

PERCEÇÕES NA SOCIEDADE CIVIL PORTUGUESA SOBRE A FORÇA AÉREA

PERCEPTIONS IN THE PORTUGUESE CIVILIAN SOCIETY IN RELATION TO THE PORTUGUESE AIR FORCE

Cristina Paula de Almeida Fachada

Major Psicóloga da Força Aérea Portuguesa
Psicóloga-Chefe do Centro de Psicologia da Força Aérea
Doutorada em Psicologia Social
Faculdade de Psicologia da Universidade de Lisboa
Lisboa, Portugal
cfachada@hotmail.com

Resumo

Este estudo teve por objetivo perceber como é que a informação se associa às perceções (conhecimento e processo de construção individual) na sociedade civil Portuguesa sobre a Força Aérea Portuguesa (FAP), utilizando a metodologia preconizada pelo Instituto de Estudos Superiores Militares, designadamente o Método de Investigação em Ciências Sociais de Quivy e Campenhoudt (1998). Em termos de resultados: (i) a informação associou-se à perceção da franja da sociedade civil estudada (amostra de 106 alunos de três cursos de ensino superior), consoante a capacidade deste ramo para despertar atenção e a utilidade com que é percebida quer a sua existência, quer as missões operacionais que realiza e divulga; (ii) a frequente divulgação de notícias sobre missões acabadas de efetuar tem um efeito cumulativo sentido como muito positivo; (iii) as associações supracitadas mostraram-se potenciáveis consoante o meio de comunicação utilizado, o tipo de missão operacional realizado e o teor/conotação – neutro, positivo ou negativo – da notícia divulgada; (iv) divulgar informação pertinente sobre a FAP, tem como mais-valia adicional o aumento do grau de conhecimento e o colmatar de falhas ou faltas na forma como é compreendida a envolvente castrense.

Palavras-chave: Comunicação, Força Aérea Portuguesa, Imagem, Informação, Notícia, Perceção.

Como citar este artigo: Fachada, C., 2015. Perceções na Sociedade Civil Portuguesa sobre a Força Aérea. *Revista de Ciências Militares*, novembro de 2015 III (2), pp. 565-598.
Disponível em: <http://www.iesm.pt/cisdi/index.php/publicacoes/revista-de-ciencias-militares/edicoes>.

Abstract

This study aims to understand how the information is linked to perceptions (knowledge and individual construction process) in the Portuguese civilian society in relation to the Portuguese Air Force (PrtAF), using the research methodology advocated by Instituto de Estudos Superiores Militares, namely the Quivy and Campenhoudt (1998) Method for Research in Social Sciences. In terms of results: (i) the information was associated with the perception of the civilian society group studied (106 students of three different college degrees), in accordance with the capacity of the PrtAF to arouse attention, and its perceived utility, not only of the accomplished operational missions, but also of its own reason of being; (ii) frequent dissemination of news, related to freshly accomplished missions, showed a positive cumulative effect; (iii) the set of associations aforementioned was potentiated by the type of mass media used, the sort of operational mission accomplished and the content/ connotation - neutral, positive or negative - of the reported news; (iv) having available relevant information concerning the PrtAF was an added value, since it increased overall knowledge and solve faults in the way militaries are understood.

Keywords: Communication, Portuguese Air Force, Image, Information, News, Perception.

Introdução

“Agora que os consumidores online são comentadores, revisores e editores, as organizações devem [...] começar a escutar a forma como são percebidas.”

Smith (2009, p. 560)

A comunicação é, desde há muito, parte integrante da vida do homem em coletividade, bem como das organizações que compõem as sociedades contemporâneas.

Sendo verdade que as organizações públicas diferem das privadas – p.ex., e de forma respetiva, nos objetivos (interesse coletivo *versus* lucro) e na estrutura (burocracia centralizada *versus* unidades descentralizadas) –, é igualmente verdade que ambas fazem uso do papel mediador dos *media* para se posicionarem no espaço público, alcançar visibilidade, edificar a sua imagem e legitimar a sua razão de ser (Decker et al., s.d., pp. 4;9-11).

Para este legitimar contribui, grandemente, a percepção individual do “espectador”, fruto da influência do contexto social envolvente e de fatores pessoais, como sejam as suas vontades, experiências passadas, etc. (FCT, s.d.). De forma consentânea, tem-se a imagem, como resultado de uma construção individual, que tem por base informações visuais, de discurso e de ação (Decker et al., s.d., pp. 2-3).

A Instituição Militar (IM) e, especificamente, a Força Aérea Portuguesa (FAP), embora dotada de um cariz muito próprio, não é naturalmente alheia a esta realidade, razão pela qual a informação/comunicação proferida “pela Defesa, deverá apelar a uma audiência que, embora sofisticada e interessada em assuntos castrenses, ainda apresenta lacunas na forma como compreende este tipo de temáticas”(Albritton, 2009, p. 15).

Neste enquadramento, revela-se importante analisar a perceção da sociedade civil portuguesa em relação à FAP, identificando fatores que a influenciam, com particular realce para o papel dos *media*, e propondo ações catalisadoras de uma melhor compreensão da missão e, conseqüentemente, de uma imagem mais realista, e melhorada, deste ramo das Forças Armadas [FFAA]. No fundo, compreender se, não obstante – em grande parte fruto da atual conjuntura nacional de crise –, muito se dizer relativamente ao facto da sociedade civil ver os militares com um sentimento de alguma ambigüidade, a opinião pública dominante continua a ser a de que estes profissionais detêm um papel importante no seio da nação.

O objetivo geral deste artigo, que reflete o Trabalho de Investigação Individual (TII) realizado pela autora no Curso de Promoção a Oficial Superior 2013/14 é, então, analisar a forma como a notícia pode estar associada ao processo de construção individual (conhecimento e perceção) na sociedade civil sobre a FAP. Um propósito que, em termos de objetivos específicos, passa por compreender se: (1) as notícias sobre a FAP despertam atenção na sociedade civil; (2) o meio como a informação é transmitida desperta de forma diferente a atenção da sociedade civil sobre a FAP; (3) a utilidade percebida das missões, contribui de forma diferente para esta perceção; (4) a informação *online* sobre a FAP é consultada com alguma continuidade no tempo, após a data da sua edição; (5) uma maior frequência da informação sobre a FAP, tem um efeito cumulativo (positivo) na sua imagem junto da sociedade civil portuguesa.

1. Enquadramento do tema

*“Não admitas à priori,
nada que possas verificar.”
Kipling (In Kdfrases, s.d.)*

O presente capítulo pretende, ainda que de uma forma muito sucinta dadas as dimensões deste artigo, abordar o papel da comunicação social junto da opinião pública e a comunicação na/da FAP.

a. A comunicação social na opinião pública

Onde há uma organização, há, também, comunicação (Decker *et al.*, s.d., p. 1), percebida “como um composto que dá forma à organização e que a informa, fazendo-a ser o que é” (Restrepo, 1995, p. 95).

A este nível, importa ter presentes cinco considerações:

- O ser humano não é uma máquina fotográfica, nem um gravador, nem tão pouco uma esponja que absorve exatamente aquilo que o rodeia, mas antes uma entidade que responde a pistas/*inputs* que lhe sejam significantes; razão pela qual se diz que a percepção é o resultado de várias fontes de influência, tais como o meio envolvente, variáveis pessoais, etc. (FCT, s.d.), e a imagem o produto do processo de construção individual (Decker et al., s.d., pp. 2-3);
- O axioma da Teoria da Espiral do Silêncio (Noelle-Neumann, 1974, 1977, cit. por Dalisay, 2012, p. 482) de que as pessoas, talvez por recearem o seu eventual isolamento ou ostracização, tendem a acompanhar as ideias do consenso social, ou seja, da maioria (frequentemente veiculadas através dos *media*), o que, logicamente, leva a que a opinião discordante, já de si minoritária, se torne ainda mais minguada;
- O processo de comunicação organizacional pode ter como dimensões: (a) informação, i.e., o que dá forma, como sucede com o sistema normativo da missão, valores, princípios, políticas, etc.; (b) divulgação, que permite dar a conhecer, tornar público; (c) criação de relações voltadas para a formação, a socialização e/ou o reforço de processos culturais (através, p.ex., de atividades recreativas, rituais e comemorações); (d) participação, ou seja, o momento em que explicitamente se dá a palavra ao outro, escutando-o e reconhecendo-o, e que, essencialmente, corresponde ao ponto onde se completa a comunicação (Restrepo, 1995, p. 95);
- A comunicação organizacional “abrange todas as formas de comunicação utilizadas pela organização para relacionar-se e interagir com os seus públicos” (Scroferneker, 2006, p. 48), devendo ser pensada, não apenas como uma forma de transferência de informação, mas como uma ferramenta estratégica das organizações (Scroferneker, s.d.);
- Neste processo de influência da comunicação social, importa equacionar a informação provinda quer do jornalismo escrito, associado à chamada comunicação social tradicional, quer cada vez mais da *internet* (*Jornal i*, 2012). Esta última, refletida no que se poderia apelidar de jornalismo digital, mas também nas redes sociais, que, entre si, partilham uma importante ferramenta: permitem escutar o pulsar da opinião pública de uma forma rápida e económica.

b. A comunicação na/da Força Aérea

Uma Organização como a FAP – dotada de uma identidade muito própria, mas, também, consciente destas questões, e imbuída da pretensão de se manter bem integrada na sociedade nacional –, deve mostrar-se sensível ao imperativo da sua comunicação servir os propósitos da chamada de atenção (revelando-se, p.ex., apelativa) e da passagem de informação pertinente, que permita colmatar faltas de conhecimento ou falhas na forma como a sociedade civil compreende a envolvente militar (Albritton, 2009, p. 15).

Dois propósitos, “criar valor para a organização e para a sociedade” (Nassar, s.d.) e passar uma mensagem coordenada – respetivamente comunicação estratégica e informação pública – a que subjaz uma estratégia de comunicação interna e externa, explicitada em planos de comunicação, diretivas, etc..¹

Planos e diretivas (de ações de relações públicas, comunicação, etc.) que, à semelhança das demais atividades desenvolvidas pelos ramos, sejam concebidos mediante as orientações dos respetivos Chefes de Estado-Maior (CEM), por sua vez conformes com o gizado pelos órgãos da sua linha hierárquica, i.e., Estado-Maior General das Forças Armadas², Ministério da Defesa Nacional³ e Programa do Governo⁴.

2. Caracterização da perceção da sociedade civil portuguesa sobre a Força Aérea

*“A intuição, não testada e não comprovada,
é uma garantia insuficiente da verdade.”*

Russell (*In Pensador.Info*, s.d.)

Depois de enquadrado o tema, pretende-se neste capítulo aduzir alguns estudos relativos a perceções da população portuguesa sobre a envolvente militar e o uso das redes sociais na FAP, e o modelo de pesquisa utilizado no presente estudo.

a. Perceções da população portuguesa sobre Defesa e Forças Armadas

Do inquérito em larga escala realizado por Carreiras (2009a; 2009b) à população portuguesa, e que se inseriu no projeto “As Forças Armadas Portuguesas do após a Guerra Fria”, a maioria dos inquiridos (83,2% de uma amostra de 1.535), considerou necessária a existência de FFAA, atribuindo-lhes uma elevada importância na Defesa Nacional (DN) e identificando-as como sendo a Instituição em que mais confiam (Carreiras, 2009a, p. 5). Esta imagem positiva/muito positiva e de elevada confiança face à IM foi igualmente registada por Pereira (2011, pp. 85; 87) em 83% dos 54.935 jovens presentes na 6.ª edição do Dia da Defesa Nacional 2009/2010.

Complementarmente, e numa escala de 0 a 10, registaram-se, entre outros, os seguintes dados:

- Os Portugueses seguiam “com interesse moderado a baixo os assuntos relacionados com a DN e as FFAA nos meios de comunicação social (5,11) e [consideraram] baixo o seu grau de conhecimento sobre as FFAA (3,80)” (Carreiras, 2009a, p. 5);

¹ A comunicação ligada à Defesa/IM até aqui estudada, não deve ser confundida com Operações de Informação (“*Information Operations*”), que procuram manter uma superioridade em todas as dimensões informacionais, preservar a ação da força amiga e obstruir a ação do adversário, mediante influências, interrupção, etc. (King, 2011, p. 6).

² P.ex., CEMGFA (2013).

³ P.ex., MDN (2009).

⁴ P.ex., PCM (s.d.).

- Uma elevada anuência face à participação de militares portugueses em missões internacionais de paz, com o propósito de “defender a democracia e os direitos humanos (8,02), contribuir para a paz e segurança mundiais (7,90) e defender os interesses dos Portugueses (7,77)” (Carreiras, 2009a, p. 6);
- O facto da FAP, comparativamente com a Armada e o Exército, ter sido percecionada como o ramo que oferecia melhor preparação técnica (7,80) e cívica (7,72) aos seus militares, e melhores equipamentos e meios materiais (7,30); o mesmo não sucedendo com a proximidade em relação à população, cujo valor médio mais alto esteve associado ao Exército (6,74), só depois à Força Aérea (5,81), e em último à Armada (5,71) (Carreiras, 2009a, p. 8);
- A profissão militar foi percecionada como sendo bastante prestigiante, posicionando-se em quinto lugar (7,30), abaixo das profissões de médico (8,72), bombeiro (7,92), engenheiro (7,58) e professor (7,43) (Carreiras, 2009a, p. 8). Um prestígio que, à medida que se subia na hierarquia, revelou-se crescente: 5,98 nas praças; 7,21 nos sargentos; e 7,89 nos oficiais (Carreiras, 2009b). Conquanto o estudo realizado por Vaz (2009) se ter centrado (diferentemente de Carreiras, 2009a, 2009b; Pereira, 2011) em jovens candidatos ao regime de contrato do curso de formação de oficiais ou de praças da FAP, o prestígio foi, igualmente, um fator de motivação relevante (pp. 14-15).

Também Pereira (2011, pp. 88-90), numa escala de 1 a 7, recolheu evidências de que as FFAA eram “vistas como necessárias à segurança do país (6,10), eficazes no cumprimento das suas missões (5,77), bem organizadas (5,76)”, e capacitadas para fazer face aos desafios das sociedades modernas ao nível do equipamento (5,22) e da preparação (5,35).

b. O uso das redes sociais na Força Aérea

Como refere Mineiro (2010, p. 3), a força da opinião pública e o seu papel na vitória ou na derrota de uma guerra, estão bem patentes na História. Uma verdade que quando transposta para a realidade castrense da atualidade, se reflete no facto de não obstante as FFAA, em geral, e a FAP, em particular “serem encaradas como pilares da soberania nacional, na sociedade atual a [IM] é julgada não pelo que se propõe fazer, mas pelo que efetivamente faz, [sendo as] redes sociais um bom canal para o mostrar.”

Neste enquadramento, a representação da FAP nas redes sociais (Mineiro, 2010) é “importante”, “necessária” e “inevitável” (p. 20), sendo o *Facebook*, face ao *Hi5*, o serviço que registou um maior número de utilizadores à medida que a idade e a escolaridade aumentaram (p. 21), e o *Twitter*, ainda que pouco utilizado – mas porque detentor de uma imagem de credibilidade –, um serviço identificado por quase metade da amostra estudada, como uma “importante” e “muito importante” ferramenta institucional (p. 21)

Ainda segundo Mineiro (2014), à presente data a audiência do *Facebook* da FAP situa-se na faixa etária dos 34-47 anos de idade.

C. Modelo de pesquisa

À luz do procedimento metodológico associado ao método hipotético-dedutivo proposto por Quivy e Campenhoudt (Quivy et al., 1998), em conformidade com IESM (2012a; 2012b) e com as normas Harvard por este preconizadas (ARU, 2010; 2012), a presente investigação foi desenvolvida:

- Junto da franja da população que, no médio-longo prazo, deverá assumir um papel mais interventivo no panorama nacional⁵, sendo por isso um dos alvos preferenciais da ação das RP (e informação pública) da FAP (Mineiro, 2013; Roque, 2013).
- Em conformidade com os critérios e as heurísticas descritas no subcapítulo da *Análise dos dados*.
- Com base no mapa conceptual apresentado no Quadro 1, cujas dimensões e principais indicadores se encontram operacionalizados no Quadro 2. De ressaltar que as dimensões em que foi subdividido o conceito “utilidade percebida” – designadamente, “outras missões de interesse público”, “compromisso internacional” e “defesa militar da república” –, foram adaptadas da legislação (AR 2009a, 2009b, 2009c) e das áreas de missão (CEMFA, 2013).

⁵ Numa primeira abordagem, foi seguido o critério da adolescência (15-24 anos), definido pela Organização das Nações Unidas (WHO, 1986, p. 11; Eisenstein, 2005, p. 6), e que correspondia à franja da população potencialmente candidata a um ingresso na FAP, e, fundamentalmente, aquela que no médio-longo prazo, deveria assumir um papel mais interventivo no panorama nacional. No entanto, e por restrições práticas, a faixa dos 15 aos 17 acabou por ser excluída, porque, segundo as direções das escolas secundárias, os alunos menores de idade só poderiam integrar este tipo de estudos desde que devida e atempadamente autorizados pelos seus encarregados de educação, em documento escrito. Uma condição que, embora não tendo demovido as escolas contactadas, já de si muito lotadas em burocracia, de permitir a realização da presente investigação, afigurou-se demasiadamente morosa e pouco frutuosa perante os requisitos (datas e quantitativos a inquirir) pretendidos. Também por questões de limitações de tempo, associadas à pretensão da aplicação dos questionários ser realizada num registo de face-a-face (porque potencia uma maior riqueza de informação, decorrente de uma mais próxima relação de confiança, entre os respondentes e a autora), a área geográfica escolhida correspondeu ao NUTS II de Lisboa (Unidades Territoriais para fins estatísticos de nível II, Eurostat, s.d.; MCOTA, 2002; PCM, 2008).

Quadro 1 – Mapa conceptual

Pergunta de partida	Perguntas derivadas
<p>PP:De que modo a informação está associada às perceções na sociedade civil portuguesa sobre a missão da FAP?</p>	<p>PD1:Será que as notícias sobre a FAP despertam atenção na sociedade civil?</p>
	<p>PD2:Será que a utilidade percebida na sociedade civil portuguesa em relação à FAP varia consoante o tipo de missão operacional realizado e divulgado?</p>
	<p>PD3:Será que a informação sobre a FAP, que está online, é consultada com alguma continuidade após a sua edição?</p>
	<p>PD4:Será que um efeito cumulativo de informação sobre a FAP é percebido de forma positiva na sociedade civil portuguesa?</p>

Hipóteses	Conceitos	Dimensões	Indicadores	
H1a:A presença de notícias sobre a FAP desperta atenção na sociedade civil.	Despertar atenção	Notícia	Conhecimento Informação	
H1b:O meio de comunicação através do qual as notícias sobre a FAP são transmitidas desperta um nível de interesse diferente na sociedade civil.		Meio de comunicação escrito	Meio de comunicação televisivo	Jornais diários
				Jornais semanários
				Revistas
		Meio de comunicação digital	Telejornais	
			Anúncios publicitários	
			Reportagens	
H2:A utilidade percebida na sociedade civil portuguesa em relação à FAP varia consoante o tipo de missão operacional realizado e divulgado.		Utilidade percebida	Outras missões de interesse público	Busca e salvamento
				Transporte de órgãos
				Colaboração em atividades de proteção civil
	Evacuações aero-médicas			
	Dia da Defesa Nacional			
	Dia de Base aberta à Comunidade			
	Formação técnica			
	Formação cívica			
	Compromisso internacional		Op. de paz no exterior	
			Ajuda humanitária no exterior	
Defesa militar da República	Defesa aérea			
	Apoio à Autoridade Aeronáutica no "policiamento" aéreo			
	H3:A informação sobre a FAP, que está online, é consultada com alguma continuidade após a sua edição.	Continuidade	Online	Site oficial da FAP
				Facebook
Twitter				
Órgãos online				
H4:Um efeito cumulativo de informação sobre a FAP é percebido de forma positiva na sociedade civil portuguesa.	Efeito cumulativo	Notícia	Informação	

Fonte: (Elaborado pela autora)

Quadro 2 – Operacionalização das dimensões/indicadores

Conceito	Dimensão	Indicadores	Operacionalização
Despertar atenção	Notícia		Informação sobre um acontecimento novo e recente, ou um dado diferente respeitante a uma situação já existente.
		Conhecimento	Conjunto de ideias, noções ou saberes relativos a algo (facto, tema, acontecimento, etc.).
		Informação	Conjunto organizado de dados, que se constitui numa mensagem sobre um determinado acontecimento, facto ou fenómeno.
	Meio de comunicação	(Televisivo, escrito e digital)	Instrumento ou tecnologia dos media, utilizado para disseminar informação para uma grande quantidade de recetores, num mesmo espaço de tempo.
Continuidade	Teor da informação		Conteúdo textual de uma notícia, de um escrito.
Efeito cumulativo	Imagem		Processo de construção mental, ou de representação (no pensamento) de uma ideia, adquirida ou criada pelo ser humano.
Utilidade percebida	Missão de interesse público		Ação que contribui para o bem-geral, beneficiando uma grande parte dos membros da sociedade, sem prejuízo de terceiros.
	Prestígio internacional		Reconhecimento de valor associado ao cumprimento de compromissos, obrigações, deveres e/ou promessas firmados com, pelo menos, uma entidade supranacional.
	Soberania nacional		Poder de um Estado para exercer Comando e Controle, sem submissão aos interesses de outro Estado.
		Missão operacional	Desempenho de uma incumbência, dever ou cargo, no âmbito das operações militares ou à componente especificamente militar da estratégia.
		Formação cívica	Conjunto de experiências de vida, métodos e processos de ensino orientados para a aquisição dos sentidos da equidade e responsabilidade, a aprendizagem do respeito e obediência a leis, e a aplicação prática de valores partilhados, com vista a preparar o indivíduo para a cidadania e para uma vivência responsável nos planos moral, social e político (Bento, 2005, p. 251).
	Formação técnica	Conjunto de métodos e processos de ensino orientados para o desempenho de uma profissão, com características específicas.	

Fonte: (Elaborado pela autora)

Apresentação do estudo, análise dos dados e discussão dos resultados

“É um erro crasso teorizar antes de se terem dados. Impercetivelmente, começam-se a distorcer os factos para os adaptar às teorias, em vez de se adaptarem as teorias aos factos.”

Holmes (*In Doyle, s.d.*)

Enquadrado o tema, realizada, em termos de revisão da literatura, uma primeira caracterização da perceção da sociedade civil portuguesa sobre a FAP e aduzido o modelo de pesquisa, *é propósito do presente* capítulo descrever o *método* utilizado, analisar os dados recolhidos e discutir os resultados, a fim de avaliar as H, responder às PD e à PP.

a. Método

Participantes. 106 participantes, maioritariamente do género feminino (65,1%), com idades situadas no intervalo dos 18 aos 23 anos (42,5% com 18 anos; 35,8% com 19; 15,1% com 20; 3,8% com 21; 0,9% com 22 e 1,9% com 23), provenientes da região (NUTS II) de Lisboa (68,9%) e a frequentar o ensino superior nas seguintes áreas/cursos⁶: Tecnologias – licenciatura em Engenharia Mecânica, no Instituto Superior de Engenharia de Lisboa⁷ (n=42≅39,6%); Ciências Sociais e Serviços – mestrado integrado em Psicologia, na Faculdade de Psicologia da Universidade de Lisboa⁸ (n=39≅36,8%); Arquitetura – licenciatura em *Design* (de Moda), na Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa⁹ (n=25≅23,6%).

Procedimento. Os questionários foram distribuídos e respondidos, depois de presencialmente explicados os objetivos da investigação, assegurada a inexistência de respostas corretas/incorrectas, o anonimato e a confidencialidade das respostas individuais, destinadas apenas a análise estatística. A fim de minimizar a eventualidade dos últimos inquiridos terem acesso a alguma nova informação (notícia) sobre a FAP, esta aplicação desenvolveu-se num intervalo de tempo intencionalmente curto (12-20DEZ2013).

Instrumento de medida. Foi aplicado um inquérito por questionário (constituído por oito questões, conforme Tabela I), construído e aperfeiçoado com base em Hill et al. (1999; 2000), Carreiras (2009a; 2009b), Mineiro (2010; 2013) e Roque (2013), e no feedback (de validação) recolhido no estudo de pré-teste efetuado junto de seis pessoas com características similares às da amostra aquilatada.

⁶ Na seleção da amostra de respondentes, foi delimitado um grupo potencialmente representativo da diversidade presente na sociedade mais alargada. Alicerçado na heurística (i.e., “atalho mental, que permite resolver problemas, efetuar decisões de forma rápida e eficiente [...], e encurtar o tempo despendido no processo de tomada de decisão, Cherry, 2014) da diversidade de área/curso frequentados. Em concreto: Engenharia, porque frequentemente associada às “ciências exatas” e a uma forte componente de raciocínio matemático, lógico, etc.; Psicologia, porque habitualmente ligada a uma componente mais relacional e virada para o outro; *Design* (de Moda), porque comumente relacionado com uma componente de pensamento criativo, fortemente vanguardista, etc..

⁷ ISEL.

⁸ FPUL.

⁹ FAUL.

Tabela I – Questões elencadas no questionário

Questão		Tipo de resposta
Q1. Qual considera ser o seu grau de conhecimento sobre a FAP? ¹		<i>Rating scale</i> em 11 pontos (0 = Extremamente baixo; 10 = Extremamente elevado)
Q2. Quando os meios de comunicação (revistas, jornais, rádio, televisão, internet) falam de assuntos relacionados com a FAP, com que atenção segue esse tipo de informação?		<i>Rating scale</i> em 11 pontos (0 = Nenhuma atenção; 10 = Muitíssima atenção)
Q3. Qual o interesse que lhe despertam as notícias sobre a FAP, apresentadas nos seguintes meios de comunicação?	Jornais diários; Jornais semanários; Revistas; Telejornais; Anúncios publicitários; Grandes reportagens; Site oficial da FAP; <i>Facebook</i> ; <i>Twitter</i> .	<i>Rating scale</i> em 11 pontos (0 = Nenhum interesse; 10 = Muitíssimo interesse)
Q4. Vou apresentar-lhe uma lista de missões operacionais realizadas pela FAP. Gostaria que me dissesse, para cada uma delas, qual considera ser a sua utilidade para Portugal?	Busca e salvamento; Transporte de órgãos; Colaboração em atividades de proteção civil; Evacuações aero-médicas; Dia da Defesa Nacional; Dia de Base aberta à Comunidade; Formação técnica; Formação cívica; Operações de paz no exterior; Ajuda humanitária no exterior; Defesa aérea; Apoio à Autoridade Aeronáutica no “policimento” aéreo.	<i>Rating scale</i> em 11 pontos (0 = Nenhuma utilidade; 10 = Muitíssima utilidade)
Q5. Quando acede à <i>internet</i> , escolhe a informação que lê com base:	Na data em que foi editada?; No impacto do título/ conteúdo?	<i>Rating scale</i> em 11 pontos (0 = Discorda totalmente; 10 = Concorda totalmente)
Q6. Quando é confrontado com uma notícia sobre mais uma missão acabada de realizar pelos militares da FAP, tende a pensar:	“Mais uns que apenas cumpriram com o seu dever”?; “A Força Aérea Portuguesa é uma mais-valia para Portugal”?	Escolher uma das opções de resposta

¹ A inclusão desta questão ancora na heurística de que uma diferente base de conhecimento intergrupo é uma medida da sua heterogeneidade, à semelhança da heterogeneidade observada na sociedade civil mais alargada.

² Duas notícias sobre a FAP, com uma conotação positiva (“Avião F16 caça avioneta suspeita”, Marques, 2009) e negativa (“Militares cumprem missão em resort de Cabo Verde, JN, 2012), conforme a análise de conteúdo consensual de dois avaliadores/juízes (Mineiro, 2013; Roque, 2013). Para investigar a eventual presença de uma espécie de efeito de ordem (Stratton et al., 1993, p. 78) – em consequência da posição em que estas duas notícias eram apresentadas –, foram criadas duas versões do mesmo questionário, apenas diferindo na sequência da leitura das duas notícias, mediante apresentação invertida, ou trocada, das alíneas a) e b) a metade da amostra.

Tabela I – Questões elencadas no questionário (Continuação).

Questão		Tipo de resposta
Q7. Qual a sua opinião sobre a importância da FAP para Portugal		Rating scale em 11 pontos (0 = Nenhuma atenção; 10 = Muitíssima atenção)
Q8. Tendo por base a resposta que deu na Q7), indique agora a sua opinião sobre a importância FAP para a Portugal, depois de ler a notícia: ²	a. “Militares cumprem missão em resort de Cabo Verde”? b. “Avião F16 caça avioneta suspeita”?	Rating scale em 11 pontos (0 = Nenhuma importância; 10 = Muitíssima importância)

Fonte: (Elaborado pela autora)

b. Análise dos dados

Foram realizados testes *t-student* e análises de variância (ANOVA), acompanhadas por testes de Levene e testes *Post Hoc*, correlações *r* de Pearson, estimativas de médias¹⁰, desvios-padrão, mínimos e máximos, com recurso ao *software* para as Ciências Sociais SPSS 21.0.

A fim de confirmar/infirmar as hipóteses, foi definido um conjunto de critérios e heurísticas para a sua validação/aceitação, a saber:

- (1) **Critério Kappa**, conforme o já realizado por Ramalho (2013, pp. Ap B-2; Ap B-3), e definido pela “observação de um valor igual ou superior a 80% de respostas iguais à mesma questão.[...] Na avaliação da concordância, [um valor $\geq 0,80$] é excelente.”;
- (2) **Heurísticas** de “respostas iguais” refletida na contabilização do número de participantes que na:
 - (a) H1a e H1b, associadas respetivamente às Q2 e Q3, responderam um valor diferente de zero em, pelo menos, um dos nove meios de comunicação, indiciando um mínimo de despertar da atenção;
 - (b) H2, associada à Q4, responderam um valor diferente de zero em, pelo menos, uma das 12 missões operacionais, e às Q7 e Q8, responderam um valor diferente de zero, indiciando um mínimo de utilidade percebida;
 - (c) H3, associada à Q5, escolheram o “Impacto do título/conteúdo” em detrimento da “Data em que a notícia foi editada”;
 - (d) H4, associada à Q6, escolheram “A FAP é uma mais-valia para Portugal”, em detrimento de “Mais uns que apenas cumpriram com o seu dever.”

Despertar atenção. Conceito estudado depois de estabelecido o *Grau de conhecimento dos respondentes sobre a FAP* (Q1), através das Q2 e Q3.

Q1: Grau de conhecimento dos respondentes sobre a FAP. Foram observadas diferenças estatisticamente significativas (Tabela II) entre as médias dos alunos

¹⁰ A interpretação das médias, alicerçada, em parte, no valorado por Carreiras (2009a; 2009b), segue a seguinte classificação:]0,3[, fraca;]3,6[, moderada;]6,8[, elevada e]8,10[, muito elevada.

de Engenharia e de Psicologia *versus* os de *Design* ($t=7,267, p<0,05$), a saber [($M_{Eng.}=4,10; DP=1,665$), ($M_{Psicologia}=3,03; DP=2,277$) e ($M_{Design}=2,24; DP=2,006$)], que, à luz do nível de concordância de 85,8% e da heurística definida, robusteceu os dados abaixo advindos, aquando da verificação das hipóteses.

Tabela II – Dados estatísticos relativos ao Grau de conhecimento sobre a FAP e à Atenção prestada a informação sobre a FAP, em função da área de curso.

Variável	Grupo	n	M	DP	Mínimo	Máximo	ANOVA		Post Hoc (*)	Homocedasticidade	
							F	p		Levene	p
Grau de conhecimento sobre a FAP	Eng. ^a	42	4,10	1,665	1	7	7,267	0,001(***)	Eng. ^a > Design $p = 0,001$ (***)	0,930	0,398(**)
	Design	25	2,24	2,006	0	8					
	Psicologia	39	3,03	2,277	0	8					
	Total	106	3,26	2,104	0	8					
Atenção prestada a informação sobre a FAP	Eng. ^a	42	4,64	2,093	0	8	3,342	0,039(***)	Eng. ^a > Design $p = 0,049$ (***)	1,118	0,331(**)
	Design	25	3,40	1,780	0	6					
	Psicologia	39	3,74	2,233	0	7					
	Total	106	4,02	2,125	0	8					

(*) Teste Tukey HSD (*honestly significant difference*) em caso de homocedasticidade.

(**) O teste de Levene não é significativo ($p > 0,05$), de onde se conclui existir homocedasticidade.

(***) A diferença das médias é significativa ($p \leq 0,05$).

Fonte: (Elaborado pela autora)

Q2: *Atenção prestada a informação sobre a FAP.* Foram observadas diferenças estatisticamente significativas (Tabela II) entre as médias dos alunos de Engenharia e de *Design* ($t=3,342, p<0,05$), com os primeiros a registar valores médios superiores face aos restantes: [($M_{Eng.}=4,64; DP=2,093$) e ($M_{Design}=3,40; DP=1,780$)].

Avaliação da hipótese. Os dados obtidos **validam** (95,3% de concordância) e **confirmam** a **H1a**: A presença de notícias sobre a Força Aérea desperta atenção na sociedade civil, sendo esta atenção despertada ($3,40 \leq M \leq 4,64$) de nível moderado.

Q3: *Atenção despertada pela notícia em função do meio de comunicação utilizado.* O meio de comunicação que, embora num nível moderado, estimulou maior interesse (Tabela III) foi o televisivo, designadamente as *Grandes reportagens* ($M=4,95; DP=2,796$) e os *Telejornais* ($M=4,49; DP=2,572$). De entre o meio de comunicação escrito (Tabela III), com valores médios de nível fraco, esta eleição foi para os *Jornais diários* ($M=2,70; DP=2,187$), e de entre os três meios digitais, para o *Facebook* ($M=2,32; DP=2,332$).

Tabela III – Dados estatísticos relativos ao interesse (atenção) despertado por diferentes meios de comunicação.

	M	DP	F1	F2
Grandes reportagens	4,95	2,796	0,842	
Telejornais	4,49	2,572	0,919	
Anúncios publicitários	3,25	2,555	0,539	0,584
Revistas	2,77	2,331	0,729	
Jornais diários	2,70	2,187	0,704	
Jornais semanários	2,37	2,099	0,636	
Facebook	2,32	2,332		0,814
Site oficial FAP	1,81	2,136		0,878
Twitter	1,34	2,013		0,897

Fonte: (Elaborado pela autora)

Com vista a averiguar a existência de comunalidades entre estes nove meios de comunicação, foi realizada uma análise fatorial exploratória (AFE), viabilizada pelo coeficiente Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de 0,791 e um $\chi^2(36)=818,690, p<0,0001$ para o teste de Esfericidade de Bartlett. Mediante o método de extração de componentes principais (ACP) e rotação *Varimax*, a AFE reproduziu uma solução com 2-Fatores, que explicou 74,856% da variância total (F1=38,454%; F2=36,402%), a saber (Tabela III): F1, doravante designado por “Meio de informação televisivo e escrito”¹¹, que compreendeu *Jornais diários*, *Jornais semanários*, *Revistas*, *Telejornais* e *Grandes reportagens*; e F2, doravante identificado por “Meio de informação digital”, que incluiu *Site oficial da FAP*, *Facebook* e *Twitter*. Os *Anúncios publicitários* apresentaram *factor loadings* muito similares nos dois fatores (assinalados a itálico na Tabela III), o que conduziu à sua retirada.

F1 (Tabela IV) foi o único que registou uma diferença estatisticamente significativa de médias ($F=4,010, p<0,05$) entre os alunos de Engenharia e de Design [($M_{Eng.}=4,11; DP=1,817$); ($M_{Design}=2,88; DP=1,993$)].

Tabela IV – Dados estatísticos relativos ao interesse (atenção) despertado pelo Tipo de meio de comunicação.

Fator	Grupo	n	M	DP	Mínimo	Máximo	ANOVA		Post Hoc (*)	Homocedasticidade	
							F	p		Levene	p
F1	Eng. ^a	42	4,114	1,817	0	9,0	4,010	0,021(**)	Eng. ^a > Design p = 0,014 (**)	1,168	0,315(****)
	Design	25	2,880	1,993	0	6,0					
	Psicologia	39	3,118	2,095	0	6,0					
	Total	106	3,457	2,020	0	9,0					
F2	Eng. ^a	42	2,135	1,841	0	8,2	1,227	0,297(***)	Eng. ^a > Psicologia p = 0,025 (**)	1,171	0,314(****)
	Design	25	1,353	1,721	0	6,0					
	Psicologia	39	1,889	2,259	0	7,4					
	Total	106	1,860	1,984	0	8,2					

(*) Teste Tukey HSD (*honestly significant difference*) em caso de homocedasticidade.

(**) A diferença das médias é significativa ($p \leq 0,05$).

(***) A diferença das médias não é significativa ($p > 0,05$).

(****) O teste de Levene não é significativo ($p > 0,05$), de onde se conclui existir homocedasticidade.

Fonte: (Elaborado pela autora)

¹¹ Designações convencionadas pela autora para efeitos deste estudo, tendo por base a análise de conteúdo dos indicadores que compõem os fatores.

Conforme ilustrado na Tabela V, este maior interesse despertado pelo Meio de informação televisivo e escrito (F1:M=3,46;DP=2,020) face ao Digital (F2:M=1,86;DP=1,984) – respetivamente, nível moderado versus fraco – revelou-se estatisticamente significativo ($t=9,100, p<0,0001$).

Tabela V – Dados estatísticos (para amostras emparelhadas) relativos ao Meio de comunicação.

Emparelhamento	n	M	DP	Teste <i>t-student</i> (*)	
				t	p
Par F1 e F2	106	3,46	2,020	9,100	0,000(**)
		1,86	1,984		

(*) 105 g.l.

(**) A diferença das médias é significativa ($p \leq 0,05$).

(Fonte: Elaborado pela autora)

Avaliação da hipótese. Os dados obtidos **validam** (95,3% de concordância) e **confirmam a H1b**: O meio de comunicação através do qual as notícias sobre a FAP são transmitidas desperta um nível de interesse diferente na sociedade civil, sendo esta atenção despertada de nível moderado para o *Meio de informação televisivo e escrito* (com exceção dos alunos de *Design*, $M=2,88$) e fraco para o *Meio de informação digital* ($1,35 \leq M \leq 2,14$).

Avaliação da pergunta derivada. Com base na análise efetuada, validação e confirmação das duas hipóteses equacionadas, conclui-se, em resposta à **PD1**: *Será que as notícias sobre a FAP despertam atenção na sociedade civil?* –, que as notícias sobre a FAP e o meio de comunicação utilizado para a sua divulgação, despertam uma diferente atenção (de nível moderado e fraco) junto dos três grupos estudados ($n=106$). O meio de informação que, embora sem subir do nível moderado, despertou maior atenção foi o fator televisivo e escrito (por ordem decrescente: *Grandes reportagens, Telejornais, Revistas, Jornais diários e semanários*) em detrimento do digital (por ordem decrescente: *Facebook, Site oficial da FAP e Twitter*).

Utilidade percebida. Concenção estudado através das Q7 e Q8, e Q4.

Q7/Q8: *Importância percebida da FAP para Portugal – nível baseline (Q7) e teor/conotação da notícia (Q8)*. Na fase *baseline*¹² (Tabela VI), a importância percebida pelos respondentes foi de nível elevado ($M=7,66; DP=1,718$), com os valores médios dos três grupos de alunos – estatisticamente não diferentes ($F=1,831, p>0,05$) – a variarem entre o “muito elevado” ($M_{Design}=8,20$) e “elevado” ($M_{Engenharia}=7,38$).

¹² A fase *baseline* corresponde à resposta dada no primeiro e “neutro” momento, por oposição às decorrentes do pedido de uma resposta após a leitura de duas notícias.

Tabela VI – Dados estatísticos relativos à Importância percebida da FAP para Portugal.

Variável	Grupo	n	M	DP	Mínimo	Máximo	ANOVA		Homocedasticidade	
							F	p	Levene	p
<i>Baseline</i>	Eng. ^a	42	7,38	1,529	2	10	1,831	0,165(**)	0,930	0,413(*)
	<i>Design</i>	25	8,20	1,607	5	10				
	Psicologia	39	7,62	1,928	2	10				
	Total	106	7,66	1,718	2	10				
Positiva	Eng. ^a	42	6,98	1,880	0	10	2,330	0,102(**)	1,118	0,829(*)
	<i>Design</i>	25	7,92	1,681	4	10				
	Psicologia	39	7,64	1,980	1	10				
	Total	106	7,44	1,898	0	10				
1. notícia Negativa	Eng. ^a	42	6,17	2,470	0	10	0,035	0,965(**)	1,118	0,856(*)
	<i>Design</i>	25	6,00	2,533	1	10				
	Psicologia	39	6,08	2,599	0	10				
	Total	106	6,09	2,513	0	10				

(*) O teste de Levene não é significativo ($p > 0,05$), de onde se conclui existir homocedasticidade.

(**) A diferença das médias não é significativa ($p > 0,05$).

(Fonte: Elaborado pela autora)

Comparando as fases *baseline* e pós-apresentação da notícia (Tabela VI), observa-se uma diminuição na maior parte dos valores médios. Diminuição esta que, conquanto não descer do nível “elevado” (Tabela VII), é considerada estatisticamente significativa no: Par2($F=7,045, p<0,001$), *baseline* ($M=7,66; DP=1,718$) versus Not.Negat. ($M=6,09; DP=2,513$); Par3($F=5,725, p<0,0001$), Not.Posit. ($M=7,44; DP=1,898$) versus Not.Negat..

Tabela VII – Dados estatísticos (para amostras emparelhadas) relativos à Importância percebida para Portugal da FAP, em função da ordem de apresentação da notícia.

Emparelhamentos	n	M	DP	Teste <i>t-student</i> (*)	
				t	p
Par1: <i>Baseline e</i>	106	7,66	1,718	1,471	0,144(**)
Not.Positiva		7,44	1,898		
Par2: <i>Baseline e</i>	106	7,66	1,718	7,045	0,000(***)
Not.Negativa		6,09	2,513		
Par3: Not.Positiva e	106	7,44	1,898	5,725	0,000(***)
Not.Negativa		6,09	2,513		

(*) 105 g.l.

(**) A diferença das médias não é significativa ($p > 0,05$).

(***) A diferença das médias é significativa ($p \leq 0,05$).

(Fonte: Elaborado pela autora)

Impacto da ordem de apresentação das notícias (positiva e negativa). A avaliação de um eventual efeito de ordem foi realizada com recurso ao teste *t-student*, mediante comparação da classificação atribuída à Not.Posit.(Q8a) entre o grupo que a leu em primeiro lugar (Gr.Positivo-Negativo) e o que a leu em segundo lugar (Gr.Negativo-Positivo). Procedimento idêntico foi realizado com a Not.Negat.(Q8b). Nestas análises (Tabela VIII) não foram encontradas diferenças estatisticamente significativas entre os valores médios dos dois grupos [($t_{Q8a}=0,210, p>0,05$); ($t_{Q8b}=-0,161, p>0,05$)]. Por outras palavras, a avaliação atribuída a cada uma das duas notícias, revelou-se independente da sua ordem de apresentação.

Tabela VIII – Dados estatísticos relativos à Importância percebida para Portugal da FAP, em função da ordem de apresentação da notícia.

Variável	Grupo	n	M	DP	Teste <i>t-student</i> (*)		Homocedasticidade	
					t	p	Levene	p
Q8a_Not.Positiva	Gr.Positivo-Negativo	54	7,48	1,861	0,210	0,834(**)	0,751	0,388(***)
	Gr.Negativo-Positivo	52	7,40	1,953				
Q8b_Not.Negativa	Gr.Positivo-Negativo	54	6,06	2,702	-0,161	0,872(**)	1,553	0,215 (***)
	Gr.Negativo-Positivo	52	6,13	2,327				

(*) 104 g.l.

(**) A diferença das médias não é significativa ($p > 0,05$).

(***) O teste de Levene não é significativo ($p > 0,05$), de onde se conclui existir homocedasticidade.

(Fonte: Elaborado pela autora)

Q4: Interesse percebido para Portugal das diferentes missões operacionais realizadas pela FAP. Dez das 12 missões operacionais realizadas pela FAP foram, em termos médios, percebidas pelos 106 respondentes como de “elevada” e “muito elevada” utilidade para Portugal, recaindo as exceções (entendidas como de utilidade moderada), para os *Dias de Base aberta à comunidade e da DN*. Em termos das três dimensões (Quadro 1), *Outras missões de interesse público*, especificamente *Busca e salvamento* (M=8,93;DP=1,311), foi a que registou uma média mais elevada (Tabela IX), seguida pelo *Compromisso internacional* (com maior expressão para a *Aj.Human.Ext.*, M=8,50;DP=1,675) e *Defesa militar da República* (designadamente, *Defesa Aérea*, M=7,41;DP=2,559).

Tabela IX – Dados estatísticos relativos à utilidade percebida nas diferentes missões operacionais.

	M	DP	F1	F2
Busca e salvamento	8,93	1,311	0,780	
Transporte de órgãos	8,60	1,870	0,886	
Ajuda humanitária no exterior	8,50	1,675	0,712	
Evacuações aero-médicas	8,11	1,977	0,692	
Colaboração em actividades de protecção civil	8,09	1,969	0,681	
Operações de paz no exterior	7,90	2,192	0,565	
Defesa aérea	7,41	2,559		0,658
Apoio à Autoridade Aeronáutica no “policimento” aéreo	7,17	2,513		0,694
Formação técnica	6,73	2,167		0,826
Formação cívica	6,65	2,191		0,860
Dia de Base aberta à Comunidade	5,28	2,491		0,841
Dia da Defesa Nacional	4,88	2,838		0,825

(Fonte: Elaborado pela autora)

As formações *Técnica e Cívica* (Tabela IX), foram, de entre as *missões de interesse público* percebidas como de utilidade elevada [($M_{F1}=6,73$; $DP=2,167$); ($M_{FC}=6,65$; $DP=2,191$)], as que se situaram no extremo inferior deste intervalo.

Para estudar a presença de comunalidades entre estas 12 missões, foi realizada uma AFE, viabilizada pelo coeficiente $KMO=0,784$ e o valor $\chi^2(66)=883,605$, $p<0,0001$ para o teste de Esfericidade de Bartlett. Mediante o método de ACP e rotação *Varimax*, a AFE reproduziu uma solução com 2-Fatores, que explicou 64,059% da variância total ($F1=34,539\%$; $F2=29,520\%$), são eles (Tabela IX): F1, doravante nomeado por “Missões operacionais imediatas”¹³, que compreendeu: *Busca e salvamento, Transporte de órgãos, Colaboração com proteção civil, Evacuações aero-médicas, Operações de paz e de Ajuda humanitária no exterior*; e F2, doravante denominado por “Missões operacionais não-imediatas”, que incluiu: *Dias da DN e de Base aberta, Formação técnica e cívica, Defesa e “Policimento” aéreo*.

Nestes dois fatores, não foram encontradas diferenças estatisticamente significativas entre os valores médios obtidos em cada um dos três grupos (Tabela X).

¹³ Designações convencionadas pela autora para efeitos deste estudo, com base na análise de conteúdo dos indicadores que compõem os fatores.

Tabela X – Dados estatísticos relativos ao Tipo de missão operacional.

Fator	Grupo	n	M	DP	Mínimo	Máximo	ANOVA		Homocedasticidade	
							F	p	Levene	p
F1	Eng. ^a	42	8,112	1,238	5,33	10	1,273	0,284(*)	1,409	0,249(**)
	Design	25	8,417	1,480	5,00	10				
	Psicologia	39	8,590	1,238	5,00	10				
	Total	106	8,360	1,366	5,00	10				
F2	Eng. ^a	42	6,766	1,650	2,33	10	1,564	0,214(*)	2,816	0,064(**)
	Design	25	6,160	2,060	2,67	9,50				
	Psicologia	39	6,030	2,219	1	9,67				
	Total	106	6,352	1,982	1	10				

(*) A diferença das médias não é significativa ($p > 0,05$).

(**) O teste de Levene não é significativo ($p > 0,05$), de onde se conclui existir homocedasticidade.

(Fonte: Elaborado pela autora)

Em termos de análise intraindividual (Tabela XI), revelou-se estatisticamente significativa a maior utilidade percebida da(s):

- Missões operacionais imediatas (M=8,36; DP=1,366) face às *não-imediatas* (M=6,35; DP=1,982) ($t_{\text{Par1}}=11,466, p<0,0001$);
- Missões operacionais imediatas (M=8,36; DP=1,366) face à avaliação *Baseline* (M=7,66; DP=1,718) ($t_{\text{Par2}}=-4,308, p<0,0001$);
- Avaliação *Baseline* (M=7,66; DP=1,718) face às Missões operacionais *não-imediatas* (F2:M=6,35; DP=1,982) ($t_{\text{Par3}}=9,127, p<0,0001$).

Tabela XI – Dados estatísticos (para amostras emparelhadas) relativos ao Tipo de missão operacional.

Emparelhamento	n	M	DP	Teste <i>t-student</i> (*)	
				t	p
Par1 F1 e	106	8,36	1,366	11,466	0,000(**)
F2		6,35	1,982		
Par2 <i>Baseline</i> e	106	7,66	1,718	-4,308	0,000(**)
F1		8,36	1,366		
Par3 <i>Baseline</i> e	106	7,66	1,718	9,127	0,000(**)
F2		6,35	1,982		

(*) 105 g.l.

(**) A diferença das médias é significativa ($p \leq 0,05$).

(Fonte: Elaborado pela autora)

Avaliação da hipótese. Os dados obtidos **validam** (100% de concordância) e **confirmam a H2**: A utilidade percebida na sociedade civil portuguesa em relação à FAP, varia consoante o tipo de missão operacional realizado e divulgado, desde “muito elevada” (*Missões operacionais imediatas*) a “elevada” (fase *baseline* e *Missões operacionais não-imediatas*), ou a “moderada”, considerando as missões *per se* (M_{Bas} Aberta=5,28; M_{DN} =4,88).

Avaliação da pergunta derivada. Com base na análise efetuada, validação e confirmação hipótese aventada, conclui-se, em resposta à **PD2**: Será que a utilidade percebida na sociedade civil portuguesa em relação à FAP, varia consoante o tipo de missão operacional realizado e divulgado? –, que para os 106 respondentes, a FAP é percebida como uma instituição de utilidade para Portugal. Uma apreciação que, em média, variou consoante a missão operacional divulgada, entre “muito elevada” – caso das missões imediatas desenvolvidas no contexto nacional (*Busca e salvamento, Transporte de órgãos*, entre outras) e internacional (*Ajuda humanitária no exterior*, entre outras) –, e “moderada”, no tocante às missões não-imediatas. De entre as seis missões agrupadas no fator não-imediatas, a maior média foi para a *Defesa aérea e o Apoio à Autoridade Aeronáutica no “policimento” aéreo*.

De notar que a utilidade percebida nunca desceu do nível elevado, pese embora: a notícia positiva e a notícia negativa fossem sentidas como tal; uma certa oscilação entre os valores médios registados nos momentos “zero” (*baseline*) e “um” (em que a apresentação da notícia negativa surtiu um ligeiro decréscimo nos valores médios).

- **Continuidade.** Estudado através da Q5.

Q5: *Significância da data de edição da notícia versus do impacto do título/conteúdo para a escolha da sua leitura.* O impacto do título/conteúdo (M_{Total} =7,81; DP=1,651) relativamente à data de edição (M_{Total} =4,98; DP=2,760), foi a razão mais escolhida pelos respondentes aquando da sua decisão de ler, ou não, uma dada notícia online (Tabela XII).

Tabela XII – Dados estatísticos relativos à *Escolha da informação*, em função do curso.

Variável	Grupo	n	M	DP	Mínimo	Máximo	ANOVA		Brown-Forsythe (**)		Homocedasticidade	
							F	p	F	p	Levene	p
Data de edição	Eng. ^a	42	5,36	2,162	0	10	2,025	0,137(*)	82,822	0,146	3,918	0,023
	Design	25	5,44	2,844	0	10						
	Psicologia	39	4,28	3,178	0	10						
	Total	106	4,98	2,760	0	10						
Impacto do título	Eng. ^a	42	7,52	1,502	5	10	1,068	0,347(*)		0,037	0,964	(****)
	Design	25	7,96	1,645	5	10						
	Psicologia	39	8,03	1,799	1	10						
	Total	106	7,81	1,651	1	10						

(*) A diferença das médias não é significativa ($p > 0,05$).

(**) Por se ter verificado heterocedasticidade, foi calculado o teste Brown-Forsythe.

(***) O teste de Brown-Forsythe não é significativo, ($p > 0,05$), de onde se conclui existir homocedasticidade.

(****) O teste de Levene é significativo ($p \leq 0,05$), de onde se conclui existir heterocedasticidade.

(*****) O teste de Levene não é significativo ($p > 0,05$), de onde se conclui existir homocedasticidade.

(Fonte: Elaborado pela autora)

Uma preferência, pelo Impacto em detrimento da Data (Tabela XIII), que se revelou estatisticamente significativa ($t=-9,622, p<0,0001$).

Tabela XIII – Dados estatísticos (para amostras emparelhadas) relativos à Escolha da informação.

Emparelhamento	n	M	DP	Teste <i>t-student</i> (*)	
				t	p
Par Data de edição e Impacto título/conteúdo	106	4,98	2,760	-9,622	0,000(**)
		7,81	1,651		

(*) 105 g.l.

(**) A diferença das médias é significativa ($\leq 0,05$).

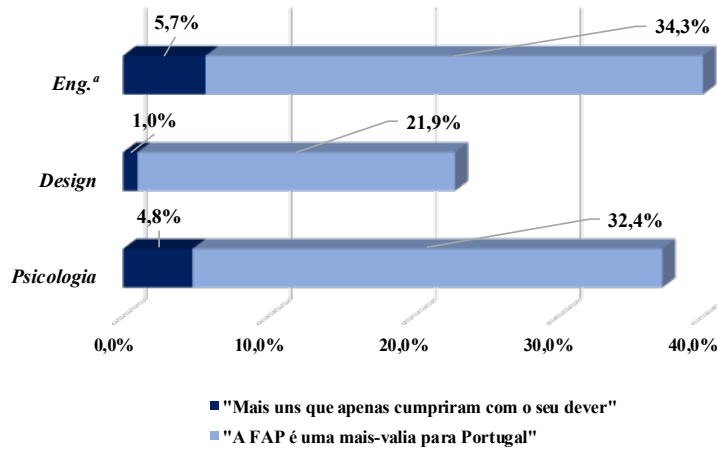
(Fonte: Elaborado pela autora)

Avaliação da hipótese. Considerando que 76,4% dos participantes elegeram o “impacto do título/conteúdo” (7,6% responderam “data da edição” e 16% ambas as razões), e que este valor não cumpre o critério estabelecido de 80% de concordância para aceitação das hipóteses, não se aceita nem se rejeita a hipótese – não sendo possível validar a H3. Conclui-se então que, apesar da média “elevada” do *Impacto* ($M=7,81$) face à média “moderada” da *Data* ($M=4,98$), não se pode afirmar que a informação *online* sobre a FAP é consultada com alguma continuidade após a sua edição consoante o impacto do título/conteúdo. Ou, por outras palavras, não é possível confirmar um dos grandes apanágios da informação disponibilizada *online*, de que estando acessível, é acedida de forma continuada no tempo.

- **Efeito cumulativo. Estudado através da Q6.**

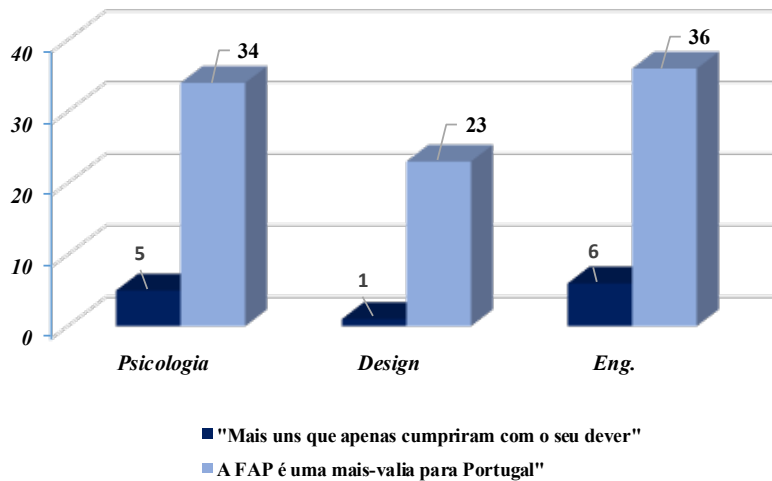
Q6: *Tipo de pensamento perante uma nova notícia sobre mais uma missão realizada pela FAP.* Em conformidade com a heurística que lhe serviu de suporte, a maioria dos respondentes – 88,6% dos 106 participantes (Gráfico 1), ou, numa análise intragrupal (Gráfico 2): 95,8% dos alunos de *Design*, 87,2% dos de *Psicologia* e 85,7% dos de *Engenharia* –, quando confrontados com uma nova notícia sobre mais uma missão acabada de realizar pelos militares da FAP, sentem/pensam que *A FAP é uma mais-valia para Portugal em detrimento de Mais uns que apenas cumpriram com o seu dever.*

Gráfico 1 – Efeito cumulativo (contagem de frequências, em percentagens, intragrupo)



(Fonte: Elaborado pela autora)

Gráfico 2 – Efeito cumulativo (contagem de frequências intergrupos)



(Fonte: Elaborado pela autora)

Avaliação da hipótese. Os dados obtidos **validam** (88,6% de concordância) e **confirmam** a **H4**: Um efeito cumulativo de informação sobre a FAP é percebido de forma positiva na sociedade civil portuguesa.

Avaliação da pergunta derivada. Com base na análise efetuada, validação e confirmação da hipótese levantada, conclui-se, em resposta à **PD4: Será que um efeito cumulativo de informação sobre a FAP é percebido de forma positiva na sociedade civil portuguesa?** –, que, para a grande parte da franja da sociedade inquirida, a frequente, ou sucessiva, apresentação de notícias sobre mais uma missão acabada de realizar pelos militares da FAP, é percebida como uma nova demonstração do papel de mais-valia deste ramo das FFAA para Portugal. O que, visto por um outro prisma, reflete a forma positiva como a generalidade dos respondentes percecionou o efeito cumulativo da divulgação de novas notícias sobre missões operacionais acabadas de realizar pela FAP.

Análise integrada. A análise integrada dos dados recolhidos baseou-se, fundamentalmente, no estudo de correlações r de Pearson, tendo sido encontradas 37 correlações significativas ($\alpha=0,01$ e $\alpha=0,05$), de nível “forte” a “moderado”, entre as quais se salientam:

- Despertar a atenção, medido por Q2, e: meios de comunicação televisivo e escrito ($Q_{3F1}:r=0,708,p<0,0001$) e digital ($Q_{3F2}:r=0,401,p<0,0001$); missões operacionais não-imediatas ($Q_{4F2}:r=0,382,p<0,0001$); e grau de conhecimento sobre a FAP ($Q_1:r=0,365,p<0,0001$);
- Utilidade percebida, medida por Q7, e: meio de comunicação televisivo e escrito ($Q_{3F1}:r=0,382,p<0,01$); missões operacionais imediatas ($Q_{4F1}:r=0,431,p<0,0001$) e não-imediatas ($Q_{4F2}:r=0,690,p<0,0001$); e sentimento de que a FAP é uma mais-valia para Portugal perante uma notícia sobre mais uma missão realizada ($Q_6:r=0,363,p<0,0001$);
- Efeito cumulativo, medido por Q6, e missões não-imediatas ($Q_{4F2}:r=0,302,p<0,01$).

c. Discussão dos resultados

A discussão dos resultados está organizada em conformidade com as quatro PD, e correspondentes conceitos (assinalados abaixo, nas PD, com sublinhado) – tendo por base a análise dos dados recolhidos na presente investigação, as heurísticas e critérios definidos, a heterogeneidade dos três grupos, operacionalizada na heurística do *Grau de conhecimento sobre a FAP* (classificado entre “fraco” e “moderado”; $2,24 \leq M_{Q1} \leq 4,10$), complementada, sempre que possível, pelo estudo comparativo entre estes dados e os provindos de outras investigações – e, no final, com a resposta à PP.

PD1: Será que as notícias sobre a Força Aérea despertam atenção na sociedade civil? Foram registadas diferenças estatisticamente significativas nos valores médios da *Atenção prestada a informação sobre a FAP* (Q2), concluindo-se que na franja da sociedade civil estudada, as notícias sobre a FAP despertaram um nível moderado de atenção ($3,40 \leq M_{Q2} \leq 4,64$).

Este nível moderado de atenção despertada revelou-se também diferente consoante o *Meio de comunicação utilizado* (Q3). De entre os nove meios analisados, aquele que, em média, foi escolhido como suscitando maior interesse foi o *Televisivo*, sobretudo as *Grandes reportagens*

($M=4,95; DP=2,796$) e os *Telejornais* ($M=4,49; DP=2,572$). Em segundo lugar, surgiu o meio de comunicação *Escrito* – essencialmente as *Revistas* ($M=2,77; DP=2,331$) e os *Jornais diários* ($M=2,70; DP=2,187$) – e, por último, o *Digital*, com primazia para o *Facebook* ($M=2,32; DP=2,332$).

Da AFE realizada, surgiu uma solução com 2-Fatores: F1, “Meio de informação televisivo e escrito”, que compreendeu *Jornais diários*, *Jornais semanários*, *Revistas*, *Telejornais* e *Grandes reportagens*; e F2, “Meio informação digital”, que incluiu *Site oficial da FAP*, *Facebook* e *Twitter*. F1 foi o único fator que registou diferenças estatisticamente significativas entre as médias de alguns alunos, e aquele que, em média, despertou maior atenção [F1($M=3,46; DP=2,020$); F2($M=1,86; DP=1,984$)].

Comparativamente com os dados providos de outras investigações, os valores médios aqui registados, face aos de Carreiras (2009, p. 5), apresentam-se igualmente “moderados” em Q1($M_{TII}=3,26$ versus $M_{Carreiras}=3,80$), Q2($M_{TII}=4,02$ versus $M_{Carreiras}=5,11$) e Q3_{F1}($M_{TII}=3,46$ versus $M_{Carreiras}=5,11$). De forma diferente comportou-se Q3_{F2}($M_{TII}=1,86$), aqui situada no nível “fraco”. Ao encontro de Mineiro (2010, pp. 20-21; 2014) surgiu o facto do *Facebook* e do *Twitter*, de entre os meios de informação digital, se terem situado, ainda que no nível “fraco” de interesse despertado, respetivamente, no extremo superior e inferior deste intervalo.

PD2: Será que a utilidade percebida na sociedade civil portuguesa em relação à FAP, varia consoante o tipo de missão operacional realizado e divulgado? Na fase “neutra” de *baseline* (Q7), foi com unanimidade que os 106 respondentes consideraram que a FAP tem uma muito positiva (“elevada” e “muito elevada”) importância para Portugal ($7,38 \leq M_{Q7} \leq 8,20$). Um ponto de comunhão igualmente presente quando confrontados com duas notícias de diferente conotação, a saber: positiva, “Avião F16 caça avioneta suspeita” ($6,98 \leq M_{Q8} \leq 7,92$); negativa, “Miliões cumprem missão em resort de Cabo Verde” ($6,00 \leq M_{Q8} \leq 6,17$). Se a ordem com que as notícias (positiva e negativa) foram apresentadas não se revelou como um fator com impacto significativo sobre a utilidade percebida (i.e., a notícia positiva, foi sempre avaliada como tal, independentemente de ter sido apresentada em primeiro lugar, ou após a negativa; e vice-versa para a negativa), o mesmo não se verificou com as diferentes conotações. Assim, e apesar das três médias se situarem no nível “elevado”, o impacto da notícia negativa ($M=6,09; DP=2,513$) revelou-se significativamente inferior ao da fase *baseline* ($M=7,66; DP=1,718$) e ao da notícia positiva ($M=7,44; DP=1,898$). Dito de outra forma, a presença da dita notícia negativa contribuiu para um decréscimo significativo da utilidade percebida da FAP para Portugal, que, ainda assim, não desceu do nível “elevado” ($M_{NotíciaNeg}$ situado no parâmetro inferior do [6,8]).

Quando associado a diferentes missões operacionais, este grau de utilidade percebida revelou algumas flutuações (Q4). Assim, de entre as 12 missões operacionais analisadas, aquela que, em média, foi percebida com “muito elevada” utilidade foi a *Busca e salvamento* ($M=8,93; DP=1,311$), de entre as *Outras missões de interesse público* (à luz da tipologia oficial da FAP, CEMFA, 2013). Em segundo lugar, com “muito elevada” e “elevada” utilidade, surgiu o *Compromisso internacional*, com maior ênfase para a *Ajuda humanitária no exterior* ($M=8,50; DP=1,675$) e, por último, com “elevada” utilidade, a *Defesa militar da República*, com

particular destaque para a *Defesa aérea* ($M=7,41; DP=2,559$). As únicas missões percebidas como de utilidade moderada foram os *Dias de Base aberta à comunidade* ($M=5,28; DP=2,491$) e da *DN* ($M=4,88; DP=2,838$), sendo esta última missão, de entre as 12, talvez, aquela em que a FAP tem uma menor quota-parte de responsabilidade, quer na sua conceção, quer na condução.

A AFE realizada deu lugar a uma solução com 2-Fatores: F1, “Missões operacionais imediatas”, que compreendeu *Busca e salvamento, Transporte de órgãos, Colaboração com proteção civil, Evacuações aero-médicas, Operações de paz e de Ajuda humanitária no exterior*; e F2, “Missões operacionais não-imediatas”, que incluiu *Dia da DN e de BA aberta, Formação técnica e cívica, Defesa e “Policiamento” aéreo*. Dois fatores que diferiram de forma estatisticamente significativa nos valores médios da utilidade percebida, entre “muito elevada” ($M_{Q4F1}=8,36; DP=1,366$) e “elevada” ($M_{Q4F2}=6,35; DP=1,982$). Os valores médios da utilidade percebida na fase baseline ($M_{Q7}=7,66; DP=1,718$), situaram-se entre os de F1 e F2.

Os comportamentos aqui registados das variáveis tendem a ir ao encontro dos dados provenientes de outras investigações, em concreto: Carreiras (2009a, p. 5), sobre a “elevada” importância das FFAA para a Defesa Nacional e a confiança depositada pela população na IM; Pereira (2011), relativamente à imagem “muito positiva” e “positiva” da IM (pp. 85; 87) e à importância de existirem FFAA para responder às necessidades de segurança do país (pp. 88-90); Vaz (2009, pp. 14-15), acerca do prestígio da profissão militar e da FAP. A valorização do “elevado” contributo da formação técnica ($M_{III}=6,73; M_{Carreiras}=7,80$) e cívica ($M_{III}=6,65; M_{Carreiras}=7,72$) prestada pela FAP vai ao encontro de Carreiras (2009a, p. 8).

PD3: *Será que a informação sobre a FAP, que está online, é consultada com alguma continuidade após a sua edição?* A análise da continuidade foi efetuada com base na heurística da primazia do *Impacto do título/conteúdo da notícia sobre a Data da sua edição* (Q5). Uma heurística que, embora estatisticamente significativa em termos de diferença de médias ($t=-9,622, p<0,0001$), não foi possível validar por apenas ter granjeado a concordância de 76,4% dos respondentes (valor aquém do critério de 80% de concordância, estabelecido para a validação/aceitação das hipóteses).

PD4: *Será que um efeito cumulativo de informação sobre a FAP é percebido de forma positiva na sociedade civil portuguesa?* Este estudo foi realizado mediante a heurística associada à Q6, da prevalência do sentimento de que a *FAP é uma mais-valia para Portugal, em detrimento de Mais uns que apenas cumpriram com o seu dever, validada e confirmada por 86,6% dos respondentes presentes nesta investigação*.

Resposta à **PP**: *De que modo a informação está associada às percepções na sociedade civil portuguesa sobre a missão da FAP?* Alicerçada nas evidências aqui analisadas, tem-se que, para a franja da amostra da sociedade civil portuguesa estudada, as percepções associam-se à informação através:

- (1) Da sua capacidade para despertar atenção para a realidade da FAP, revelando-se proveitoso o recurso:
 - (a) A diversificados meios de comunicação, com primazia para o televisivo

(sobretudo *Grande reportagem e Telejornal*) e escrito (particularmente, *Revista e Jornal diário*);

- (b) À divulgação de conteúdos informativos pertinentes, que permitam aumentar o “fraco” a “moderado” grau de conhecimento sobre a FAP e/ou colmatar falhas na forma como sociedade civil compreende a envolvente militar (o que vai também de encontro a Albritton, 2009, p. 15).
- (2) Da utilidade percebida da FAP para Portugal, quer como um todo (de nível “elevado”), quer em associação com o:
- (a) Tipo de missão operacional realizado e divulgado, com primazia para as missões operacionais imediatas, percebidas como de “muito elevada” e “elevada” utilidade (caso da Busca e salvamento, Transporte de órgãos e Ajuda humanitária no exterior, entre outras), seguidas pelas não-imediatas, percebidas como de “elevada” utilidade (designadamente, *Defesa aérea e Apoio à Autoridade Aeronáutica no “policamente aéreo”*);
 - (a) Teor/conotação da notícia, com a negativa a concorrer para uma significativa desvalorização desta utilidade, sem, contudo, baixar do nível “elevado”.
- (3) Do efeito cumulativo da sucessiva, ou frequente, divulgação de novas notícias sobre missões acabadas de realizar pelos militares da FAP. Um efeito sentido como positivo, porquanto indutor de um pensamento do género “*A FAP é uma mais-valia para Portugal*”.

Em forma de esquema, na Figura 1 está representada a resposta à PP, à luz das quatro premissas testadas (uma das quais assinalada com “x” porque não validada) junto da franja (heterogénea) da sociedade civil estudada.

De que modo a informação está associada às percepções na sociedade civil portuguesa sobre a missão da FAP?



Figura 1 – Representação esquemática da resposta à pergunta de partida

(Fonte: Elaborado pela autora com base nos resultados discutidos).

Conclusões e Implicações Práticas

“Justamente quando consegui encontrar todas as respostas, mudaram todas as perguntas.”

Coelho (s.d.)

A fim de compreender melhor as *Percepções na sociedade civil portuguesa sobre a FAP – refletido na PP: De que modo a informação está associada às percepções na sociedade civil portuguesa sobre a missão da FAP?* –, este estudo alicerçou no Método de Investigação em Ciências Sociais de Raymond Quivy e Luc Van Campenhoudt (Quivy et al., 1998), em conformidade com o proposto pelo IESM (2012a; 2012b).

Um propósito que, no presente artigo foi estruturado em três capítulos.

O capítulo 1, *Enquadramento do tema*, destinou-se, essencialmente por intermédio da análise da literatura, a dar a conhecer e a circunscrever a temática desta investigação. Assim, foram elencadas breves considerações respeitantes: à construção de percepções/imagens; ao binómio “organização e comunicação”; à ação da comunicação dos media sobre a opinião pública; e, por tudo isto, ao imperativo da comunicação veiculada pela FAP ser sensível aos propósitos da chamada de atenção e da passagem de uma informação catalisadora da adequada compreensão da sociedade civil sobre a razão de ser do meio castrense.

O capítulo 2, *Caracterização da percepção da sociedade civil portuguesa sobre a FAP*, centrou-se na: (a) fundamentação da problemática investigada, essencialmente ancorada nas investigações de Carreiras (2009a;2009b) – complementadas por Pereira (2011) e Vaz (2009) –, concernentes ao estudo das percepções da população portuguesa sobre questões da Defesa e das Forças Armadas, e de Mineiro (2010), respeitantes ao uso de redes sociais a FAP; (b) apresentação do modelo de pesquisa e no decorrente mapa conceptual.

O capítulo 3, *Apresentação do estudo, análise dos dados e discussão dos resultados*, focou-se na organização dos *inputs*, teste das hipóteses, estruturação dos produtos encontrados e resposta à PP. Neste âmbito, foi aplicado um inquérito por questionário a uma amostra de 106 alunos – da licenciatura em Engenharia Mecânica, no ISEL; mestrado integrado em Psicologia, na FPUL; licenciatura em Design (de Moda), na FAUL –, com idades compreendidas entre os 18 e 23 anos, maioritariamente provenientes e residentes na NUTS II de Lisboa. A análise dos dados, realizada com recurso ao *software* SPSS 21.0, permitiu examinar as H e responder às quatro PD. De forma sucinta, para a franja da sociedade civil estudada, e uma vez validada a heurística da heterogeneidade dos três grupos de respondentes, detentor de um “fraco” a “moderado” conhecimento sobre a FAP:

PD1: Será que as notícias sobre a FAP despertam atenção na sociedade civil?, concluiu-se que os três grupos de respondentes comungaram o facto da presença de notícias sobre a FAP lhes despertar atenção (ainda que “moderadamente”). Por ordem decrescente de preferência, o meio de comunicação escrito e televisivo, foi o que despertou níveis de atenção entre “moderado” (*Grandes reportagens e Telejornais*) e “fraco” (*Revistas, Jornais diários e Jornais Semanários*). Enquanto a atenção despertada pelo meio digital (Facebook, Site oficial da FAP e *Twitter*) situou-se, unicamente, no nível “fraco”, como expectável para Mineiro (2014), em virtude da faixa que acede ao Facebook da FAP se situar entre os 34-47 anos de idade.

PD2: Será que a utilidade percebida na sociedade civil portuguesa em relação à FAP, varia consoante o tipo de missão operacional realizado e divulgado?, concluiu-se que a utilidade da FAP e das suas missões foi fundamentalmente percebida como de “muito elevada” a “elevada”. A conotação (positiva ou negativa) da notícia e o tipo de missão operacional realizado e divulgado, revelaram um papel importante na utilidade percebida. A respeito da conotação: a notícia positiva sobre a FAP foi sempre avaliada de positiva, independentemente da ordem em que apareceu (antes ou depois de uma notícia negativa); e a notícia negativa contribuiu para uma diminuição do valor médio da utilidade percebida da FAP para Portugal, mantendo-se, contudo, no patamar “elevado”. Quanto às missões operacionais, e também por ordem decrescente de escolha, foi observada uma primazia das missões imediatas, percebidas como tendo uma utilidade “muito elevada” e “elevada” (*Busca e salvamento, Transporte de órgãos, Ajuda humanitária no exterior, Evacuações aero-médicas, Colaboração em atividades de proteção civil e Operações de paz no exterior*), face às não-imediatas, percebidas como de “elevada” a “moderada” utilidade (*Defesa aérea, Apoio à Autoridade Aeronáutica no*

“policimento” aéreo, a Formação técnica e cívica, e, no nível moderado, os Dias de Base aberta e da DN).

PD3: Será que a informação sobre a FAP, que está online, é consultada com alguma continuidade após a sua edição?, não foi possível afirmar da primazia do impacto do título/ conteúdo sobre a data de edição da notícia, porque o não cumprimento do critério de um mínimo de 80% de concordância para aceitação das hipóteses inviabilizou a validação da H3.

PD4: Será que um efeito cumulativo de informação sobre a FAP é percebido de forma positiva na sociedade civil portuguesa?, concluiu-se que a divulgação de notícias sobre novas missões, acabadas de realizar pelos militares da FAP, foi positivamente entendida pelos respondentes, porque sentida como um novo reforço/prova do “contributo de mais-valia da FAP para Portugal”.

Pelo analisado, e em resposta à PP, ficou demonstrado que a informação associa-se à perceção da franja da sociedade civil estudada sobre a FAP, consoante a capacidade deste ramo das FFAA para despertar atenção e a utilidade com que é percebida quer a sua existência (como ramo), quer as missões operacionais por si realizadas e divulgadas. Acresce que a frequente difusão de notícias sobre missões acabadas de efetuar tende a assumir um efeito cumulativo, sentido como muito positivo. Estas evidências revelaram-se ainda mais potenciáveis consoante o meio de comunicação utilizado, o tipo de missão operacional realizado e o teor/conotação – neutro, positivo ou negativo – da notícia divulgada. A disponibilização de conhecimento sobre a realidade militar apresentou-se como um contributo com impacto adicional no despertar de algumas atenções para a IM.

Referências Bibliográficas

- Albritton, DJ, 2009. Defense Industry Must Embrace Social Media. Traduzido do inglês por C.P.A. Fachada. *National Defense*, 93(668), p. 15.
- Anglia Ruskin University, 2010. *Guide to the Harvard Style of Referencing*. 2. nd ed. [Em linha]. Disponível em: http://www.biosocsoc.org/sbha/reference/harvard_referencing_guide.pdf, [Consult. 08 out. 2013, às 20h33].
- Anglia Ruskin University, 2012. *Guide to the Harvard Style of Referencing*. 4.th ed.. [Em linha]. Disponível em: http://libweb.anglia.ac.uk/referencing/files/Harvard_referencing_2012.pdf, [Consult. 08 out. 2013, às 20h54].
- Assembleia da República, 2009a. *Lei de Defesa Nacional* (Lei n.º 1-B/2009, de 07 de julho), Lisboa: Diário da República.
- Assembleia da República, 2009b. *Lei Orgânica de Bases da Organização das Forças Armadas (LOBOFA)* (Lei n.º 1-A/2009, de 07 de julho), Lisboa: Diário da República.
- Assembleia da República, 2009c. *Lei Orgânica da Força Aérea (LOFA)* (Lei n.º 232/2009, de 15 de setembro), Lisboa: Diário da República.

- Carreiras, H, 2009a. *Inquérito à população portuguesa sobre Defesa e Forças Armadas - resultados globais*, [Em linha]. Disponível em: http://fa.cies.iscte.pt/content/news/inquerito%20defesa%20e%20forcas%20armadas_sintese%20dos%20resultados.pdf, [Consult. 27 set. 2011, às 01h33].
- Carreiras, H, 2009b. *Inquérito à população portuguesa sobre Defesa e Forças Armadas - apresentação pública de resultados*, [Em linha]. Disponível em: <http://fa.cies.iscte.pt/content/news/apresentacao%20publica%20de%20resultados.pdf>, [Consult. 27 set 2013, às 01h37].
- Chefe do Estado-Maior da Força Aérea, 2013. *Briefing por ocasião da visita de S. Exa. a Secretária de Estado Adjunta e da Defesa Nacional à Força Aérea. Briefing* apresentado por S. Exa. o CEMFA General José Pinheiro. Alfragide: 24 de maio.
- Chefe do Estado-Maior General das Forças Armadas, 2013. *Livro de Estilo das Forças Nacionais Destacadas (em complemento à diretiva N.º 22/CEMGFA/2010 - Relações Públicas)*. Documento assinado por S. Exa. o CEMGFA General Luís Araújo. Lisboa: 06 de julho.
- Cherry, K, 2014. *What Is a Heuristic?* [Em linha]. Traduzido do inglês por C.P.A. Fachada. Disponível em: <http://psychology.about.com/od/hindex/g/heuristic.htm>, [Consult. 15 abr. 2014, às 22h08].
- Coelho, P, s.d.. *Maktub*, [Em linha]. Disponível em: <http://www.allthelikes.com/quotes.php?quoteId=4524554&app=147861>, [Consult. 28 out.2013, às 17h33].
- Dalisay, F, 2012. The Spiral of Silence and Conflict Avoidance: Examining Antecedents of Opinion Expression Concerning the U.S. Military Buildup in the Pacific Island of Guam. *Communication Quarterly*, 60(4), pp. 481-503.
- Decker, C et al., s.d.. *A imagem nas organizações públicas*, [Em linha]. Traduzido do inglês por C.P.A. Fachada. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/decker-cleiton-michelmargaret-imagem-nas-organizacoes.pdf>, [Consul. 30 set. 2013, às 17h30].
- Doyle, A, s.d.. *Um escândalo na Boémia*, [Em linha]. Disponível em: <http://www.filedu.com/csaganterapia.html>, [Consult. 28 out. 2013, às 17h22].
- Eisenstein, E, 2005. Adolescência: definições, conceitos e critérios. *Adolescência e Saúde*, [Em linha] 2(2), pp. 6-7. Disponível em: http://www.adolescenciaesaude.com/detalhe_artigo.asp?id=167, [Consult. 11 out. 2013, às 23h27].
- European Commission, s.d.. Glossary: Nomenclature of territorial units for statistics (NUTS). [Em linha] *Eurostat*. Disponível em: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Glossary:NUTS, [Consult. 12 nov. 2013, às 22h13].
- Faculdade de Ciências e Tecnologia, s/d. *Os Processos de Percepção e Comunicação Interpessoal ou como estamos verdadeiramente com os outros*. [Em linha] Lisboa: Universidade Nova de Lisboa. Disponível em: <http://www.fct.unl.pt/estudante/gapa/os-processos-de-percepcao-e-comunicacaointerpersonal>, [Consult. 30 set. 2013, às 17h05].

- Hill, MM et al., 1999. *Métodos e técnicas de investigação em recursos humanos*. Disciplina ministrada no ISCTE, no âmbito do mestrado em Políticas de Desenvolvimento de Recursos Humanos (1999/2000). Lisboa: ISCTE.
- Hill, MM et al., 2000. *Investigação por questionário*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Infopedia, 2003-2014. *Heurística* [Em linha]. Porto: Porto Editora. Disponível em: [http://www.infopedia.pt/\\$heuristica](http://www.infopedia.pt/$heuristica), [Consult. 15 abr. 2014, às 22h03].
- Instituto de Estudos Superiores Militares, 2012a. *Trabalhos de investigação*. Norma de Execução Permanente Académica (NEP/ACA) n.º 010, Pedrouços: IESM.
- Instituto de Estudos Superiores Militares, 2012b. *Regras de apresentação e referenciação para os trabalhos escritos a realizar no IESM*. Norma de Execução Permanente Académica (NEP/ACA) n.º 018, Pedrouços: IESM.
- Jornal de Notícias, 2012. *Militares cumprem missão em resort de Cabo Verde*, [Em linha]. Disponível em: http://www.jn.pt/PaginaInicial/Politica/Interior.aspx?content_id=2470634&page=-1, [Consult. 01 nov. 2013, às 17h46].
- Jornal i, 2012. *A imprensa já não influencia a opinião pública*, [Em linha]. Disponível em: <http://www.ionline.pt/artigos/mundo/presidente-el-pais-imprensa-ja-nao-influencia-piniao-publica>, [Consult. 30 set. 2013, às 15h21].
- Kdfrases, s.d.. *Frases de Rudyard Kipling*, [Em linha]. Disponível em: <http://kdfrases.com/frase/149047>, [Consult. 28 out.2013, às 17h18].
- King, SB, 2011. Military Social Influence in the Global Information Environment: A Civilian Primer. *Analyses Of Social Issues & Public Policy*, 11(1), pp. 1-26.
- Marques, T, 2009. Avião F16 caça avioneta suspeita. [Em linha] *Correio da Manhã*, 28 de março. Disponível em: <http://www.cmjornal.xl.pt/noticia.aspx?channelid=00000010-00000000-0000-000000000010&contentid=AF373230-4303-4319-85C6-D486BF03CA3>, [Consult. 21 out. 2013, às 21h06]
- Mineiro, PJR (MAJ/TPAA), 2013. *Entrevista ao Chefe da Área de Informação Pública das Relações Públicas da Força Aérea Portuguesa*. Entrevistado por Cristina Fachada. Alfragide, 30 de outubro de 2013.
- Mineiro, PJR (MAJ/TPAA), 2014. *Entrevista de validação ao Chefe da Área de Informação Pública das Relações Públicas da Força Aérea Portuguesa*. Entrevistado por Cristina Fachada. Alfragide, 17 de abril de 2013.
- Mineiro, PJR, 2010. *As redes sociais e a sua utilização pela Força Aérea*. Trabalho de Investigação Individual CPOS FA. Pedrouços: Instituto de Estudos Superiores Militares.
- Ministério da Defesa Nacional, 2009. *Plano de comunicação*. Lisboa: MDN.
- Ministério das Cidades, Ordenamento do Território e Ambiente, 2002. *Integra num único diploma legal todos os ajustamentos da NUTS decorrentes de alterações na estrutura administrativa e, especialmente, proceder à adequação das NUTS ao actual perfil sócio-económico das regiões*. (Decreto-Lei n.º 244/2002, de 5 de novembro), Lisboa: Diário da República.

- Nassar, P, s.d.. Comunicação estratégica, um conceito em evolução [Em linha]. Disponível em: <http://www.trabalhosfeitos.com/ensaios/Comunica%C3%A7%C3%A3o-Estrat%C3%A9gica-Um-Conceito-Em-Evolu%C3%A7%C3%A3o/377182.html>, [Consult. 16 abr. 2014, às 11h03].
- Pensador.Info, s.d.. *Frases do Filósofo Bertrand Russell*, [Em linha]. Disponível em: http://pensador.uol.com.br/frases_filosofos_russell/3/, [Consult. 28 out. 2013, às 18h55].
- Pereira, A, 1999. *Guia prático de utilização do SPSS – análise de dados para Ciências Sociais e Psicologia*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Pereira, M, 2011. *O Dia da Defesa nacional aos Olhos da Nação*. [Em linha] Dissertação de Mestrado de Ciências da Comunicação - Especialização em Publicidade e Relações Públicas. Braga: Universidade do Minho. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/17989/1/Michelle%20Rego%20Pereira.pdf>, [Consult. 16 nov. 2013, às 01h46].
- Porto Editora, 2003-2013. *Infopédia - Enciclopédia e Dicionário Porto Editora*. [Em linha] Porto Editora. Disponível em: <http://www.infopedia.pt>, [Consult. entre 02 out e 21 dez. 2013].
- Presidência do Conselho de Ministros, 2008. *Procede à definição das unidades territoriais para efeitos de organização territorial das associações de municípios e das áreas metropolitanas e para a participação em estruturas administrativas do Estado e nas estruturas de governação do Quadro de Referência Estratégico Nacional 2007-2013 (QREN)*. (Decreto-Lei n.º 68/2008, de 14 de abril), Lisboa: Diário da República.
- Presidência do Conselho de Ministros, s.d.. *Programa do XIX Governo Consitucional* [Em linha]. Disponível em: http://www.portugal.gov.pt/media/130538/programa_gc19.pdf, [Consult. 16 abr. 2014, às 13h54].
- Priberam Informática, 2013. *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*, [Em linha]. Disponível em: <http://www.priberam.pt/DLPO/>, [Consult. entre 02 out. e 21 dez. 2013].
- Quivy, R et al., 1998. *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. 2ª ed. Lisboa: Gradiva.
- Ramalho, RL, 2013. *A Utilização Permanente de Bases Aéreas da FAP por Aeronaves Civis*. Trabalho de Investigação Individual CPOS FA. Pedrouços: Instituto de Estudos Superiores Militares.
- Restrepo, J, 1995. Comunicación para la dinámica organizacional. Traduzido do espanhol por C.P.A. Fachada. *Signo y Pensamiento*, 26(16), pp. 91-96.
- Roque, RAGB (COR/TPAA), 2013. *Entrevista ao Chefe das Relações Públicas da Força Aérea Portuguesa*. Entrevistado por Cristina Fachada. Alfragide, 25 de outubro de 2013.
- Scroferneker, C, 2006. Trajetórias teórico-conceituais da Comunicação Organizacional. *Famecos*, [Em linha] 31, pp. 47-53. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/1110/832>, [Consult. 01 out. 2013, às 22h06].
- Scroferneker, C, s.d.. *Perspectivas Teóricas da Comunicação Organizacional*, [Em linha]. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletim11/cleusa.htm>, [Consult. 01 out. 2013, às 23h52].

- Smith, T, 2009. The social media revolution. Traduzido do inglês por C.P.A. Fachada. *International Journal Of Market Research*, 51(4), pp. 559-561.
- Stratton, P et al., 1993. *Dicionário de Psicologia*, [Em linha] São Paulo: Thomson Learning. Disponível em: <http://books.google.pt/books?id=dx9LSYgfcacC&pg=PA78&lpg=PA78&dq=efeito+de+primazia+psicologia&source=bl&ots=D26EEfUTND&sig=81Gj4eDzJnu-EVjX2uOtrV3K-Oo&hl=pt-PT&sa=X&ei=BLyLUph9zN3tBpOJgdAF&ved=0CDwQ6A EwAg#v=onepage&q=efeito%20de%20primazia%20psicologia&f=false>, [Consult. 19 nov. 2013, às 01h52].
- Vaz, DCC, 2009. *A Imagem da Força Aérea Portuguesa*. Trabalho de Investigação Individual CPOS FA. Pedrouços: Instituto de Estudos Superiores Militares.
- World Health Organization, 1986. Young People's Health – a Challenge for Society: Report of a WHO Study Group on Young People and "Health for All by the Year 2000". *Technical Report Series*, [Em linha] 731, Geneva: WHO, pp. 11-12. Disponível em: http://whqlibdoc.who.int/trs/WHO_TRS_731.pdf, [Consult. 11 out. 2013, às 23h26].