Relativamente às revistas militares, estas terão como objetivo acompanhar a evolução tecnológica atual que se tem verificado, uma vez que a adesão às tecnologias favorece e facilita o debate sobre assuntos militares e demonstra, ainda, que as FA se mantêm atualizadas e despertas para novos desafios e desenvolvimentos. As novas tecnologias trouxeram diversas oportunidades para as revistas militares, nomeadamente a possibilidade de uma publicação digital; o aumento da cooperação internacional através do

estabelecimento de ligações com sítios de revistas militares estrangeiros, por exemplo; a transmissão de áudio e vídeo de atividades militares, complementando os artigos escritos, e finalmente, a possibilidade de criar arquivos de artigos ou mesmo dos números publicados pela revista (Lynch & McLaughlin, 1999).

1.4 Evolução histórica da *Revista da Cavalaria*

A *Revista da Cavalaria* publicou vários números entre os anos de 1904 e 2015, contando com alguns anos de interrupção, estabelecendo três séries distintas que serão de seguida analisadas. Também será abordado o sítio da *Revista da Cavalaria* assim como a sua página na rede social *Facebook*, isto por ser uma parte importante daquilo que é atualmente a *Revista da Cavalaria*, apesar de, nos dois casos, não considerarmos como imprensa militar especializada

1.4.1 Primeira série

A *Revista da Cavalaria* surgiu em Lisboa no ano de 1904, denominando-se na altura “*Revista de Cavallaria*”. Foi publicada desde Agosto de 1904 (Nº 1) até Junho de 1907 (Nº 35). A periodicidade da revista nesta época era mensal (Soares, 2003).

No primeiro número da revista, Sá (1904) expõe que a não existência de uma publicação periódica da arma de Cavalaria era uma lacuna que ficou preenchida devido ao esforço de vários oficiais da arma de Cavalaria, sendo de destacar o General Carlos Bazilio Damasceno Rosado, presidente da revista. Apesar do público-alvo da revista ser os oficiais da arma de Cavalaria, a mesma não tinha como objetivo ter conteúdo exclusivo à arma, e como tal, aceitava artigos de oficiais de outras armas de forma a partilhar ideias e opiniões sobre as atividades de cada arma, nomeadamente o armamento, a organização, modo de operar, assim como a sua ligação à Cavalaria (Maya, 1904; Sá, 1904).

“Assim a nossa cavalaria abre hoje as portas d’esta arêna intelectual, onde tenciona terçar entre si as suas armas, e, onde espera que os seus camaradas do exercito lhes deem a honra de concorrerem com ella a estas justas do progresso atual.” (Rosado, 1904, p. 2).

Esta primeira série tinha algumas seções temáticas fixas, nomeadamente: Notícias Militares Estrangeiras e Ordens do Exército (Freire, 2002). Os restantes artigos não tinham tema definido mas deveriam relacionar-se com a arma de Cavalaria.

A revista angariava boa aceitação junto dos leitores, que se traduzia no número de vendas, porém, segundo Soares (1999), a não renovação do corpo diretivo acabaria por conduzir à suspensão da publicação em 1907.

1.4.2 Segunda série

A revista só iria reaparecer numa segunda série, em Novembro de 1939, já com o atual nome de *Revista da Cavalaria*, e durou até ao ano de 1971 (Soares, 2003). A periodicidade da revista nessa época foi bimestral de 1939 até 1961, passando a periodicidade anual até 1971 (Rodrigues, 2003).

Um dos objetivos para esta segunda série era alargar a difusão da revista, designadamente à categoria de sargentos e à categoria de praças (Gomes, 1939). No artigo de abertura do primeiro número da revista desta segunda série, Sarmento (1939) realça o momento conturbado em que a *Revista da Cavalaria* volta ao ativo, nomeadamente no início da 2ª GM. Sarmento (1939) destaca ainda que os elementos mais jovens teriam de pegar no projeto da *Revista da Cavalaria* de forma a manter esta publicação técnica, pois era única no seio da arma de Cavalaria. Mais tarde, em jeito de balanço dos primeiros anos de relançamento da revista, Latino (1942) assinala a capacidade da revista em atrair leitores, mas expressa a dificuldade em obter artigos.

Tal como a primeira série, também a segunda série tinha algumas seções temáticas fixas, nomeadamente: Temas Táticos; Hipismo; Boletim da EPC e Jornais – Revistas – Livros (Freire, 2002). Apesar da manutenção das seções temáticas fixas, é possível verificar que as mesmas diferem entre séries.

Em 1944 dá-se uma grande mudança na *Revista da Cavalaria*, pois ficou acordado numa reunião da Direção da revista que a mesma passaria a “ser propriedade da Cavalaria Portuguesa, e, conseqüentemente, integrada oficialmente na Direcção da Arma, e dirigida pelo seu ilustre Director” (*Revista da Cavalaria*, 1944, p. 105), que na data era o Gen Afonso de Sousa Botelho. Como Diretor da *Revista da Cavalaria*, Botelho (1944) exorta que, devido à revista passar a ser propriedade e da responsabilidade da Cavalaria Portuguesa, todos os Regimentos e Estabelecimentos da arma de Cavalaria deveriam contribuir para o progresso da mesma.

Passados nove anos da primeira publicação da segunda série, a *Revista da Cavalaria* correspondeu às expetativas “expondo princípios, divulgando conhecimentos, analisando factos, ela franqueou sempre as suas páginas a todas as sugestões e ideias

construtivas, procurando na medida das suas possibilidades, acompanhar o pulsar da época” (Spínola, 1948, p. 450). Um ano depois, e nos festejos do décimo aniversário da *Revista da Cavalaria*, Spínola (1949) afirma que muitas das últimas páginas da revista foram dedicadas à transformação que a arma da Cavalaria atravessava no momento, particularmente a mecanização.

Segundo Spínola (1953) na década de 50 do século XX a *Revista da Cavalaria* atravessa uma crise, não só material, mas principalmente ao nível da colaboração literária, como já afirmava Latino (1942) pouco tempo depois do relançamento da revista, e como tal, solicitou que cada cavaleiro contribuísse com pelo menos um artigo por ano de modo a continuar a publicação da revista. Para responder a esta crise a *Revista da Cavalaria* (1954) propôs o envio de artigos de origem estrangeira, fosse de origem doutrinária dos exércitos estrangeiros ou mesmo do contacto direto dos militares portugueses com os meios militares estrangeiros, por exemplo, através da frequência de cursos em escolas estrangeiras, com o objetivo de debater novas ideias e tornar a leitura da revista mais aliciante.

No ano de 1955, a *Revista da Cavalaria* publica uma edição especial para festejar o centenário do nascimento do patrono da arma de Cavalaria, Joaquim Augusto Mouzinho de Albuquerque¹² (Viegas, 1955). Em 1968 é também publicada uma edição especial designada “Anais¹³ da Cavalaria Portuguesa”, com o objetivo de distinguir os feitos dos militares e unidades da arma de Cavalaria durante as campanhas na Guerra do Ultramar (Soares, 1999).

Na última publicação da segunda série, Silva (1971) repreende a escassez de artigos enviados para a revista, conduzindo-a para mais uma crise que resultaria mesmo na interrupção da publicação nesse ano.

“Embora as percentagens variem um pouco de pessoa para pessoa, pode-se traduzir o «não tenho tempo» em: 50% de preguiça; uns tantos % por não se julgar na obrigação, ou sequer no dever de escrever para a Revista, que afinal é nossa; outros tantos % de timidez, por se pensar que toda a Humanidade vai ficar suspensa do seu artigo; ainda alguns % por não se sentir com veia literária, por não ter jeito, como se o que mais interessasse, numa revista, que deve ser técnica, fosse a qualidade literária dos artigos – este ia já para o cesto dos papéis; mais %, por realmente se estar convencido que não se tem nada a «comunicar»; e, vamos lá, outros % por não se ter assunto, por se achar que já há artigos de mais que

¹² Joaquim Augusto Mouzinho de Albuquerque nasceu em 10 de novembro de 1855 na Quinta da Várzea, freguesia e concelho da Batalha. Mouzinho de Albuquerque, oficial de cavalaria português, destacou-se pela captura do régulo Gungunhana, por ter sido Governador-Geral da Província de Moçambique e pela sua participação na batalha de Macontene. Faleceu a 2 de janeiro de 1902 (Nunes, 1955).

¹³ “Narração de acontecimentos, factos... pessoais ou históricos de qualquer época ou período” (Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea da Academia das Ciências de Lisboa, 2001, p. 229).

começam por «algures em...», ou «no concurso hípico de...»” (Silva, 1971, p. 167).

1.4.3 Terceira série

A *Revista da Cavalaria* voltou a reaparecer, numa terceira época ou série, no ano de 2003, mantendo-se a mesma até aos dias de hoje (Soares, 2003), sendo que saiu primariamente uma edição especial Nº 0, a julho de 2012.

Esta edição tinha como grande objetivo sensibilizar os cavaleiros a apoiar a causa da *Revista da Cavalaria*, sendo que foi pedido a todos os cavaleiros que de alguma forma contribuíssem para a mesma através do envio de artigos de opinião ou de interesse profissional, ou simplesmente através da subscrição da mesma. O projeto da *Revista da Cavalaria*, dependendo do número de assinaturas, das opiniões expressas e da colaboração recebida, iria ajustar não só a sua periodicidade como também o valor da assinatura, sendo que se tomou como referência a periodicidade quadrimestral e um custo de subscrição no valor de 15€ (Silva, 2002).

A *Revista da Cavalaria* deveria ser “uma revista essencialmente técnica, nas diversas componentes da profissão das armas atendendo à especificidade da Cavalaria” (Freire, 2002, p. 33). Estes artigos de carácter técnico poderiam ser de várias áreas do conhecimento, nomeadamente, a liderança, a técnica de tiro, planeamento e conduta de operações, entre outras (Freire, 2002).

Relativamente à difusão da revista, Freire (2002) diz que a mesma se destina a oficiais, sargentos, praças e também aos civis, quer estejam no ativo, na reserva, reformados ou na disponibilidade, continuando com o rumo de abranger o máximo de leitores possíveis que já se tinha verificado na segunda série da revista.

No primeiro número da revista desta terceira série, Pinto (2003) afirma que através do esforço de vários oficiais e também sargentos da arma de Cavalaria conseguiu-se criar uma associação que passou a deter a propriedade da revista, a Associação Revista da Cavalaria que foi legalizada em Diário da República. Esta associação, com um mandato de dois anos, já dispunha, no ano de 2003, de uma sede, uma direção, um número fiscal, uma conta bancária, uma assembleia geral, um conselho fiscal e patrocinadores, de modo a corresponder a todas as expetativas criadas para o projeto da *Revista da Cavalaria* (Pinto, 2003). Rodrigues (2003) afirma que a Associação Revista da Cavalaria tinha como objetivo a criação de uma estrutura sólida, legalizada e duradoura para que a *Revista da*

Cavalaria fosse publicada de forma responsável, continuada e sistematizada. De realçar que este primeiro número foi o único impresso a quatro cores, sendo que os seguintes foram impressos apenas a duas cores devido a restrições financeiras (Rodrigues, 2006).

Como nas séries anteriores, foi solicitado o envio de artigos para a revista, com a diferença que para esta terceira série eram apresentados os temas a debater nos números seguintes para que os artigos enviados fossem de encontro a esses mesmos temas, sendo que caso fossem convidadas entidades para escrever artigos, esses mesmo teriam prioridade sobre os restantes (Rodrigues, 2003).

Tal como as séries anteriores, a terceira série também tinha algumas seções temáticas fixas, além das seções Palavras do Diretor da Arma e Editorial, nomeadamente: Livros – Artigos – Revistas – Sites; Resenha de Atividades das Unidades e Promoções – Nomeações – Óbitos. É de realçar que a seção Livros – Artigos – Revistas – Sites já provém da seção Jornais – Revistas – Livros da segunda série.

No terceiro número da revista, Rodrigues (2004) faz um balanço positivo dos primeiros meses da revista devido ao aumento do número de sócios, ao alcance da sustentabilidade financeira por mais um ano, à diversidade de autores e de artigos, à distribuição da revista no endereço de residência de cada sócio e também devido à capacidade financeira de conseguir realizar a comemoração do centenário da Revista de Cavalaria. Depois de três anos de revista, Rodrigues (2006) faz um novo balanço da revista afirmando que foram alcançados os três objetivos principais que eram: editar três números por ano, alcançar os trezentos sócios e apresentar um saldo positivo. Apesar deste balanço positivo, Rodrigues (2006) expõe uma preocupação no que toca à distribuição dos sócios, isto porque de todos os sócios apenas 11% pertencem à categoria de sargentos e 5% pertencem a sócios civis, sendo a larga maioria dos sócios da categoria de oficiais. Freire (2007) enfatiza esta preocupação e acrescenta que o facto de não haver nenhum militar da categoria de praças que seja associado da revista não faz qualquer sentido uma vez que a revista é direcionada para todos.

Outro problema que assola a *Revista da Cavalaria* nesta época é a falta de debate de temas através da mesma. Os debates eram mais recorrentes nos boletins específicos de cada unidade, e, devido às restrições financeiras, na necessidade de extinguir alguma publicação, a *Revista da Cavalaria* estaria mais próxima em relação aos boletins, pois as unidades não queriam abdicar dos mesmos (Freire, 2008a).

Para combater os problemas anteriormente referidos, durante o ano de 2008 a *Revista da Cavalaria* lançou um desafio aos alunos da Escola de Sargentos do Exército

(ESE) com o objetivo de abranger um maior número de associados da categoria de sargentos. Esse desafio consistia num concurso literário em que os alunos da ESE eram convidados a enviar artigos e o vencedor receberia um prémio monetário, um ano de assinatura gratuita da revista e a publicação do seu artigo na própria *Revista da Cavalaria* (Freire, 2008b).

O vigésimo número da *Revista da Cavalaria* traz uma novidade em termos de estrutura, pois a mesma deixa de ser temática e os artigos passam a ser de temas variados, mantendo apenas fixas as seções: Equitação; História; Os meus livros; Revistas/artigos/sites; Resenhas UU; Promoções & Colocações (Freire, 2010; Medeiros, 2010). A revista volta a ser temática com o número 29, decorrente de uma proposta da nova Direção (Freire, 2013).

Em 2011, pela primeira vez na terceira série, Freire (2012) afirma que a *Revista da Cavalaria* não correspondeu às expectativas, muito devido à não publicação dos três números nesse mesmo, tendo sido condensados os números 22 e 23 numa revista, assim como os números 24 e 25 noutra. É de salientar que a não publicação e a condensação de números foi um dos indícios que levou ao término de publicações na segunda série.

No penúltimo número da revista é apresentado a todos os sócios o término da publicação da revista devido aos constrangimentos financeiros causados maioritariamente pela falta de patrocinadores que eram a principal razão de sustentação da mesma. Foi então proposto o cessamento do pagamento de quotas, o lançamento de uma última edição e ainda a convocatória de uma Assembleia Geral para discutir o novo rumo a dar à Associação Revista da Cavalaria. Para colmatar a extinção da revista em suporte papel foi criada uma página na *Internet* com domínio próprio (www.revistadacavalaria.com), assim como a criação de uma página na rede social *Facebook* da *Revista da Cavalaria* (Revista da Cavalaria, 2015).

1.4.4 Sítio na *Internet*

Voltando à vigésima edição da *Revista da Cavalaria* na terceira série, Freire (2012) já propunha a criação de um sítio na *Internet* da revista, pois “na era da informação quem não está on-line não existe” (Freire, 2012, p. 6). A criação do sítio da *Revista da Cavalaria* deu-se no mês de fevereiro do ano de 2014 e tinha como grande objetivo receber mais *feedback* dos artigos publicados e fazer um melhor balanço da revista, devido à maior facilidade de comunicação (Freire, 2015).

Num estudo realizado por Freire (2015) a média de visitas no ano de 2014 era cerca de uma centena por mês com exceção do mês de dezembro que alcançou cerca de 260 visitas, devido à criação da página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook* e consequente divulgação do sítio da revista através da mesma. No ano de 2015 as visitas subiram para uma média de cerca de duas centenas, excetuando o mês de outubro, com cerca de 3540 visitas, sendo a principal razão o lançamento do primeiro número completamente digital. Apesar do aumento da quantidade de visitas, o número continua a ser baixo, muito provavelmente pela atividade residual nestes dois anos em análise. Outros dados analisados foram a duração de cada visita e a origem dos visitantes, sendo que relativamente à primeira a média de duração no sítio da revista é cerca de 135 segundos e que apenas 10% das visitas duram mais do que 30 segundos, o que é preocupante. No que toca à origem das visitas é compreensível que a maior parte sejam do país de origem do sítio, Portugal, contudo, países como o Brasil, os Estados Unidos da América ou a Rússia também têm um número consistente de visitas.

1.4.5 Página na rede social *Facebook*

“Por autêntico amor à causa da Cavalaria (e da sua Revista), os capitães Humberto Rosa e Maria Correia criaram e mantêm no Facebook uma página da Revista” (Revista da Cavalaria, 2015, p. 5).

A página da *Revista da Cavalaria* no *Facebook* foi criada no dia 1 de dezembro de 2014, e não tinha como grande intenção substituir a revista, mas sim complementar e impulsionar a mesma, alcançando com isto um maior número de leitores (Correia & Rosa, 2015). “A comunicação tradicional deu lugar aos “gostos” e às “recomendações” e a dinâmica social baseia-se na partilha de conteúdos que uma pessoa considere relevantes para si ou para a sua rede de contactos” (Correia & Rosa, 2015, p. 40). Num estudo realizado por Correia e Rosa (2015) a 10 de abril de 2015 a página da revista já tinha alcançado um total de 433 gostos, sendo que a maioria desses (384) provinham de utilizadores portugueses. Outros utilizadores com gosto na página tinham origem em países como Angola, Estados Unidos da América, França, Brasil, entre outros. É também possível constatar que a grande maioria, cerca de 88% dos utilizadores, eram utilizadores do género masculino, sendo que a maioria se encontrava na faixa etária dos 25 aos 44 anos de idade.

CAPÍTULO 2 – METODOLOGIA

2.1 Tipo de Abordagem

Segundo Sarmiento (2013) a definição de metodologia está intimamente ligada a um método ou processo seguido para atingir um determinado fim. Para tal, neste capítulo será abordado qual o método a utilizar ao longo do TIA.

Relativamente ao tipo de raciocínio, existem três tipos diferentes que são eles o raciocínio dedutivo, o raciocínio indutivo e o raciocínio hipotético-dedutivo. O raciocínio dedutivo parte do geral para o particular, ao contrário do indutivo que percorre o sentido inverso, ou seja, a partir de factos particulares estabelecem-se generalizações. Já o raciocínio hipotético-dedutivo baseia-se na formulação de hipóteses que deverão ser testadas de modo a verificar a sua validade (Afonso et al., 2016) e (Sarmiento, 2013). Quanto ao raciocínio usado para a realização do TIA será o raciocínio dedutivo, isto porque se irá partir do geral, entenda-se neste sentido tudo o que engloba a imprensa militar especializada, as revistas militares, para posteriormente se cingir ao particular através da análise da *Revista da Cavalaria*.

No que toca à estratégia de investigação, muitos autores defendem a existência de três tipos diferentes, nomeadamente a estratégia quantitativa, a estratégia qualitativa e a estratégia mista. A primeira remete-nos para o processo de recolha de dados observáveis e quantificáveis, ou seja, é objetiva, enquanto a segunda já nos remete para a subjetividade do assunto tratado. Tal como o nome indica, a estratégia mista é uma combinação das estratégias quantitativa e qualitativa (Afonso et al., 2016). Na estratégia quantitativa, os dados/informações são recolhidos, por norma, através de inquéritos feitos a uma amostra, preferencialmente grande, ao passo que na estratégia qualitativa, esses dados/informações são recolhidos, por norma, através de entrevistas (Sarmiento, 2013). É através da estratégia mista que se pretende realizar este TIA, mediante a realização de cinco entrevistas a militares que estiveram ou estão ligados à *Revista da Cavalaria*, assim como a realização de um inquérito a sócios da revista.

2.2 Questão central e questões derivadas

A primeira etapa de um procedimento metodológico passa, pela pergunta de partida, também conhecida como questão central (QC), e esta, “deve apresentar as qualidades de clareza, exequibilidade e pertinência. Para ser clara, deve ser precisa, concisa e unívoca; para ser exequível, deve ser realista; e para ser pertinente, deve ser uma verdadeira pergunta” (Quivy & Campenhoudt, 2003, p. 44). Como tal, a QC do presente TIA é:

QC: Para uma revista com longas tradições como a *Revista da Cavalaria*, que desafios se colocam com a transição, em exclusivo, para os meios *online*?

Para melhor responder a esta QC, decidiu-se descentralizá-la, criando várias questões derivadas (QD). Cada uma das respostas a uma QD irá contribuir, de uma forma mais completa, para a resposta à QC. As QD são então:

QD1: De acordo com a respetiva linha editorial, quais são os princípios e os objetivos visados pela *Revista da Cavalaria*?

QD2: Sendo que o conceito de imprensa nos remete para meios de comunicação social onde o suporte é unicamente o papel é justo não considerar o sítio na *Internet* da *Revista da Cavalaria* como imprensa militar especializada?

QD3: Que avaliação fazem os sócios do sítio na *Internet* da *Revista da Cavalaria*?

QD4: Que avaliação fazem os sócios da *Revista da Cavalaria* da presença desta na rede social *Facebook*?

QD5: Que alterações poderão ser efetuadas de modo a melhorar a *Revista da Cavalaria*?

2.3 Entrevistas

No que concerne às cinco entrevistas realizadas, as mesmas estão relacionadas, mas não são todas iguais porque foram efetuadas a pessoas com ligações diferentes à *Revista da Cavalaria*¹⁴. Foram criados três guiões de entrevista: um guião para a entrevista ao atual Diretor da Associação Revista da Cavalaria¹⁵, TCor Cav Paulo Jorge da Silva Gonçalves Serrano, terceiro Diretor da Associação Revista da Cavalaria da terceira série; um outro guião direcionado aos dois anteriores Diretores da Associação Revista da Cavalaria¹⁶, Cor

¹⁴ Ver Apêndice A.

¹⁵ Ver Apêndice C.

¹⁶ Ver Apêndice D.

Cav Francisco António Amado Rodrigues, primeiro Diretor da Associação Revista da Cavalaria da terceira série, e TCor Cav José Miguel Moreira Freire, segundo Diretor da Associação Revista da Cavalaria da terceira série, que acaba por ser muito idêntico ao primeiro, sendo a principal diferença o tempo verbal, devido a terem desempenhado todos a mesma função mas em épocas diferentes; e por fim, um outro guião de entrevista direcionado aos dois oficiais responsáveis pela criação da página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*¹⁷, Cap Cav Maria João Pedroso Correia e Cap Cav Humberto Gourdin de Azevedo Coutinho Rosa. Apesar dos diferentes guiões existem questões iguais ou idênticas que darão para fazer uma relação entre os mesmos.

O método de análise de conteúdo de Sarmiento (2013) será o método utilizado para a análise das entrevistas¹⁸, em que se deverá ter em conta alguns conceitos, tais como: categorias, que são grupos de subcategorias com particularidades comuns; subcategorias, que são conjuntos de unidades de registo agregadas segundo as particularidades comuns; unidades de registo, que são os fragmentos mínimos de conteúdo que exprimem uma característica ou atributo; unidades de contexto, que são segmentos do texto da entrevista que contem as unidades de registo; e por fim, as unidades de enumeração ou contagem, que são aritméticas e contam o número de vezes que se repete a unidade de registo. Para analisar questão por questão será utilizada a matriz cromática, de modo a interligar unidades de contexto a unidades de registo, para posteriormente, criar uma matriz de análise de conteúdo para chegar a uma conclusão.

2.4 Inquérito por questionário

Relativamente ao inquérito, segundo Sarmiento (2013) é importante definir o universo ou população, a amostra e a unidade de análise. Para o presente TIA, a população corresponde aos sócios da *Revista da Cavalaria*, sendo esta população finita, pois tem um número limitado de elementos. Sendo a unidade de análise a “menor parte distinta e identificável da população” (Sarmiento, 2013, p. 71), é possível identificar cada sócio da *Revista da Cavalaria* como unidade de análise. Para a realização do TIA foi definido a utilização de uma amostra desta população com o quantitativo de quarenta sócios da *Revista da Cavalaria*. Relativamente ao questionário aplicado¹⁹, o mesmo contém cerca de

¹⁷ Ver Apêndice E.

¹⁸ Ver Apêndice B.

¹⁹ Ver Apêndice F.

doze questões, sendo que oito são questões fechadas de resposta única, duas são questões fechadas de escala diferencial semântico, uma questão fechada de resposta múltipla com várias respostas, e por fim, uma questão de resposta aberta.

Para a análise dos questionários foi utilizado o *software* IBM SPSS Statistics 23 para a análise das onze questões de resposta fechadas, e o método de análise de conteúdo de Sarmiento (2013) para a análise da questão de resposta aberta.

CAPÍTULO 3 - APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

3.1 Apresentação das unidades de contexto e de registo

Neste subcapítulo vão ser expostas as matrizes cromáticas das unidades de contexto e de registo para cada questão.

O quadro nº 1 apresenta a matriz de análise de conteúdo das unidades de contexto e de registo da questão nº 1: “O que motivou a extinção da revista em suporte papel, e consecutiva adequação, em exclusividade, às novas tecnologias *online*? / Sabe o que motivou a extinção da revista em suporte papel, e consecutiva adequação, em exclusividade, às novas tecnologias *online*? Se sim, porquê?”

Quadro nº 1 - Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 1

Entrevistado	Unidade de contexto	Unidade de registo
E1	“Sei que o principal motivo invocado foi o de ordem financeira, uma vez que as receitas, provenientes das quotas e da publicidade, foram sucessivamente reduzindo, em oposição ao crescente custo de produção e distribuição da revista em papel. Para além disso, havia a tendência da Direção modernizar a revista e aproximá-la dos jovens, através do uso das novas tecnologias de comunicação.”	1.1 1.2 1.3 1.4 1.5
E2	“Sim, a revista deixou de ser sustentável. A revista era suportada pelos patrocínios que foi conseguindo arranjar, já que as quotas dos associados não davam para editar um único número. Com a crise financeira que se instalou, os patrocínios foram diminuindo ao ponto de o projeto ser insustentável. As receitas fixas são as provenientes dos associados e essas só permitem suportar um projeto <i>online</i> . É uma questão simples de matemática.”	1.1 1.2 1.3 1.5
E3	“O principal fator foi a dificuldade na continuação da produção de uma revista no formato de papel, em virtude do aumento dos custos nomeadamente, da produção (tipografia) como na distribuição. Considerou-se que não seria adequado um aumento de quotas para os associados. Para além dos custos, está inerente a intenção de conceder maior atenção às plataformas informáticas para aumentar a audiência-alvo. Considerou-se que estava a chegar a altura de introduzirmos a revista na <i>Internet</i> . Cada vez mais as pessoas utilizam as ferramentas informáticas e julgamos que desta forma aumentamos a divulgação a um maior número de pessoas interessadas nesta temática.”	1.1 1.2 1.5

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 2 apresenta a matriz de análise de conteúdo das unidades de contexto e de registo da questão nº 2: “Quais os objetivos/finalidade (o propósito) da *Revista da Cavalaria*? / Quando foi Diretor da Associação Revista da Cavalaria, quais eram os objetivos/finalidade (o propósito) da mesma?”

Quadro nº 2 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 2

Entrevistado	Unidade de contexto	Unidade de registo
E1	“Os objetivos da Revista da Cavalaria foram definidos sob contexto de uma Associação, com órgãos sociais, sendo um deles a sua Direção, criada para manter uma linha editorial autónoma do Exército e dos Comandantes das Unidades de Cavalaria, e que possibilitasse fomentar, aprofundar e difundir o conhecimento científico, técnico, histórico, cultural e deontológico da cavalaria militar e, genericamente, do seu emprego no Exército e FA numa perspetiva de emprego conjunto.”	2.1
E2	“Os objetivos enquanto fui Diretor eram os objetivos estatutários que ainda hoje estão presentes.”	2.1
E3	“A revista conforme está estipulado nos seus estatutos tem o objetivo de fomentar, aprofundar e difundir o conhecimento científico, técnico, histórico e deontológico da cavalaria militar e genericamente da sua aplicação no Exército e FA numa perspetiva de aplicação conjunta. No caso da atual direção, os objetivos são os seguintes: divulgação do sítio da Revista de Cavalaria; maximizar a utilização do Facebook; introdução, durante 1 ano, de 10 artigos no sítio; difundir o património de conhecimento da Revista da Cavalaria (cinco números da 2ª série e cinco números da 3ª série).”	2.1 2.2 2.3 2.4 2.5

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 3 apresenta a matriz de análise de conteúdo das unidades de contexto e de registo da questão nº 3: “Quais os objetivos/finalidade (o propósito) da página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*?”

Quadro nº 3 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 3

Entrevistado	Unidade de contexto	Unidade de registo
E4	“A página no <i>Facebook</i> da Revista da Cavalaria foi criada com o intuito de partilha e troca de informações acerca das FA, em especial da Arma da Cavalaria. O objetivo era desafiar os nossos leitores para a partilha fotos, acontecimentos, novidades, leituras e tudo o que pudesse contribuir para o enriquecimento de todos, complementando, dinamizando e dando-a a conhecer a nossa Arma.”	3.1 3.2
E5	“A nossa página na rede social <i>Facebook</i> tem como objetivo divulgar e dinamizar a Revista da Cavalaria. Com a publicação do nosso último número em papel, passou a existir apenas o sítio, e é com esse mesmo que se procura fazer uma fácil interação entre opiniões e partilha de artigos no nosso repositório digital.”	3.1 3.2

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 4 apresenta a matriz de análise de conteúdo das unidades de contexto e de registo da questão nº 4: “As novas tecnologias *online* servem o propósito da revista?”

Quadro nº 4 - Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 4

Entrevistado	Unidade de contexto	Unidade de registo
E1	“ <i>Servem, parcialmente.</i> Para efeitos de preservação para memória futura, o seu arquivamento. Será mais difícil conservar a produção digital, como por exemplo um sítio, porque a facilidade de reconfigurá-lo também é grande e com isso originar um apagão dessas memórias digitais.”	4.1 4.3
E2	“Embora nada substitui o papel, considero que <i>os meios online servem cabalmente o propósito da revista.</i> Aliás trata-se de um futuro incontornável que a maior parte das revistas congêneres estrangeiras já praticam também.”	4.2
E3	“ <i>Até agora temos sentido que sim,</i> embora haja muita dificuldade na produção de artigos para o sítio da revista, o que até nem faz sentido, tendo em conta que os trabalhos produzidos na AM como no IUM têm aumentado.”	4.2 4.6
E4	“ <i>Os meios online servem o propósito da revista,</i> mas não cumprem os seus objetivos na sua totalidade. É notória a falta de debate ou a participação na troca de conhecimentos e julgo que nos meios <i>online</i> essa hipótese ainda será inferior. Os meios <i>online</i> dão uma maior amplitude e divulgação aos artigos previamente publicados em papel. É uma mais valia o conhecimento chegar a mais pessoas.”	4.2 4.4 4.6
E5	“ <i>Julgo que os meios online servem este mesmo propósito.</i> Na minha opinião, tudo depende do seu modo de emprego já que é possível publicar os artigos e partilhar os conteúdos quase instantaneamente, tendo um alcance geográfico muito superior do que a versão papel. O que é possível constatar é que as nossas duas plataformas digitais, sítio e <i>Facebook</i> , diferem no seguinte: o primeiro tem um arquivo infinito que poderá ser consultado a qualquer momento, enquanto que o segundo tem um carácter mais efêmero característica própria das redes sociais de hoje em dia.”	4.2 4.3 4.4 4.5 4.7

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 5 apresenta a matriz de análise de conteúdo das unidades de contexto e de registo da questão nº 5: “De que maneira o sítio da *Revista da Cavalaria* poderá melhorar a revista em si?”

Quadro nº 5 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 5

Entrevistado	Unidade de contexto	Unidade de registo
E1	“Salvaguardando os direitos autorais, o seu processo de arquivamento e disponibilização da informação veiculada.”	5.1
E2	“Pela facilidade com que pode ser atualizada, pela qualidade e interatividade dos conteúdos e pela forma como os associados podem interagir com a direção.”	5.2 5.3 5.4
E3	“Em primeiro lugar porque é um repositório cultural. Qualquer pessoa que seja registada pode ter acesso às revistas. A 3ª série está toda digitalizada. O objetivo é continuar a digitalizar e disponibilizar no sítio as séries mais antigas.”	5.1

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 6 apresenta a matriz de análise de conteúdo das unidades de contexto e de registo da questão nº 6: “De que maneira acha que a página da *Revista da Cavalaria* no *Facebook* poderá melhorar a revista em si?”

Quadro nº 6 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 6

Entrevistado	Unidade de contexto	Unidade de registo
E4	Não respondeu.	
E5	“Para além de difundir mais rapidamente e “mais longe” os conteúdos da <i>Revista da Cavalaria</i> , julgo que podemos ganhar muito sendo uma plataforma onde a interação é possível, vindo a conhecer melhor os nossos seguidores e quais as suas preferências. Através de um vídeo, de uma fotografia ou de um artigo é possível saber qual a reação e opinião de quem interage com a página.”	6.1 6.2

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 7 apresenta a matriz de análise de conteúdo das unidades de contexto e de registo da questão nº 7: “Sendo que o conceito “Imprensa Militar Especializada” nos remete para meios de comunicação social onde o suporte é unicamente o papel, de

conteúdo militar e de caráter técnico, ou seja, revistas militares, é justo não considerar o sítio na *Internet* da *Revista da Cavalaria* como imprensa militar especializada? Porquê?”

Quadro nº 7 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 7

Entrevistado	Unidade de contexto	Unidade de registo
E1	“Aparentemente não será justo, mas estou convencido que se o sítio na Internet preencher os quesitos exigíveis ao conceito de Imprensa Militar Especializada, salvo melhor opinião, penso que a sua forma digital não deverá impossibilitar a atribuição dessa qualificação concetual.”	7.1
E2	“Não me parece justo pois esse conceito nasceu quando só havia revistas militares em papel, pelo que terá que evoluir obrigatória para um conceito mais alargado que inclua o domínio digital, obedecendo a critérios rigorosos e objetivos. Ou seja, a página do Facebook de uma revista não pode ser confundido com o sítio da Internet dessa mesma revista. No sítio da revista respeitam-se os mesmos critérios editoriais de uma revista em papel. Se não me engano já não há nenhuma revista institucional oficial das FA Americanas em papel. Quer isto dizer que não fazem parte da Imprensa Militar Especializada? Claro que não. Continuam a fazer parte.”	7.1 7.3 7.4 7.5
E3	Não respondeu.	
E4	“Não considero o sítio na Internet como imprensa militar especializada, pois apenas temos divulgado ou partilhado alguma informação e essencialmente mantendo a chama tênue da Revista da Cavalaria.”	7.2 7.7
E5	“Tendo em conta o historial da Revista da Cavalaria que foi criada há mais de 110 anos e tendo passado por três séries antes de ser criado o atual modelo digital, parece-me algo injusto não ser considerada como Imprensa Militar Especializada pelo critério de ter de ser em suporte papel.”	7.1 7.6

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 8 apresenta a matriz de análise de conteúdo das unidades de contexto e de registo da questão nº 8: “Acha que voltar ao suporte papel é uma hipótese para o futuro?”

Quadro nº 8 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 8

Entrevistado	Unidade de contexto	Unidade de registo
E1	“Não querendo fazer futurologia, mas considero que será sempre uma hipótese , porque o digital, na minha modesta opinião, apenas complementa e diversifica a comunicação, e nunca substitui ou substituirá absolutamente o suporte em papel.”	8.1 8.3
E2	“ Sim. Uma das hipóteses que se levantou aquando da transição para o digital foi – sempre que houvesse suporte financeiro – lançar um número anual com os artigos mais lidos e comentados. Essa edição em papel teria uma função de “arquivo histórico.”	8.1 8.4
E3	“ Para já não está no horizonte, pelo menos desta direção. Caso nas próximas eleições uma lista assuma como objetivo esse desígnio, e seja votado, pode acontecer. Contudo, tem de existir uma alteração estatutária.”	8.2
E4	“ Se é uma hipótese...certamente. Ainda temos pessoas que fomentam o espírito do querer saber. Acredito que congregando vontades, unindo esforços e existindo um “motor” a revista em papel seria viável. A nossa Arma e o Exército só teriam a beneficiar com o aumento de conhecimento.”	8.1
E5	“ É uma hipótese que não pode ser descartada embora não saiba se será possível voltar a esse modelo, mas espero muito sinceramente que sim.”	8.1

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmiento (2013)

O quadro nº 9 apresenta a matriz de análise de conteúdo das unidades de contexto e de registo da questão nº 9: “Que alterações acha que poderão ser efetuadas de modo a melhorar a *Revista da Cavalaria*?”

Quadro nº 9 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 9

Entrevistado	Unidade de contexto	Unidade de registo
E1	“Julgo que se deveria ter uma temática por número, convidando um especialista dessa temática a escrever. Depois, temas livres de vários autores e temas. Manter as notícias do ser e estar da cavalaria, nacional e estrangeira, quer sob a forma de eventos, efemérides, livros, filmes, jogos,...”	9.1 9.2 9.3 9.4
E2	“Existem muitas coisas que podem ser feitas e algumas já foram feitas no passado: organizar eventos e publicar os papers e conclusões apresentados; organizar um concurso de artigos sobre um determinado assunto e publicar os melhores atribuindo um prémio pecuniário (fizemos isto com a ESE para difundir a revista na categoria de Sargentos, com resultados muito fracos); melhorar o grafismo e os conteúdos não só de uma eventual publicação em papel, mas também da própria página na Internet; fazer um intercâmbio com outras revistas congêneres estrangeiras para publicar artigos interessantes. Uma melhoria substancial da revista só pode acontecer se houver uma mudança na atitude profissional de oficiais (principalmente estes), sargentos e praças da arma face aos objetivos estatutários da revista. Essa mudança de atitude tem de ser orientada por um maior interesse em ler, partilhar conhecimento e experiências e consequentemente escrever. Falta-nos uma cultura de procura de conhecimento.”	9.4 9.5 9.6 9.7
E3	Não respondeu.	
E4	Não respondeu.	
E5	“A Revista da Cavalaria está no processo de se reinventar fruto das circunstâncias e das limitações orçamentais entrando no mundo digital. Assim, deve aproveitar o momento para ser mais apelativa de forma a incentivar uma participação mais significativa dos seus leitores e seguidores ganhando mais artigos! Está a faltar uma interação mais dinâmica entre a Revista da Cavalaria e o público alvo porque ainda estamos por descobrir o que é que as pessoas esperam da mesma.”	9.6

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 10 apresenta a matriz de análise de conteúdo das unidades de contexto e de registo da questão nº 10: “Que desafios acha que deverão ser colocados à revista num futuro próximo e mais longínquo?”

Quadro nº 10 – Matriz cromática das unidades de contexto e de registo da questão nº 10

Entrevistado	Unidade de contexto	Unidade de registo
E1	“O desafio da sua sustentabilidade, quer de ordem financeira quer de recursos humanos fidelizados à Revista da Cavalaria, e o desafio da sua identidade temática e editorial.”	10.1 10.2
E2	“Manter o projeto vivo. Desde o primeiro dia do projeto da 3ª edição que sabíamos que o grande desafio era manter a revista viva, isto porque a revista não nasceu de uma necessidade da arma, mas sim da carolice de meia dúzia de indivíduos que acreditaram que ter uma revista seria uma forma de puxarmos por uma atitude intelectual vigorosa cada vez mais necessária ao exercício da profissão das armas, neste caso na arma de Cavalaria. A continuidade da Revista da Cavalaria continua a padecer deste problema de não haver institucionalmente uma atitude intelectual que promova a leitura e a escrita.”	10.1 10.3
E3	“Incentivar as pessoas a escrever e difundir os artigos no sítio da revista da cavalaria e aumentar a participação no Facebook, nomeadamente através da disponibilização de conteúdos, como fotografias ou vídeos.”	10.3 10.4
E4	Não respondeu.	
E5	“Quem lê ou segue a nossa Revista da Cavalaria deve ter imaginação e autonomia para lançar os desafios pois não tem faltado vontade para participar em diversas iniciativas quando surge a oportunidade! Num futuro próximo os lançamentos de livros, a participação em exposições temporárias ou permanentes, a elaboração de documentários de vídeo ou fotografia e num futuro longínquo a organização de viagens e romarias evocativas dos nossos antepassados, são apenas algumas ideias possíveis.”	10.3 10.5

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

3.2 Análise e discussão das entrevistas

Neste subcapítulo vão ser expostas as matrizes de conteúdo final para cada uma das questões, seguida de uma análise e discussão conclusiva referente a cada uma dessas matrizes.

Quadro nº 11 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 1

Categoria	Unidades de registo	Entrevistados			Unidades de enumeração	Resultados (%)
		E1	E2	E3		
Questão Nº 1						
Causas do fim da revista em suporte papel	1.1 Problemas financeiros	X	X	X	3	100
	1.2 Quotas insuficientes	X	X	X	3	100
	1.3 Patrocínios insuficientes	X	X		2	66
	1.4 Alto custo de produção e distribuição	X			1	33
	1.5 Projeto <i>online</i>	X	X	X	3	100

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmiento (2013)

O quadro nº 11 apresenta a matriz de análise de conteúdo final da questão nº 1: “O que motivou a extinção da revista em suporte papel, e consecutiva adequação, em exclusividade, às novas tecnologias *online*? / Sabe o que motivou a extinção da revista em suporte papel, e consecutiva adequação, em exclusividade, às novas tecnologias *online*? Se sim, porquê?”

É possível verificar que os problemas de ordem financeira causaram o fim da *Revista da Cavalaria* em suporte papel, pois todos os entrevistados justificam esses mesmos problemas como a principal causa. Os baixos valores das quotas são consideradas como um dos grandes problemas, mas o seu aumento não foi ponderado por não ser adequado nem justo para os sócios. Os patrocínios eram o que mantinha o projeto sustentável, mas o seu decréscimo veio agravar a situação da revista. Apesar de só um dos entrevistados ter referido, deve-se também ter em conta o alto custo de produção e distribuição das revistas. Por fim, todos os entrevistados referem que uma das motivações foi a da criação de um projeto *online*, seja pela modernização da revista como pelo menor custo do que o projeto em suporte papel.

Quadro nº 12 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 2

Categoria	Unidades de registo	Entrevistados			Unidades de enumeração	Resultados (%)
		E1	E2	E3		
Questão Nº 2						
Objetivos e finalidade da <i>Revista da Cavalaria</i>	2.1 Objetivos estatutários	X	X	X	3	100
	2.2 Divulgação do sítio			X	1	33
	2.3 Maximizar página no <i>Facebook</i>			X	1	33
	2.4 Publicar artigos no sítio			X	1	33
	2.5 Difundir património			X	1	33

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmiento (2013)

O quadro nº 12 apresenta a matriz de análise de conteúdo final da questão nº 2: “Quais os objetivos/finalidade (o propósito) da *Revista da Cavalaria*? / Quando foi Diretor da Associação Revista da Cavalaria, quais eram os objetivos/finalidade (o propósito) da mesma?”

Neste quadro verifica-se que os objetivos/finalidade foram idênticos ao longo da terceira série da *Revista da Cavalaria* pois os objetivos explícitos nos estatutos da revista foram sempre o de fomentar, aprofundar e difundir o conhecimento científico, técnico, histórico, cultural e deontológico da cavalaria militar e, genericamente, da sua aplicação no Exército e FA numa perspetiva de aplicação conjunta. A grande diferença nos objetivos surge devido à passagem para as novas tecnologias *online*, que levou à criação de novos objetivos, nomeadamente a divulgação do sítio da revista e a publicação de artigos no mesmo, a maximização da utilização da página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook* e a difusão do património da revista através da disponibilização de antigos números no sítio da *Revista da Cavalaria*.

Quadro nº 13 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 3

Categoria	Unidades de registo	Entrevistados		Unidades de enumeração	Resultados (%)
		E4	E5		
Questão Nº 3					
Objetivos e finalidade da página da <i>Revista da Cavalaria</i> no <i>Facebook</i>	3.1 Partilha e troca de informações	X	X	2	100
	3.2 Divulgar e dinamizar a revista	X	X	2	100

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmiento (2013)

O quadro nº 13 apresenta a matriz de análise de conteúdo final da questão nº 3: “Quais os objetivos/finalidade (o propósito) da página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*?”

É de realçar que as respostas dos dois entrevistados apresentam uma convergência de ideias, pois referem que os grandes objetivos/finalidades da página da *Revista da Cavalaria* no *Facebook* são, não só a partilha e troca de informações, como artigos, por exemplo, mas também a divulgação e dinamização da *Revista da Cavalaria* e respetivo sítio.

Quadro nº 14 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 4

Categoria	Subcategorias	Unidades de registo	Entrevistados					Unidades de enumeração	Resultados (%)
			E 1	E 2	E 3	E 4	E 5		
Questão Nº 4									
Novas tecnologias e o propósito da revista	Aprovação	4.1 Serve parcialmente o propósito	X					1	20
		4.2 Serve o propósito		X	X	X	X	4	80
	Vantagens	4.3 Arquivamento	X				X	2	40
		4.4 Maior amplitude e divulgação				X	X	2	40
		4.5 Partilha rápida					X	1	20
	Desvantagens	4.6 Falta de debate e produção de artigos			X	X		2	40
		4.7 Efemeridade das redes sociais					X	1	20

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 14 apresenta a matriz de análise de conteúdo final da questão nº 4: “As novas tecnologias *online* servem o propósito da revista?”

É possível verificar que apenas um dos entrevistados não considera que as novas tecnologias *online* sirvam na totalidade o propósito da *Revista da Cavalaria*. As maiores vantagens dos meios *online* apresentadas pelos entrevistados são a possibilidade de arquivo, não só de números antigos de revistas como de diversos artigos, entre outros, e maior amplitude e divulgação de conteúdos, devido à facilidade de alcançar um maior e mais amplo número de leitores através da *Internet* do que através do suporte papel. Uma outra vantagem, apesar de só ter sido apresentada por um dos entrevistados, é a rapidez na partilha de informações que é praticamente instantânea através da *Internet* ao contrário do suporte papel. Relativamente às desvantagens, a que apresenta maior percentagem de respostas, com 40%, é a falta de debate e produção de artigos que se tem verificado, que não tem melhorado, mesmo com a presença da revista nos meios *online*. A outra desvantagem apresentada é direccionada à rede social *Facebook* devido à efemeridade das publicações na mesma.

Quadro nº 15 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 5

Categoria	Unidades de registo	Entrevistados			Unidades de enumeração	Resultados (%)
		E1	E2	E3		
Questão Nº 5						
Vantagens do sítio da <i>Revista da Cavalaria</i>	5.1 Arquivamento	X		X	2	66
	5.2 Facilidade de atualização		X		1	33
	5.3 Partilha de conteúdos		X		1	33
	5.4 Interação entre associados e Direção		X		1	33

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 15 apresenta a matriz de análise de conteúdo final da questão nº 5: “De que maneira o sítio da *Revista da Cavalaria* poderá melhorar a revista em si?”

Relativamente ao sítio da *Revista da Cavalaria* em específico, foram levantadas quatro vantagens para o uso do mesmo. A vantagem com maior percentagem, cerca de 66%, é relativa à possibilidade arquivamento da informação relativa à *Revista da Cavalaria*, nomeadamente, antigos números da revista, artigos, entre outros, de modo a ter sempre disponível essa informação para consulta. As restantes três vantagens foram apresentadas por apenas um dos entrevistados e está relacionada com a facilidade de atualização de conteúdos, a qualidade e interatividade desses conteúdos, e por fim, a interação entre Direção e sócios da revista que se torna muito mais fácil através da utilização do sítio.

Quadro nº 16 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 6

Categoria	Unidades de registo	Entrevistados	Unidades de enumeração	Resultados (%)
		E5		
Questão Nº 6				
Vantagens da página da <i>Revista da Cavalaria</i> no <i>Facebook</i>	6.1 Maior difusão	X	1	100
	6.2 Maior interação	X	1	100

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 16 apresenta a matriz de análise de conteúdo final da questão nº 6: “De que maneira acha que a página da *Revista da Cavalaria* no *Facebook* poderá melhorar a revista em si?”

É possível verificar que as grandes vantagens que a página da revista poderá oferecer à revista em si são uma maior difusão do projeto da *Revista da Cavalaria*, assim como uma maior interação, característico das redes sociais, entre a Associação Revista Cavalaria e leitores. Maximizar a utilização da página é de todo benéfico para a *Revista da Cavalaria*, de modo a alcançar o maior número de leitores.

Quadro nº 17 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 7

Categoria	Subcategorias	Unidades de registo	Entrevistados				Unidades de enumeração	Resultados (%)
			E1	E2	E4	E5		
Questão Nº 7								
Conceito	Aprovação	7.1 Conceito engloba sítio	X	X		X	3	75
		7.2 Conceito não engloba sítio			X		1	25
	Justificação para englobar	7.3 Conceito antigo		X			1	25
		7.4 Mesmos critérios editoriais		X			1	25
		7.5 Paridade com revistas estrangeiras		X			1	25
		7.6 Historial da revista				X	1	25
	Justificação para não englobar	7.7 Pouca partilha e divulgação			X		1	25

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 17 apresenta a matriz de análise de conteúdo final da questão nº 7: “Sendo que o conceito “Imprensa Militar Especializada” nos remete para meios de comunicação social onde o suporte é unicamente o papel, de conteúdo militar e de carácter técnico, ou seja, revistas militares, é justo não considerar o sítio na *Internet* da *Revista da Cavalaria* como imprensa militar especializada? Porquê?”

Relativamente ao conceito de imprensa militar especializada, verifica-se que 75% dos entrevistados considera injusto o mesmo não englobar o sítio da *Revista da Cavalaria*, sendo que apenas 25% considera justo. Apesar de serem apresentadas várias justificações para o sítio ser englobado no conceito, nenhuma delas ultrapassa os 25% de peso. Os factos de o conceito ser antigo, de ter os mesmos critérios editoriais, de a revista ter um grande historial e o de se suceder o mesmo com revistas estrangeiras são as justificações apresentadas pelos entrevistados para o sítio da *Revista da Cavalaria* ser englobado no conceito atrás referido. A justificação para o não englobamento parte da opinião de que até ao momento o sítio pouca informação tem divulgado e partilhado.

Quadro nº 18 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 8

Categoria	Subcategorias	Unidades de registro	Entrevistados					Unidades de enumeração	Resultados (%)	
			E 1	E 2	E 3	E 4	E 5			
Questão Nº 8										
Voltar ao suporte papel	Aprovação	8.1 Possível	X	X		X	X	4	80	
		8.2 Não possível			X			1	20	
	Justificação para voltar ao suporte papel	8.3 Apenas complementa	X					1	20	
		8.4 Se possuir suporte financeiro		X				1	20	

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 18 apresenta a matriz de análise de conteúdo final da questão nº 8: “Acha que voltar ao suporte papel é uma hipótese para o futuro?”

Dos cinco entrevistados, 80%, ou seja, quatro consideram que voltar ao suporte papel é uma hipótese plausível, sendo que apenas um considera que neste momento não é uma hipótese congruente. Apenas foram apresentadas duas justificações para esse retorno que são: a justificação de que os meios *online* apenas complementam o projeto da *Revista da Cavalaria* o que significa que não pode substituir o suporte papel; e por fim, a justificação de que, se houver possibilidades financeiras no futuro, deve-se retomar a publicação de um ou mais números em suporte papel.

Quadro nº 19 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 9

Categoria	Unidades de registo	Entrevistados			Unidades de enumeração	Resultados (%)
		E1	E2	E5		
Questão Nº 9						
Alterações para melhorar a Revista da Cavalaria	9.1 Temática	X			1	33
	9.2 Convidar especialistas	X			1	33
	9.3 Temas livres	X			1	33
	9.4 Eventos	X	X		2	66
	9.5 Concurso de artigos		X		1	33
	9.6 Sítio mais apelativo		X	X	2	66
	9.7 Intercâmbio com revistas estrangeiras		X		1	33

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 19 apresenta a matriz de análise de conteúdo final da questão nº 9: “Que alterações acha que poderão ser efetuadas de modo a melhorar a *Revista da Cavalaria*?”

Verifica-se que as alterações sugeridas com maior peso, 66%, são a organização de eventos e o melhoramento do grafismo e conteúdos do sítio da *Revista da Cavalaria*. Apesar disso, são sugeridas outras alterações nomeadamente: envio de artigos seguindo uma temática; convidar especialistas para escrever sobre uma temática; envio de artigos de temas livres; organização de um concurso de artigos; e por fim, um intercâmbio com revistas congéneres estrangeiras.

Quadro nº 20 – Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 10

Categoria	Unidades de registo	Entrevistados				Unidades de enumeração	Resultados (%)
		E1	E2	E3	E5		
Questão Nº 10							
Desafios à <i>Revista da Cavalaria</i>	10.1 Sustentabilidade	X	X			2	50
	10.2 Identidade temática e editorial	X				1	25
	10.3 Incentivo		X	X	X	3	75
	10.4 Maximizar página no <i>Facebook</i>			X		1	25
	10.5 Eventos				X	1	25

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

O quadro nº 20 apresenta a matriz de análise de conteúdo final da questão nº 10: “Que desafios acha que deverão ser colocados à revista num futuro próximo e mais longínquo?”

Verifica-se que 75% dos entrevistados consideram que o incentivo é um desafio de extrema importância para o futuro da *Revista da Cavalaria*. O desafio da sustentabilidade, nomeadamente da sustentabilidade financeira é também importante, pois sem a mesma é impossível manter o projeto. Outros desafios passam por manter a identidade temática e editorial da revista, maximizar o uso da página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*, e num futuro próximo, a criação de eventos relacionados com a *Revista da Cavalaria*.

3.3 Apresentação, análise e discussão dos resultados do inquérito

Neste subcapítulo serão analisados os resultados do inquérito por questionário dirigido aos quarenta sócios da *Revista da Cavalaria* de modo a extrair conclusões.

Começando pela caracterização em termos de idades, (figura nº 2), verifica-se que o sócio mais novo a responder possui 24 anos e o mais velho 57 anos, sendo a média de idades cerca de 35,33 anos e a moda de 26 anos de idade, correspondente a 12,5% dos inquiridos.

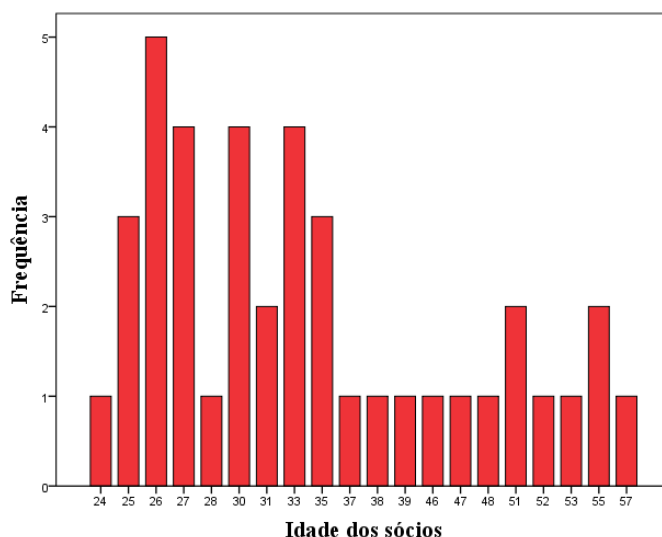


Figura nº 2 – Idade dos sócios

Quanto ao tempo de ligação à associação, (figura nº 3), verifica-se uma variação entre um mínimo de 2 anos como sócio e um máximo de 14 anos. Os sócios vinculados há 14 anos representam 20% e correspondem aos que aderiram desde o início da criação da associação e do lançamento da terceira série da revista, em 2003. A média corresponde a 7,93 anos como sócio da revista e a moda são 5 anos como associado da revista, sendo 22,5% do total.

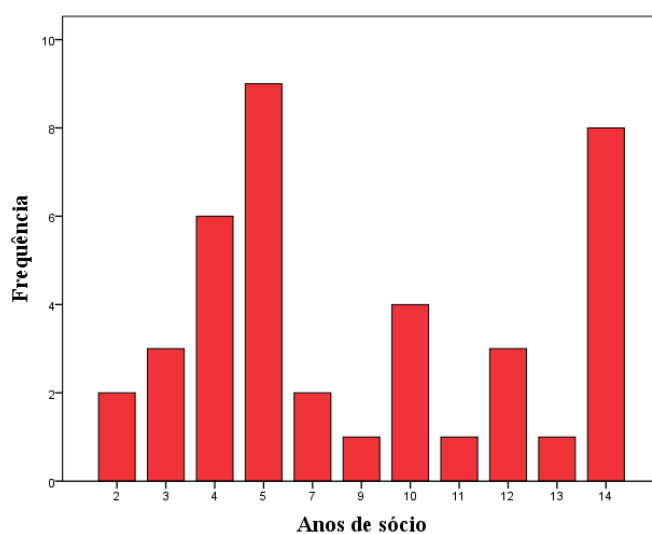


Figura nº 3 – Anos como sócio da Revista da Cavalaria

Importando apurar a ligação dos sócios à revista, questionou-se se estes contribuem com artigos para a mesma. Como se verifica pela figura nº 4, apenas 13 dos 40 inquiridos (32,5%) contribuem ou contribuíram nesse sentido, o que significa que os restantes 27 sócios (67,5%) nunca submeteram qualquer artigo para publicação. Recorde-se que a escassez de artigos para publicação esteve na origem das dificuldades sentidas nas fases anteriores do ciclo de vida da revista.

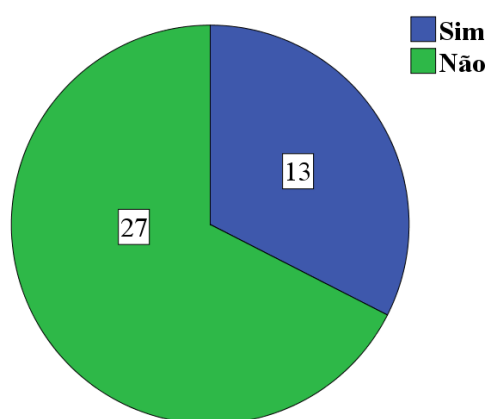


Figura nº 4 – Contribuição com artigos para a *Revista da Cavalaria*

Quanto às razões que afastam os sócios de submeterem artigos para publicação, a figura nº 5 ilustra a diversidade das razões apontadas, com destaque para não ter havido solicitações, não ter assunto para contribuir, não ter surgido oportunidade ou ainda falta de tempo. Note-se que o leque das razões de não participação agora apontadas não diferem muito das que se manifestaram noutros períodos de vida da revista, como anteriormente se referiu.

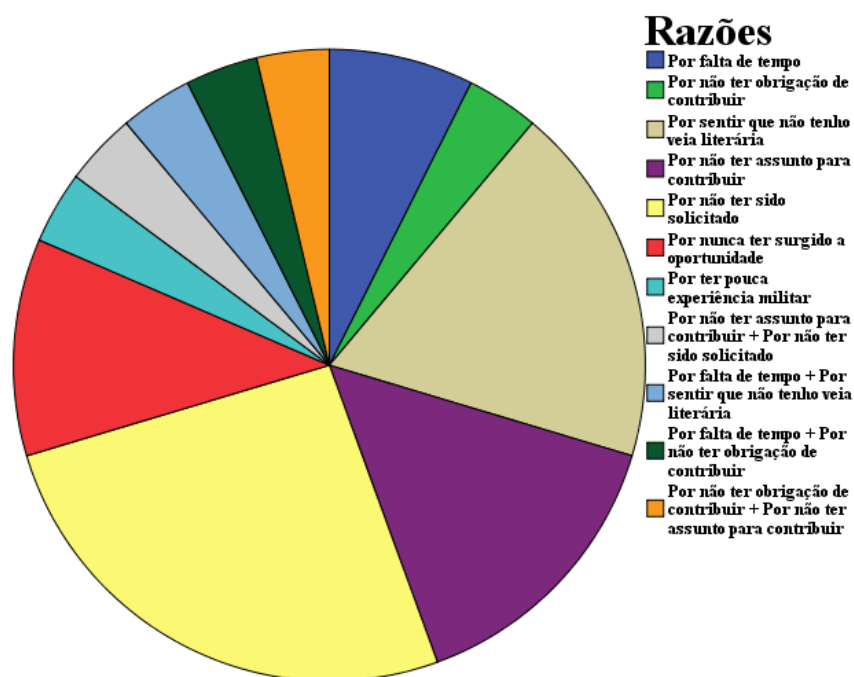


Figura nº 5 – Razões para a não contribuição com artigos para a *Revista da Cavalaria*

Atendendo às mudanças em curso, pretendeu-se saber o que pensam os sócios quanto ao fim da revista em suporte papel. Através da figura nº 6 é possível observar a divisão das opiniões: 22 sócios (55%) concordam com o fim da revista em suporte papel, 18 sócios, 45%, não concordam. Conclui-se assim que as opiniões relativas a este assunto estão muito divididas e não existe nenhum consenso.

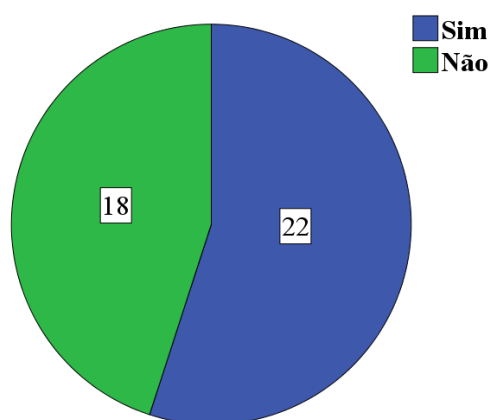


Figura nº 6 – Concordância com o fim da *Revista da Cavalaria* em suporte papel

Na sequência da questão anterior, afigurou-se pertinente questionar os sócios sobre o conhecimento que têm do atual sítio da revista. Verifica-se (figura nº 7) que 75% dos inquiridos tem conhecimento da *Revista da Cavalaria* na *Internet*. Apesar de ser um valor considerável, é na realidade desapontante, pois cerca de 25% dos sócios não tem conhecimento da existência do sítio da revista, o que indicia alheamento dos sócios face à revista. Isto é um indicador de que a *Revista da Cavalaria* deve apostar mais na divulgação do seu sítio, que atualmente é uma parte importante da *Revista da Cavalaria*.

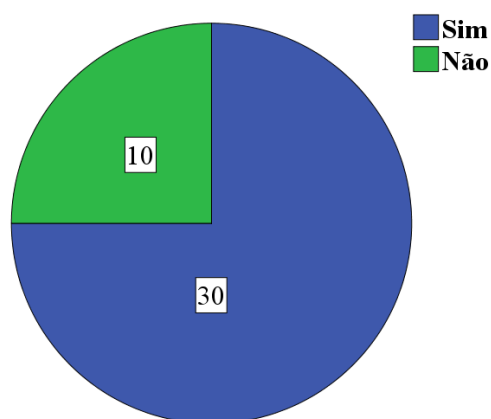


Figura nº 7 – Conhecimento do sítio da *Revista da Cavalaria*

Atendendo agora exclusivamente aos sócios que têm conhecimento do sítio da revista na *Internet* e apurando as visitas ao mesmo, (figura nº 8), verifica-se que a grande maioria (83,3%) já fez pelo menos uma visita. Porém, verifica-se igualmente que 16,7% dos 30 sócios que têm conhecimento do sítio da revista nunca o visitaram. Somando estes 5 sócios aos 10 sócios que não têm conhecimento da existência do sítio da *Revista da Cavalaria*, são 15 os sócios em 40, correspondente a 37,5%, que nunca visitaram o sítio da *Revista da Cavalaria*, o que é um valor deveras preocupante e que deverá ser uma preocupação da Associação Revista da Cavalaria. Mais uma vez, destaca-se que a divulgação do sítio deverá ser um fator a ter em conta para o futuro da *Revista da Cavalaria*.

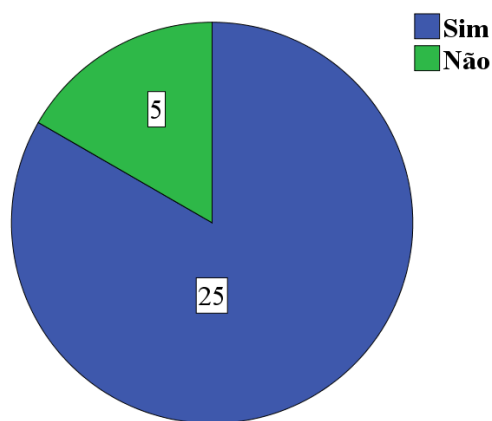


Figura nº 8 – Acesso ao sítio da *Revista da Cavalaria*

Para analisar a avaliação que os sócios fazem do sítio da revista, importa esclarecer que a questão só foi colocada a 25 sócios, correspondendo ao número dos que declararam já ter visitado o sítio pelo menos uma vez. A escala para a avaliação do sítio da *Revista da Cavalaria* parte de péssimo, que corresponde ao número 1, até excelente, que corresponde ao número 5. Podemos constatar, através da observação da figura nº 9 que a moda é 4, sendo a opção escolhida por cerca de 14 sócios, correspondente a 56% do total. A média da avaliação por parte dos sócios é cerca de 3,44, o que corresponde a uma avaliação positiva segundo a matriz de grau de avaliação²⁰. Apesar de positiva, o valor está muito próximo do grau mediano, e como tal, deverão ser efetuadas alterações de modo a tornar mais aliciante a visita ao sítio da *Revista da Cavalaria*.

²⁰ Ver Apêndice G.

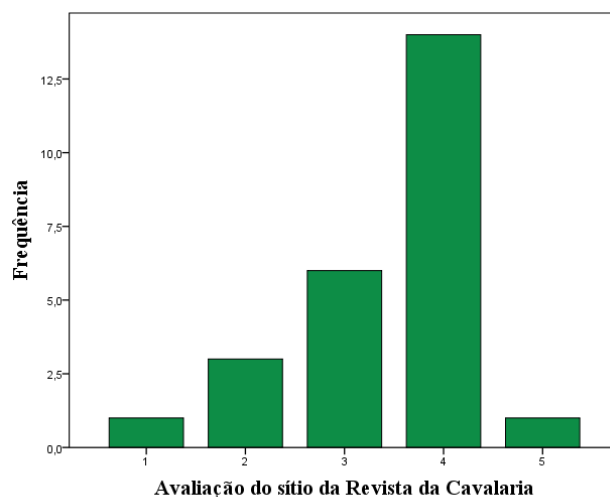


Figura nº 9 – Avaliação do sítio da *Revista da Cavalaria*

Questionando os sócios desta vez quanto ao conhecimento da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*, conforme ilustra a figura nº 10, verifica-se que 90% da amostra, ou seja, 36 sócios dos 40, tem conhecimento da existência da página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*, sendo que apenas 4 sócios, cerca de 10%, não têm esse conhecimento. Comparando com a figura nº 7 que representa o conhecimento da existência do sítio da *Revista da Cavalaria*, é possível verificar que os valores da figura nº 10 não são tão preocupantes, pois quase toda a amostra tem conhecimento da página da revista. Apesar disso, o objetivo será sempre alcançar os 100%, e para tal, a *Revista da Cavalaria* deverá apostar mais na divulgação da página da revista na rede social *Facebook*.

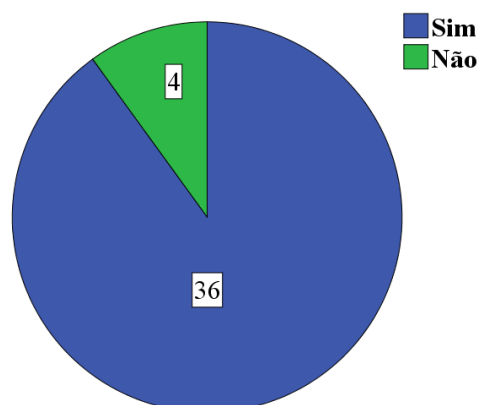


Figura nº 10 – Conhecimento da página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*

Quanto às visitas efetuadas ao *Facebook* da revista, ilustradas na figura nº 11, verifica-se que a maioria dos sócios que têm conhecimento da existência do sítio já o visitaram também pelo menos uma vez, contabilizando um total de 28 sócios, 77,8% dos 36 sócios e 70% do total da amostra. Comparando com o sítio da *Revista da Cavalaria* é possível verificar que, apesar de a página já ter tido mais visitantes (70% > 62,5%), a proporção de visitantes relativamente aos sócios com conhecimento da página é menor comparativamente com o sítio (77,8% < 83,3%).

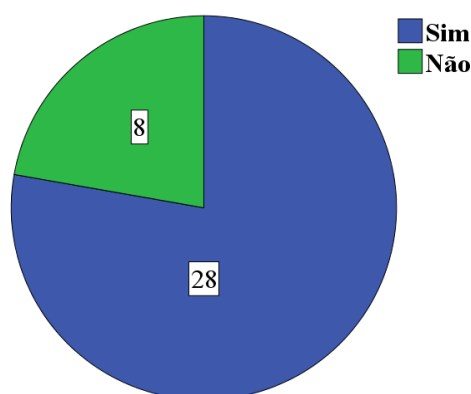


Figura nº 11 – Acesso à página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*

Solicitando aos sócios que avaliem a presença da revista no *Facebook*, seguindo a mesma grelha já usada para a avaliação do sítio da revista, em que 1 significa péssimo e 5 significa excelente (figura nº 12), a resposta modal dos 28 sócios que já visitaram a revista na rede pelo menos uma vez, situa-se no ponto 4 e representa a opção de 13 inquiridos (46,4% do total). A média da avaliação por parte dos sócios é cerca de 3,75, o que corresponde a uma avaliação positiva segundo a matriz de grau de avaliação²¹. Este valor é ligeiramente superior ao apurado para o sítio da *Revista da Cavalaria*, o que se pode justificar também com a popularidade das redes sociais junto da sociedade.

²¹ Ver Apêndice G.

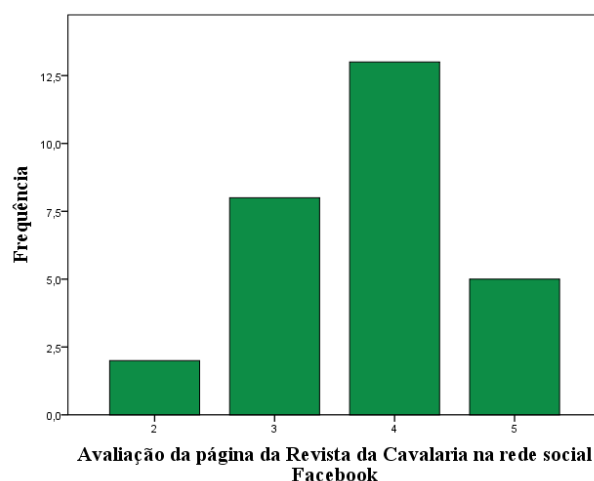


Figura nº 12 – Avaliação da página da Revista da Cavalaria na rede social Facebook

Por último, o quadro nº 21 apresenta a matriz de análise de conteúdo final da questão nº 10: “Que desafios acha que deverão ser colocados à revista num futuro próximo e mais longínquo?” Note-se que a mesma questão foi igualmente colocada aos entrevistados com alguma responsabilidade atual ou passada no projeto editorial da revista, pelo que se entendeu útil comparar os resultados obtidos nas entrevistas e no questionário.

Quadro nº 21 - Matriz de análise de conteúdo final da questão nº 10 (inquérito)

Categoria	Unidades de registo	Unidades de enumeração	Resultados (%)
Questão Nº 10			
Desafios à Revista da Cavalaria	10.3 Incentivo	6	15%
	10.6. Divulgação	5	12,5%
	10.7 Meios <i>online</i> mais apelativos	5	12,5%
	10.8 Acompanhar unidades	5	12,5%
	10.9 Voltar ao suporte papel	2	5%
	10.10 Artigos	5	12,5%
	10.11 Outros	3	7,5%

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)

Dos quarenta inquiridos, onze nada referiram relativamente a esta questão. É de salientar que das cinco unidades de registo levantadas na análise desta mesma questão para as entrevistas, apenas uma delas também foi levantada no inquérito, sendo essa unidade de registo o incentivo. Com cerca de 15% dos quarenta inquiridos, o incentivo é a unidade com maior peso, identicamente à análise das entrevistas. De seguida surgem quatro desafios com o mesmo peso de 12,5%, sendo eles: a divulgação da *Revista da Cavalaria*, o tornar mais apelativo os meios *online*, o acompanhamento das unidades da arma de Cavalaria e também o desafio relacionado com o envio de artigos, como por exemplo, a seleção de trabalhos de investigação realizados por militares, que tenham interesse para os leitores. 5% dos inquiridos referem o tema e vontade de voltar ao suporte papel. A unidade de registo de outros refere-se a desafios que só tenham obtido o valor um como unidade de enumeração, como é o caso do desafio da criação de um *blog* da *Revista da Cavalaria* sugerido por um dos inquiridos.

CONCLUSÃO

Aqui serão explanadas as conclusões relativas ao estudo da *Revista da Cavalaria* e a sua transição, em exclusivo, para os meios *online*.

Relativamente à QD1 é de realçar que apesar de todas as dificuldades financeiras, os objetivos estatutários da *Revista da Cavalaria* mantiveram-se, nomeadamente o objetivo de fomentar, aprofundar e difundir o conhecimento científico, técnico, histórico e deontológico da cavalaria militar e genericamente da sua aplicação no Exército e FA numa perspetiva de aplicação conjunta. Quanto a objetivos para um futuro mais próximo estão definidos pela Associação Revista da Cavalaria a divulgação do sítio, a maximização da página da revista no *Facebook*, a publicação de artigos no sítio e também a difusão do património da revista no próprio sítio. É de salientar também o objetivo, caso seja financeiramente possível, de voltar ao suporte papel.

Quanto à QD2 o conceito de imprensa militar especializada levantado no estado da arte remetia-nos para publicações técnicas de conteúdo militar em suporte papel. Devido a transições, em exclusivo, de algumas revistas para os meios *online*, como é o caso da *Revista da Cavalaria*, surge a dúvida devido ao conceito de imprensa, pois o mesmo conduz-nos para uma restrição ao suporte papel. Avaliando a situação, conclui-se que será de todo o interesse uma revisão do conceito, de modo a alargar o mesmo ao suporte digital.

As QD3 e QD4 referentes à avaliação dos associados quanto ao sítio da revista e à página no *Facebook*, respetivamente, apesar de ambas serem positivas, a página no *Facebook* tem uma maior popularidade dentro do corpo de associados da revista. É de realçar que o número de sócios que não têm conhecimento do sítio e/ou da página é demasiado elevado, sendo a divulgação dos mesmos um objetivo a ter em conta para o futuro da *Revista da Cavalaria*.

A QD5 refere-se a alterações à *Revista da Cavalaria* para melhorar a mesma. As alterações propostas são a organização de eventos, o melhoramento do grafismo e conteúdos do sítio da *Revista da Cavalaria*, o envio de artigos seguindo uma temática, a solicitação a especialistas para escrever sobre uma temática, o envio de artigos de temas livres, a organização de um concurso de artigos e também um intercâmbio com revistas

congêneres estrangeiras. Estas são propostas a ter em conta para o futuro da *Revista da Cavalaria* são de extrema importância para manter a confiança dos leitores assíduos da revista e conquistar mais leitores com o objetivo de fazer crescer o projeto.

No que concerne aos desafios para o futuro da *Revista da Cavalaria*, sem dúvida que o maior será o de incentivar todos os associados, e até mesmo leitores não associados, a interagir com a revista, seja na contribuição com artigos, seja na sugestão de melhorias. As justificações de não ser solicitado ou de achar que não se tem veia literária podem ser evitadas se os leitores forem incentivados pela revista para a contribuição com artigos, sem qualquer tipo de constrangimento. O desafio da sustentabilidade financeira não pode ser esquecido, porque, apesar do mesmo não estar diretamente relacionado com o objetivo da *Revista da Cavalaria*, sem ele é impossível manter o projeto vivo. Além disso, como um dos objetivos e desafios para o futuro será voltar ao suporte papel, a sustentabilidade financeira será crucial devido aos custos que acarreta manter uma publicação em suporte papel. A divulgação da *Revista da Cavalaria* também será um desafio a ter em conta de modo a levar o nome deste projeto ao maior número de leitores possível, e para isso o *Facebook* será uma peça muito importante, através da divulgação do sítio da revista, partilha de artigos e ideias, fotografias e vídeos. Atualmente, devido à popularidade das redes sociais, a revista só tem a beneficiar com a maximização do uso da página no *Facebook* para chegar ao máximo de número de leitores. O desafio do acompanhamento das unidades de Cavalaria pela *Revista da Cavalaria* a todos os pontos, seja pela divulgação da mesma nas unidades, seja pela possibilidade de criação de artigos relacionados com o quotidiano na unidade, entre outros. A organização de eventos planeados pela *Revista da Cavalaria* também será um desafio interessante para o futuro, mas para este ponto, mais uma vez será necessário a cooperação das unidades militares, nomeadamente as unidades de Cavalaria. Por fim, o desafio de tornar os meios *online* mais apelativos, nomeadamente através de melhoramento de *design* e apresentação de conteúdos mais interativos, deverá ser uma aposta da Associação Revista da Cavalaria.

O projeto da *Revista da Cavalaria* tem de ser de todos e não apenas de um grupo restrito de militares que tentam a todo o custo suportá-lo.

BIBLIOGRAFIA

- Adelino, E., & Soares, V. (1962). *Dicionário da Terminologia Militar*. Lisboa: Edição dos Autores.
- Afonso, A., & Gomes, C. (2000). *Guerra Colonial*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Afonso, C., Garcia, F., Lima, J., Monteiro, F., Piedade, J., Santos, L., Santos, R., Silva, J., Silva, N. (2016). *Orientações metodológicas para a elaboração de trabalhos de investigação*. Lisboa: Instituto de Estudos Superiores Militares.
- Assis, J. (2011). *Periódicos Científicos Militares (1849-1918): Trocas e Circulação de Saberes Técnico-Científicos*. Trabalho de investigação, Centro de Estudos de História e Filosofia da Ciência, Universidade de Évora, Évora.
- Birmingham, D. (1993). *A Concise History of Portugal*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Botelho, A. (1944). À Arma de Cavalaria. *Revista da Cavalaria*, 3, 205–207.
- Correia, M., & Rosa, H. (2015). A Revista da Cavalaria nas Redes Sociais. *Revista da Cavalaria*, 31, 40–41.
- Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea da Academia das Ciências de Lisboa*. (2001). Lisboa: Editorial Verbo.
- Fernandes, F. (2012). *O público de imprensa na era digital - Hábitos de consumo e necessidades quanto aos produtos de imprensa*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.
- Freire, M. (2002). Revista da Cavalaria: Um desafio. *Revista da Cavalaria*, 0, 32–34.
- Freire, M. (2007). Editorial. *Revista da Cavalaria*, 11, 5–6.
- Freire, M. (2008). Editorial. *Revista da Cavalaria*, 14, 4–5.
- Freire, M. (2008). Editorial. *Revista da Cavalaria*, 15, 7.
- Freire, M. (2010). Editorial. *Revista da Cavalaria*, 20, 5–6.
- Freire, M. (2012). Editorial. *Revista da Cavalaria*, 26, 4.
- Freire, M. (2013). Editorial. *Revista da Cavalaria*, 29, 4.
- Freire, M. (2015). Um percurso no digital. *Revista da Cavalaria*, 32, 28–29.
- Gomes, C. (1939). Ao iniciar a carga. *Revista da Cavalaria*, 1, 31–32.

- Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira*. (s. d.). Lisboa: Editorial Enciclopédia, LDA.
- Latino, M. (1942). A Revista da Cavalaria. *Revista da Cavalaria*, 6, 527–528.
- Lynch, C., & McLaughlin, T. (1999). The Military Press in an Electronic Age. *Revista Militar*, 51, 1713–1719.
- Machado, M., & Carvalho, S. (2004). *Exército e Imprensa*. Lisboa: Prefácio.
- Maya, F. (1904). S. Jorge, e avante! *Revista de Cavallaria*, 1, 2–6.
- Medeiros, L. (2010). Palavras do Director Honorário da Arma. *Revista da Cavalaria*, 20, 4.
- Moreira, A., & Pedrosa, A. (2004). *As Grandes Datas da História de Portugal*. Cruz Quebrada: Editorial Notícias.
- Noci, J., & Ayerdi, K. (1999). *Periodismo en Internet*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Nunes, J. (1955). *Mouzinho de Albuquerque, herói de África*. Lisboa: Álvaro Pinto.
- Oliveira, M., Oliveira, L., Ferreira, J., & Vieira, J. (2008). *Quem é Quem Portugueses Célebres*. Rio de Mouro: Círculo de Leitores.
- Pinto, A. (2003). Palavras do Director da Arma. *Revista da Cavalaria*, 1, 3.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2003). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Revista da Cavalaria. (1944). A Revista da Cavalaria. *Revista da Cavalaria*, 2, 103–105.
- Revista da Cavalaria. (1954). Novo Impulso. *Revista da Cavalaria*, 2, 103–106.
- Revista da Cavalaria. (2015). Direção da Revista da Cavalaria. *Revista da Cavalaria*, 31, 4–5.
- Rodrigues, F. (2003). A História repete-se? *Revista da Cavalaria*, 1, 4.
- Rodrigues, F. (2004). Editorial. *Revista da Cavalaria*, 3, 5–6.
- Rodrigues, F. (2006). Editorial. *Revista da Cavalaria*, 10, 5–6.
- Rosado, C. (1904). As novas arênas. *Revista de Cavallaria*, 1, 1–2.
- Rosado, N. (1966). *A Imprensa*. Lisboa: Ministério da Educação Nacional/Direcção-Geral do Ensino Primário.
- Sá, A. (1904). A Revista de Cavallaria. *Revista de Cavallaria*, 1, 12–14.
- Sarmiento, J. (1939). Aos novos. *Revista da Cavalaria*, 1, 7–12.
- Sarmiento, M. (2013). *Metodologia científica para a elaboração, escrita e apresentação de teses*. Lisboa: Universidade Lusíada Editora.
- Silva, D. (1971). Um artigo. *Revista da Cavalaria*, 1, 167–173.
- Silva, M. (2002). Editorial. *Revista da Cavalaria*, 0, 2.

- Soares, A. (1992). As Forças Armadas e a Imprensa Militar. *Revista Militar*, 44, 17–60.
- Soares, A. (1999). Imprensa Militar Portuguesa - uma perspectiva diacrónica. *Revista Militar*, 51, 1583–1612.
- Soares, A. (2003). *Imprensa Militar Portuguesa Catálogo da Biblioteca do Exército*. Lisboa: Biblioteca do Exército.
- Spínola, A. (1948). Novos Horizontes. *Revista da Cavalaria*, 6, 449–451.
- Spínola, A. (1949). Dez Anos. *Revista da Cavalaria*, 6, 465–468.
- Spínola, A. (1953). Um Apelo. *Revista da Cavalaria*, 2, 83–87.
- Tengarrinha, J. (2003). Um trabalho pioneiro na comunicação militar. *Imprensa Militar Portuguesa Catálogo da Biblioteca do Exército*, 11–19.
- Tengarrinha, J. (2013). *Nova História da Imprensa Portuguesa das Origens a 1865*. Lisboa: Temas e Debates - Círculo de Leitores.
- Viegas, L. (1955). Mousinho de Albuquerque. *Revista da Cavalaria*, 5, 371–376.

Apêndice A – Descrição da amostra das entrevistas

Quadro nº 22 – Descrição da amostra das entrevistas

CÓDIGO	POSTO E ARMA	NOME	FUNÇÃO NA REVISTA DA CAVALARIA	U/E/O	DATA
E1	Cor Cav	Francisco António Amado Rodrigues	Ex-diretor	AM	23/03/2017
E2	TCor Cav	José Miguel Moreira Freire	Ex-diretor	AM (FND Iraque)	29/03/2017
E3	TCor Cav	Paulo Jorge da Silva Gonçalves Serrano	Diretor	GabCmdtBrigMEC	28/03/2017
E4	Cap Cav	Maria João Pedroso Correia	Cocriador da página da revista na rede social <i>Facebook</i>	GCC/BrigMec (FND Iraque)	27/03/2017
E5	Cap Cav	Humberto Gourdin de Azevedo Coutinho Rosa	Cocriador da página da revista na rede social <i>Facebook</i>	GabMinDN	31/03/2017

Apêndice B – Descrição dos elementos da análise de conteúdo

Quadro nº 23 – Descrição dos elementos da análise de conteúdo

QUESTÃO	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	UNIDADE DE REGISTO	CÓDIGO
1. O que motivou a extinção da revista em suporte papel, e consecutiva adequação, em exclusividade, às novas tecnologias online? / Sabe o que motivou a extinção da revista em suporte papel, e consecutiva adequação, em exclusividade, às novas tecnologias online? Se sim, porquê?	Causas do fim da revista em suporte papel		Problemas financeiros	1.1
			Quotas insuficientes	1.2
			Patrocínios insuficientes	1.3
			Alto custo de produção e distribuição	1.4
			Projeto <i>online</i>	1.5
2. Quais os objetivos/finalidade (o propósito) da <i>Revista da Cavalaria</i> ? / Quando foi Diretor da Associação Revista da Cavalaria, quais eram os objetivos/finalidade (o propósito) da mesma?	Objetivos e finalidade da <i>Revista da Cavalaria</i>		Objetivos estatutários	2.1
			Divulgação do sítio	2.2
			Maximizar página no <i>Facebook</i>	2.3
			Publicar artigos no sítio	2.4
			Difundir património	2.5
3. Quais os objetivos/finalidade (o propósito) da página da <i>Revista da Cavalaria</i> na rede social <i>Facebook</i> ?	Objetivos e finalidade da página da <i>Revista da Cavalaria</i> no <i>Facebook</i>		Partilha e troca de informações	3.1
			Divulgar e dinamizar a revista	3.2
4. As novas tecnologias online	Novas tecnologias e o propósito	Aprovação	Serve parcialmente o propósito	4.1

servem o propósito da revista?	da revista	Vantagens	Serve o propósito	4.2
			Arquivamento	4.3
			Maior amplitude e divulgação	4.4
		Desvantagens	Partilha rápida	4.5
			Falta de debate e produção de artigos	4.6
			Efemeridade das redes sociais	4.7
5. De que maneira o sítio da <i>Revista da Cavalaria</i> poderá melhorar a revista em si?	Vantagens do sítio da <i>Revista da Cavalaria</i>		Arquivamento	5.1
			Facilidade de atualização	5.2
			Partilha de conteúdos	5.3
			Interação entre associados e Direção	5.4
6. De que maneira acha que a página da <i>Revista da Cavalaria</i> no Facebook poderá melhorar a revista em si?	Vantagens da página da <i>Revista da Cavalaria</i> no Facebook		Maior difusão	6.1
			Maior interação	6.2
7. Sendo que o conceito “Imprensa Militar Especializada” nos remete para meios de comunicação social onde o suporte é unicamente o papel, de conteúdo militar e de caráter técnico, ou seja, revistas militares, é justo não considerar o sítio na Internet da <i>Revista da Cavalaria</i> como imprensa militar especializada? Porquê?	Conceito	Aprovação	Conceito engloba sítio	7.1
			Conceito não engloba sítio	7.2
		Justificação para englobar	Conceito antigo	7.3
			Mesmos critérios editoriais	7.4
			Paridade com revistas estrangeiras	7.5
		Justificação para não englobar	Historial da revista	7.6
			Pouca partilha e divulgação	7.7
8. Acha que voltar ao suporte papel é uma hipótese para o	Voltar ao suporte papel	Aprovação	Possível	8.1
			Não possível	8.2

futuro?		Justificação para voltar ao suporte papel	Apenas complementa	8.3
			Se possuir suporte financeiro	8.4
9. Que alterações acha que poderão ser efetuadas de modo a melhorar a <i>Revista da Cavalaria</i> ?	Alterações para melhorar a <i>Revista da Cavalaria</i>		Temática	9.1
			Convidar especialistas	9.2
			Temas livres	9.3
			Eventos	9.4
			Concurso de artigos	9.5
			Sítio mais apelativo	9.6
			Intercâmbio com revistas estrangeiras	9.7
10. Que desafios acha que deverão ser colocados à revista num futuro próximo e mais longínquo?	Desafios à <i>Revista da Cavalaria</i>		Sustentabilidade	10.1
			Identidade temática e editorial	10.2
			Incentivo	10.3
			Maximizar página no <i>Facebook</i>	10.4
			Eventos	10.5

Apêndice C - Guião de Entrevista (Diretor da Associação Revista da Cavalaria)

- O que motivou a extinção da revista em suporte papel, e consecutiva adequação, em exclusividade, às novas tecnologias *online*?
- Quais os objetivos/finalidade (o propósito) da *Revista da Cavalaria*?
- As novas tecnologias *online* servem o propósito da revista?
- De que maneira o sítio da *Revista da Cavalaria* poderá melhorar a revista em si?
- Sendo que o conceito “Imprensa Militar Especializada” nos remete para meios de comunicação social onde o suporte é unicamente o papel, de conteúdo militar e de carácter técnico, ou seja, revistas militares, é justo não considerar o sítio na *Internet* da *Revista da Cavalaria* como imprensa militar especializada? Porquê?
- Acha que voltar ao suporte papel é uma hipótese para o futuro?
- Que alterações acha que poderão ser efetuadas de modo a melhorar a *Revista da Cavalaria*?
- Que desafios acha que deverão ser colocados à revista num futuro próximo e mais longínquo?

Apêndice D – Guião de Entrevista (Ex-diretores da Associação Revista da Cavalaria)

- Sabe o que motivou a extinção da revista em suporte papel, e consecutiva adequação, em exclusividade, às novas tecnologias *online*? Se sim, porquê?
- Quando foi Diretor da Associação Revista da Cavalaria, quais eram os objetivos/finalidade (o propósito) da mesma?
- As novas tecnologias *online* servem o propósito da revista?
- De que maneira o sítio da *Revista da Cavalaria* poderá melhorar a revista em si?
- Sendo que o conceito “Imprensa Militar Especializada” nos remete para meios de comunicação social onde o suporte é unicamente o papel, de conteúdo militar e de caráter técnico, ou seja, revistas militares, é justo não considerar o sítio na *Internet* da *Revista da Cavalaria* como imprensa militar especializada? Porquê?
- Acha que voltar ao suporte papel é uma hipótese para o futuro?
- Que alterações acha que poderão ser efetuadas de modo a melhorar a *Revista da Cavalaria*?
- Que desafios acha que deverão ser colocados à revista num futuro próximo e mais longínquo?

Apêndice E – Guião de Entrevista (Cocriadores da página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*)

- Quais os objetivos/finalidade (o propósito) da página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*?
- As novas tecnologias *online* servem o propósito da revista?
- De que maneira acha que a página da *Revista da Cavalaria* no *Facebook* poderá melhorar a revista em si?
- Sendo que o conceito “Imprensa Militar Especializada” nos remete para meios de comunicação social onde o suporte é unicamente o papel, de conteúdo militar e de carácter técnico, ou seja, revistas militares, é justo não considerar o sítio na *Internet* da *Revista da Cavalaria* como imprensa militar especializada? Porquê?
- Acha que voltar ao suporte papel é uma hipótese para o futuro?
- Que alterações acha que poderão ser efetuadas de modo a melhorar a *Revista da Cavalaria*?
- Que desafios acha que deverão ser colocados à revista num futuro próximo e mais longínquo?

Apêndice F – Guião do Questionário

- Idade
- Há quantos anos é sócio da *Revista da Cavalaria*?
- Alguma vez contribui com um ou mais artigos para a *Revista da Cavalaria*?
Opções:
 1. Sim
 2. Não
- Se na pergunta anterior respondeu "Não", qual a razão? (pode seleccionar mais do que uma opção)
Opções:
 1. Por falta de tempo
 2. Por não ter obrigação de contribuir
 3. Por sentir que não tenho “veia literária”
 4. Por não ter assunto para contribuir
 5. Outra
- Concorda com o fim da *Revista da Cavalaria* em suporte papel?
Opções:
 1. Sim
 2. Não
- Tem conhecimento da existência do sítio da *Revista da Cavalaria* (www.revistadacavalaria.com)?
Opções:
 1. Sim
 2. Não

- Já acedeu alguma vez ao sítio da *Revista da Cavalaria*?

Opções:

1. Sim
2. Não

- Se na pergunta anterior respondeu "Sim", como avalia o sítio da *Revista da Cavalaria*?

Opções: escala de 1 (péssimo) a 5 (excelente)

- Tem conhecimento da existência da página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*?

Opções:

1. Sim
2. Não

- Já acedeu alguma vez à página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*?

Opções:

1. Sim
2. Não

- Se na pergunta anterior respondeu "Sim", como avalia a página da *Revista da Cavalaria* na rede social *Facebook*?

Opções: escala de 1 (péssimo) a 5 (excelente)

- Que desafios acha que deverão ser colocados à revista num futuro próximo e mais longínquo?

Apêndice G – Matriz de grau de avaliação

Quadro nº 24 – Matriz de grau de avaliação

Escala	Grau de avaliação	
1 (Péssimo)	1 – 1,4	Bastante negativo
2	1,5 – 2,4	Negativo
3	2,5 – 3,4	Mediano
4	3,5 – 4,4	Positivo
5 (Excelente)	4,5 - 5	Bastante positivo

Apêndice H – Matriz cromática da resposta aberta do inquérito

Quadro nº 25 – Matriz cromática da resposta aberta do inquérito

Unidade de contexto	Unidade de registo
Educar os jovens cadetes que só podemos viver de valores se realmente alguém nos passar essa herança que é o caso da Revista da Arma.	10.11
Nada a referir.	
Criação de um Blog.	10.11
Nada a referir.	
Mais conteúdo gráfico. Melhoria da plataforma informática. Criação de uma plataforma interativa para ler as revistas (possibilidade de incorporar/integrar vídeos). Melhoria no aspeto gráfico do sítio.	10.7
Entusiasmar os jovens camaradas recém entrados no quadro a participar abertamente na pesquisa histórica da ação da cavalaria portuguesa no passado.	10.3
Menos centrada na atualidade e na BrigMec. Mais artigos de História e liderança, além de outros com perspetivas de futuro. Apresentação de sínteses biográficas de Cavaleiros de referência.	10.10
Explorar as componentes operacionais para elaboração de artigos de interesse.	10.10
Mais informação, pois acredito que exista muito pessoal que não sabe da existência/continuação da revista em termos informáticos.	10.6
Voltar a ter uma edição impressa; melhor qualidade de design (mais moderno). A nível eletrónico, tanto Facebook, como sítio, melhorar e muito o nível de participação e de qualidade. Não pode parecer um sítio/Facebook de um indivíduo ou de uma só unidade...	10.7 10.9
A filosofia de participação aberta na Revista de Cavalaria é simpática e até louvável. Contudo, pressupõe motivação para a escrita e sabemos que essa motivação nem sempre significa adesão de participação e qualidade dos artigos. Claro que terá de haver mudanças que garantam uma participação que permita a escolha, em prol da qualidade, garantindo-se a quantidade.	10.3
Acompanhar as unidades.	10.8
Continuar em suporte papel.	10.9
Nada a referir.	
Maior difusão. Em vez de ser o indivíduo a elaborar um artigo dever-se-ia incentivar as unidades a contribuírem como um todo.	10.3 10.6

Nada a referir.	
Maior acompanhamento da atividade das U/E/O e dos militares de Cavalaria.	10.8
"Tour" pelas unidades de Cav para relato "in loco" da vivência e espírito de corpo da Arma.	10.8
Artigos/Notícias etc., de interesse abrangente (Oficiais, Sargentos e Praças nos vários postos).	10.10
Disponibilizar conteúdos apelativos do ponto de vista conceptual e doutrinário, a par de fichas de leitura de livros de valor para a "coisa militar" e a Cavalaria em particular.	10.10
Nada a referir.	
Maior empenhamento dos Regimentos da Arma, sob orientação do Exmº Diretor da Arma de Cavalaria, para estes contribuírem com artigos, notícias dos seus Regimentos, incentivarem o registo de todos os militares na página da Revista da Cavalaria.	10.3
Incrementar a colaboração dos Regimentos de Cavalaria.	10.3
Nada a referir.	
Nada a referir.	
Nada a referir.	
Maior divulgação e conteúdos mais interativos.	10.6 10.7
Divulgação da Revista tipo <i>Newsletter</i> via <i>mail</i> , para todos os sócios da revista.	10.6
Nada a referir.	
Melhor divulgação.	10.6
Nada a referir.	
Nada a referir.	
Proponho, caso seja praticável, a seleção e transcrição de alguns artigos de outras revistas (nacionais ou estrangeiras) com interesse para os subscritores.	10.10
Nomear delegações nas unidades da arma de cavalaria como forma de aproximar a revista dos seus potenciais leitores, enquanto vetor de formação contínua.	10.8
Procurar trabalhos de investigação, desenvolvidos no âmbito de curso, para aprofundar o conhecimento e submeter à crítica. Deste modo, ficamos atualizados em relação à doutrina e ficamos a saber mais sobre algo específico.	10.10
Procurar envolver mais as Unidades da Arma.	10.8
Ter uma revista mais ao estilo da <i>Armour</i> do Exército dos Estados Unidos da América.	10.11
Melhoramentos no aspeto gráfico do sítio, com a inclusão de fotos do que é discutido nos artigos.	10.7
Melhorar o aspeto visual e tornar mais apelativo.	10.7
Fomentar os associados a contribuírem com artigos.	10.3

Fonte: Elaboração própria baseada em Sarmento (2013)