



POSSIBILIDADES DE EMPREGO DAS TÉCNICAS, TÁTICAS E PROCEDIMENTOS DE OPERAÇÕES DE INFORMAÇÃO NO GERENCIAMENTO DE PERCEPÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DE MENTALIDADE DE DEFESA

Cap Cav Vítor Mele de Andrade
Ten Cel Sérgio Luiz Augusto de Andrade

RESUMO

Com a evolução dos meios de tecnologia da informação, a dimensão informacional adquiriu uma enorme proeminência. Antes do advento das redes sociais e do acesso praticamente ilimitado a essas plataformas, era necessário parar um certo tempo para assistir um programa, ler um jornal ou buscar informações de interesse pessoal. Atualmente, as modificações tecnológicas proporcionaram um acesso quase instantâneo às redes, em que há uma quantidade praticamente ilimitada de informações disponíveis sobre os mais variados temas. Nesse contexto, diversos atores, estatais e não-estatais, passaram a aprimorar suas técnicas de influência nessa dimensão, buscando angariar aceitação de determinados públicos a suas ideias ou ideologias a fim de atingir cenários favoráveis a suas organizações. A luta pela conquista dos corações e das mentes nunca esteve tão forte como nesta nova década, produzindo uma verdadeira guerra informacional. A expressão “sharpower” adquiriu relevância, indicando estratégia adotada por regimes autocráticos que perfura e penetra o ambiente político e informacional nos países alvo. Percebendo a necessidade de formar uma massa crítica na sociedade nos assuntos atinentes à defesa e soberania nacional,

a PND estabeleceu que o desenvolvimento de mentalidade de defesa é um dos objetivos nacionais a serem perseguidos, verificando que a coesão do pensamento nacional pode funcionar como uma vacina contra ameaças aos interesses nacionais. Para tanto, de maneira inovadora, este trabalho busca verificar quais contribuições as capacidades relacionadas à informação, quando empregadas de forma sinérgica, podem proporcionar na consecução deste objetivo, entendendo que elas dispõem das ferramentas mais adequadas para tal tarefa.

Palavras-chave: *Ambiente informacional. Públicos-alvo. Influência. Propaganda. Operações de Informação.*

ABSTRACT

With the evolution of the information technology, the informational environment acquired an enormous prominence. Before the advent of social media and a virtually unlimited access to these platforms, it was necessary to stop for a while to watch a program, read a newspaper or search for information of personal interest. Currently, technological changes have provided almost instant access to networks, where there is a practically unlimited amount of information available on the most

varied topics. In this context, several actors, state and non-state, began to improve their techniques of influence in this dimension, seeking to win acceptance of certain audiences to their ideas or ideologies, in order to achieve favorable scenarios for their organizations. The struggle for the conquest of hearts and minds has never been stronger than it is in this new decade, producing a real informational war. The expression “sharp power” acquired relevance, indicating a strategy adopted by autocratic regimes that perforates and penetrates the political and informational environment in the target countries. Recognizing the necessity to create a critical mass think in society in matters of national security and sovereignty, the National Defense Policy established that the development of defense mindset is one of the national objectives to be pursued, verifying that such cohesion of thought can function as a vaccine against threats to national interests. Therefore, in an innovative way, this paper seeks to verify which contributions the information related capacities, when employed synergistically, can provide in the achievement of this objective, understanding that they have the most adequate tools for this task.

Keywords: *Informational environment. Target audiences. Influence. Propaganda. Information Operations.*

1 INTRODUÇÃO

Com a evolução tecnológica, diversos atores, sejam eles estatais ou não-estatais, passaram a aprimorar suas técnicas e intensificar sua ação na dimensão informacional, buscando atingir aceitação de determinados públicos-alvo a suas ideias, a fim de atingir cenários favoráveis a suas organizações. A Rússia, por exemplo, utilizou diversas técnicas e procedimentos de informação e influência para dar suporte à sua campanha na Ucrânia

em 2015, obtendo como resultado a anexação da província da Crimeia, sem que fosse necessário o disparo de nenhum armamento.

A China, visando a atingir seus objetivos políticos, econômicos e estratégicos, vem buscando aprimorar sua relevância no contexto informacional, utilizando técnicas e procedimentos de informação e influência caracterizados pela expressão “sharp power”¹. Evidências de ações chinesas nesse sentido são numerosas ao redor do mundo. Um exemplo recente foi a aquisição de participação societárias em grupos televisivos brasileiros e aquisição de diversos ativos estratégicos na Austrália.

Percebendo a necessidade de formar uma massa crítica na sociedade nos assuntos atinentes à defesa e soberania nacional, o MD (Ministério da Defesa), por meio da PND (Política Nacional de Defesa) estabeleceu que o desenvolvimento de mentalidade de defesa é um dos objetivos nacionais a serem perseguidos, verificando que a existência de uma coesão de pensamento nacional pode funcionar como uma vacina² contra medidas ofensivas – ou ameaças – oriundas da dimensão informacional.

Nesse sentido, há de se considerar a necessidade de desenvolver uma campanha permanente com objetivo de desenvolver mentalidade de defesa em públicos-alvo prioritários que possam atuar como disseminadores de ideias ou que detenham o poder de decisão dentro do arranjo estatal. Para tanto, considera-se neste artigo que capacidades relacionadas à informação (CRI) – inteligência, comunicação social e operações psicológicas – detêm as ferramentas mais adequadas para realizar o estudo desses públicos, o planejamento e a execução de campanhas de sensibilização. Sendo assim, esta pesquisa visa a responder a seguinte pergunta: quais contribuições as operações de informação poderiam proporcionar para o desenvolvimento de mentalidade de defesa?

No processo de solução desse problema de pesquisa, buscar-se-á:

- 1) identificar os aspectos doutrinários

¹ Sharp power – cuja tradução literal significa “poder afiado” – nos remete a um terceiro tipo de poder além dos já consolidados hard e softpower, se referindo à “estratégia adotada por regimes autocráticos que perfura, penetra ou perfura o ambiente político e informacional nos países alvo. O Partido Comunista Chinês (PCC) o executa por meio de cooptação, suborno, desinformação, censura, propaganda e outros métodos” (Cole, 2018).

² Vacina é um termo utilizado para designar as ações ou que visam a uma antecipação cognitiva de determinado grupo contra a propaganda adversa, fazendo com que seus efeitos sejam reduzidos ou neutralizados.



utilizados pelas CRI nas bases doutrinárias nacional e internacional, dando ênfase aos exércitos brasileiro e americano; 2) identificar as técnicas e os procedimentos empregados em casos históricos concretos, dando ênfase às operações de influência executadas pelos EUA e pela Rússia; 3) inferir sobre as técnicas e os procedimentos adequados para atingir o objetivo de desenvolvimento de mentalidade de defesa; e 4) concluir sobre as possíveis contribuições das Op Info para o desenvolvimento de mentalidade de defesa.

2 METODOLOGIA

Esta seção objetiva descrever o caminho lógico percorrido para a solução total ou parcial do problema de pesquisa, buscando evidenciar os parâmetros traçados para delimitá-la, os procedimentos adotados na revisão da literatura e o método utilizado para escolha dos instrumentos de coleta e de tratamento de dados.

Após análise das variáveis que compõem o problema, definiu-se que “operações de informação” configuram a variável independente, já que, quando manipulada, produzirá efeitos verificáveis na variável dependente “mentalidade de defesa”. Tendo em vista o caráter qualitativo das variáveis, faz-se necessária uma elucidação conceitual de ambas, possibilitando sua melhor observação e mensuração.

A variável independente “Operações de Informação” pode ser entendida como o emprego integrado de CRI e de outros recursos relacionados à informação no âmbito da dimensão informacional para influenciar, interromper, corromper ou usurpar o processo de tomada de decisões de adversários e potenciais adversários, enquanto protege o próprio (BRASIL, 2019).

A variável dependente “mentalidade de defesa” foi conceitualmente definida para este estudo como o conjunto de crenças, atitudes, manifestações intelectuais e psíquicas relacionadas às atividades de garantia da independên-

cia, soberania e integridade territorial do Estado.

Objetivando responder ao problema desta pesquisa e gerar resultados de aplicação prática para as Ciências Militares, empregou-se o método indutivo de abordagem, tendo como procedimentos técnicos as modalidades comparativa e de estudos de casos. Tais métodos foram escolhidos tendo em vista a natureza predominantemente qualitativa do tema deste trabalho.

Em relação ao seu tipo, foi desenvolvida pesquisa de natureza aplicada, com uma abordagem qualitativa de suas variáveis, buscando empregar a modalidade descritiva em seu objetivo geral. Nesse sentido, foi elencado um rol de ações a serem executadas na dimensão informacional para produzir efeitos na variável dependente. Como procedimentos técnicos, foram utilizados diversos estudos de caso que puderam demonstrar a interconexão entre as variáveis.

Para o estudo doutrinário, foram pesquisadas fontes bibliográficas e documentais nacionais e internacionais publicadas a partir do início da década de 90, marco inicial do emprego sistemático das Op Info. Devido à relativa atemporalidade de algumas TTP, foram incluídas, para os estudos de caso, campanhas de influência realizadas a partir da Primeira Guerra Mundial.

Excluíram-se desta pesquisa as vertentes das Op Info que tratassem de ações cinéticas, de dissimulação e de proteção da informação. Ademais, também foram excluídas publicações carentes de base empírica comprobatória, bem como ultrapassadas do ponto de vista doutrinário.

As informações obtidas por meio da coleta documental foram analisadas e catalogadas na busca por encontrar pontos de contato entre as variáveis. Dessa forma, foram produzidas inferências que, posteriormente, foram corroboradas – ainda que parcialmente – por meio da análise de conteúdos. Tal análise conjunta possibilitou responder a diversas questões elencadas e contribuiu significativamente para a busca de uma solução sólida

para o problema de pesquisa desta pesquisa.

A fim de dialogar com as soluções encontradas na fase de análise documental, foram utilizados instrumentos de coleta de dados (questionário e entrevistas com especialistas) que foram produzidos na dissertação de mestrado deste autor, a qual apresenta mesmo título deste artigo científico (ANDRADE, 2020). Por meio da opinião desses especialistas – que foram sobrepostas às inferências produzidas pelo autor – foi possível identificar possibilidades reais de emprego das Op Info no contexto proposto neste trabalho.

3 REVISÃO DA LITERATURA

A fim de atender aos objetivos deste artigo, buscou-se, nessa seção, estudar alguns casos históricos de emprego de técnicas e procedimentos de informação e influência, verificar a doutrina que embasa a utilização dessas técnicas no arcabouço teórico nacional e identificar as iniciativas produzidas até o presente momento no âmbito nacional para o desenvolvimento de mentalidade de defesa.

3.1 Os Estados Unidos da América e a guerra da informação

Desde o início do século passado, os EUA vêm travando uma batalha constante na dimensão informacional a fim de moldá-la de forma a apoiar suas ações nos campos militar, econômico, político e psicossocial. Nesse contexto, em meados de abril de 1917, foi criado o Committee Public Information (CPI). Sua principal tarefa era angariar apoio da população ao esforço de guerra norte-americano.

Para se ter uma noção da magnitude do projeto, Nick Fischer (2016) quantifica e descreve em termos práticos as atividades promovidas pelo CPI ao longo de seus dois anos de existência:

Para organizar a propaganda do mais poderoso e rico Estado-Nação do planeta que já

existiu, foram utilizados quatorze departamentos, empregando artistas, cartoonistas, designers gráficos, produtores de filmes, jornalistas, novelistas, escritores e ensaístas que colaboraram com 18.000 jornais, 11.000 anunciantes e agências de anúncios, 10.000 câmaras de comércio, 30.000 associações de manufactureiros, 22.000 uniões trabalhistas, 10.000 livrarias públicas, 32.000 bancos, 58.000 lojas, 3.500 associações de jovens cristãos, 10.000 membros do Conselho de Segurança Nacional, 56.000 agências de correios, 5.000 juntas de recrutamento e 100.000 filiais da Cruz Vermelha. A Divisão de Conversação conduziu 45 conferências de guerra. A Divisão de panfletos alistou mais de 3.000 dos principais historiadores do país que dirigiram a produção de posters, cartões de janela e materiais similares de publicidade para uso de diversos departamentos do governo e associações patrióticas. [...] Fazendo uso de todos os meios de mídia e de comunicação disponíveis, a CPI conseguiu atingir o coração das mais remotas comunidades rurais e também das grandes cidades. A habilidade demonstrada pela CPI de mobilizar tão vasto número de apoio de civis foi a mais importante contribuição para o esforço de guerra (FISCHER, 2016, p. 58).

Paralelo a tamanho esforço, sob a égide do CPI, surgiu o programa Four Minutes Man, que atuava por meio de recrutamento de pessoas influentes e possuidoras de credibilidade em relação às suas comunidades locais para ministrar palestras persuasivas e pequenos depoimentos em diversas igrejas, teatros, organizações de bairros, escolas e instituições em geral nos mais diversos rincões do território dos EUA. Além desses palestrantes tradicionais, o programa também contava com a participação de militares que atuaram no front para incrementar a narrativa oficial do governo e das Forças Armadas, utilizando o testemunhodelos como argumento de autoridade.

Com a chegada da 2ª Guerra Mundial (2ª GM) em 1939, novamente os EUA sentiram a necessidade de influenciar seu pú-



blico interno para fazer com que a coesão nacional desse suporte ao esforço de guerra. Nesse conflito, havia crescente preocupação das Forças Armadas e do governo com o potencial da propaganda nazista.

Nesse novo contexto, foi oficialmente criado o Office of War Information (OWI), vocacionado ao apoio do esforço de guerra, tanto nas ações domésticas quanto nas ações no exterior. O braço interno do OWI trabalhou o aspecto da informação com o público interno dos EUA, enquanto o braço do exterior buscou trabalhar a percepção dos aliados sobre a guerra e sobre os próprios americanos.

De todos os esforços produzidos pelo braço doméstico do OWI, o mais emblemático, certamente, foi sua ação promovida com a indústria cinematográfica de Hollywood. Por meio do Bureau of Motion Pictures (BPM), o OWI influenciou significativamente na produção televisiva norte-americana por meio de análise de scripts, sugestão de temas a explorar em filmes e censura a conteúdos considerados ofensivos aos valores nacionais e à imagem dos países aliados.

Nos anos posteriores à 2ª GM, os EUA viriam a sofrer consideráveis derrotas na dimensão informacional por ocasião de sua atuação no Vietnã, particularmente após a ofensiva do Tet em 1968,

Enquanto a ofensiva [do Tet] foi um fracasso estratégico para os norte vietnamitas, que foram repelidos pelas forças americanas e falharam em manter as posições que atacaram, as imagens e vídeos do evento que foram transmitidas na mídia foram suficientes para manchar a percepção da opinião pública, minar o moral das tropas americanas, e motivar movimentos antiguerra. O evento de maior impacto foi a transmissão dos sapadores comunistas dentro da embaixada norte americana em Saigon. As imagens televisivas e as notícias da incursão produziram um efeito enorme nos EUA. Seu maior valor simbólico foi: o coração do esforço de guerra americano estava sob ataque físico. O impacto foi colossal (LE, 2016).

A pressão da opinião pública interna fez com que fosse necessária a retirada prematura das tropas norte-americanas do Vietnã, mesmo antes dos objetivos políticos do país serem alcançados. Do ponto de vista informacional, a falta de uma comunicação adequada com o público interno e uma ausência de filtro no trato das notícias vendidas ao público pela imprensa nacional foram fatores preponderantes para esse desfecho.

Nas décadas posteriores, o manejo da informação ofertada ao público interno norte-americano voltou a ser prioridade na agenda do governo e das Forças Armadas.

A Guerra do Golfo em 1991 mostrou um alto grau de sofisticação no controle da informação pelos militares e pelo governo que influenciaria a maneira que os governos ocidentais iriam lidar com as percepções de suas populações pela próxima década. A criação de “grupos de imprensa” (press pools) e de jornalistas “aprovados” basicamente significou que os jornalistas só relatariam os dados transmitidos a eles pelo governo ou por representantes militares. Jornalistas independentes eram afastados e, de fato, eram tratados como inimigos em potencial. Uma mídia complacente garantiu que somente a versão oficial do governo existisse (KNIGHTLEY, 2004), (TAYLOR, 1998).

Nesse conflito, ficou evidente a orquestração do esforço informacional para criação de uma narrativa oficial dos militares e do governo norte-americano. Foram criados diversos temas que, quando disseminados de forma repetida pelos vetores de comunicação, forneciam uma visão geral ao público, provocando reações (em sua maior parte emocionais) que corroboravam com o aumento do apoio às ações militares desencadeadas no Kuwait.

Sem fazer juízo de valor acerca das técnicas empregadas na dimensão informacional para a manutenção de uma opinião pública nacional favorável, os fatos estudados em relação às operações americanas do século passado demonstram a necessidade de de-

envolver uma mentalidade de defesa para dar suporte às operações militares desenvolvidas pelas Forças Armadas, principalmente no que se refere à manutenção da liberdade de ação no transcorrer de um conflito.

3.2 A Rússia e as operações de influência na Crimeia

Em 2013, uma série de protestos tomaram conta da cidade de Kiev, capital da Ucrânia, devido à recusa do então presidente Viktor Yanukovich em assinar o Association Agreement com a União Européia (UE). Tais protestos tornaram-se violentos e culminaram com a deposição desse presidente. Uma junta de políticos pró-Oeste assumiu interinamente o controle do país, enquanto diversos membros da elite do anterior governo fugiram para a Rússia. Tais fatos engendraram uma degradação repentina da influência russa em um de seus vizinhos mais importantes, tendo sido considerada uma derrota para os interesses geopolíticos de Moscou (KOFMAN, 2017).

Imediatamente, a Rússia buscou reafirmar sua influência nos destinos políticos-estratégicos da Ucrânia. Inicialmente, a campanha russa voltou-se para seu público doméstico, tendo a população ucraniana como público-alvo secundário. Antes do conflito, a mídia russa mantinha uma cobertura considerável dos eventos ocorridos dentro da Ucrânia, fato que só se intensificou a partir do início dos protestos em Kiev. À medida que os protestos tornaram-se mais violentos, a mídia passou a alertar para os perigos da aproximação de Kiev com a UE. Tal campanha midiática ainda utilizou-se de expedientes para subordinar ou afastar os poucos veículos de informação independentes existentes na Rússia, aumentando o poder de influência dos canais de comunicação estatais a fim de moldar a percepção da opinião pública nacional acerca dos eventos ocorridos no país vizinho.

Após a invasão, as forças russas fecharam nove canais televisivos ucranianos

que ainda eram transmitidos na Crimeia, permitindo acesso somente a canais russos, e fizeram massivo emprego das redes sociais para angariar suporte à anexação.

Moscou empregou as redes sociais de maneira efetiva para potencializar o apoio de seus nacionais à campanha e espalhar uma grande quantidade de desinformação sobre os protestos da Maidan Square e as intenções dos novos governantes em Kiev. Uma análise das Op Info russas no conflito da Ucrânia encontrou cinco elementos da campanha propagandística, sendo eles: repetição do mesmo tema diversas vezes; manipulação de informações visando atingir os principais medos das minorias étnicas russas na Ucrânia; agitação emocional, utilizando temas que buscavam gerar reações irracionais nas minorias étnicas; simplificação, apresentação do conflito em termos de “bem” e “mal”; e tratamento do tema de forma supostamente óbvia, alinhando as mensagens da propaganda aos principais mitos e lendas presentes na crenças amplamente aceitas pelos russos. (KOFMAN, 2017, p. 46)

No Quadro 1, um resumo dos principais temas abordados na campanha de Op Info russa. No contexto das operações russas na Crimeia, as Op Info valeram-se de uma situação já existente e buscaram potencializar seus efeitos, gerando um caos informacional que contribuiu para a inércia das autoridades ucranianas em fazer frente à invasão de seu território.

Nesse caso, percebe-se que a ausência de uma mentalidade de defesa consolidada foram vulnerabilidades exploradas pela campanha de Op Info russa a fim de moldar a dimensão informacional de forma a dar suporte a uma campanha militar convencional de anexação do território pertencente ao Estado-nação vizinho.

3.3 As operações de informação no Brasil

As Operações de Informação podem ser entendidas como o emprego integrado de Ca-



Temas gerais	Historicamente, a Crimeia sempre pertenceu à Rússia.
	A transferência da Crimeia para a Ucrânia foi um erro histórico do período soviético.
	As minorias étnicas russas e toda a população que fala russo está sob ameaça ultranacionalista.
	A Rússia não estava envolvida [influenciando] os eventos na Crimeia.
	O referendo de 16 de março [que separou a província da Ucrânia] foi legítimo e demonstrou a vontade do povo da Crimeia.
Governo ucraniano	Os soldados ucranianos entregaram suas armas voluntariamente e declararam sua fidelidade à Rússia.
	O governo [interino] ucraniano age conforme os interesses norte americanos e de outras potências estrangeiras.
	As manifestações [da <i>Maidan Square</i> ³] foram tomadas por ultranacionalistas violentos.
	O presidente eleito [ucraniano] foi derrubado por um golpe de Estado orquestrado pelos ocidentais.
Papel dos países ocidentais	A população pró-UE ucraniana é descendente ideológica dos nazistas e dos fascistas.
	Os países ocidentais e especialmente os EUA orquestraram os eventos na Ucrânia.
	A principal motivação norte americana é a expansão da OTAN e conter a Rússia.
	Os EUA estão pressionando a Europa a impor sanções sobre a Rússia e são a força motriz da tentativa de controle contra Moscou.
	A política russa não é um desvio das intervenções ocidentais anteriores para mudar fronteiras e criar novas entidades políticas, como no Kosovo.

QUADRO 1 - Baseado na pesquisa da RAND Corporation sobre a campanha de informação russa
Fonte: (KOFMAN, 2017)

capacidades Relacionadas à Informação (CRI) e de outros recursos relacionados à informação no âmbito da dimensão informacional para influenciar, interromper, corromper ou usurpar o processo de tomada de decisões de adversários e potenciais adversários, enquanto protege o próprio (BRASIL, 2019).

Nessa seção do trabalho, foram estudados os principais manuais que fazem referência às capacidades relacionadas à informação, sendo eles: o EB70-MC-10.213 – Operações de Informação (BRASIL, 2014), o manual de operações psicológicas, o EB10-MT-11.001- Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social (BRASIL, 2017), o EB70-MC-10.221 – Co-

peração Civil Militar (BRASIL, 2017) e o manual de inteligência.

Do estudo dessas peças, foram verificadas as principais técnicas e procedimentos disponíveis na doutrina nacional para o emprego sistematizado e coordenado na vertente de operações de informação, sendo eles: a busca e coleta de dados, o estudo de públicos-alvo, a realização de pesquisas exploratórias e de teste e avaliação das campanhas; a realização de palestras persuasivas com segmentos prioritários do Pub A; a dis-

seminação de spots rádio; os contatos com comunicadores-chave para potencialização das mensagens; e a inserção de produtos visuais e audiovisuais em mídias digitais, folhetos, cartazes, panfletos, mídias televisivas e, principalmente, em mídias sociais.

Devido a essas capacidades, entende-se preliminarmente que as Op Info possuem a capacidade de atuar como uma ferramenta importante em uma possível campanha de sensibilização junto a públicos-alvo selecionados visando a estabelecer uma conscientização sobre as ameaças à soberania nacional e um consenso acerca das necessidades da defesa.

³ Foi uma onda de manifestações ocorridas na Ucrânia que iniciou em 21 de novembro de 2013. Inicialmente, os manifestantes pregavam uma maior integração do país com a Europa, em detrimento da Rússia. Posteriormente, devido a uma percepção de corrupção generalizada e de abusos de poder do governo, os protestos evoluíram, passando a reivindicar a renúncia do presidente Viktor Yanukovych.

3.4 O desenvolvimento de mentalidade de defesa no Brasil

Foi somente a partir do ano de 2008 que o Estado brasileiro, por meio do Ministério da Defesa, começou um programa de estreitamento de laços das Forças Armadas com a sociedade, buscando, em última análise, um desenvolvimento de mentalidade de defesa. Para tanto, desde então, utiliza o universo acadêmico brasileiro como Pub A prioritário, responsável por difundir, por meio de pesquisas e trabalhos acadêmicos, as principais ideias-força relativas à importância deste tema.

Para aprimorar a pesquisa na área de Defesa, o MD e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) criaram o Programa de Apoio ao Ensino e à Pesquisa Científica e Tecnológica em Defesa Nacional (Pró-Defesa), que estimulou a criação da Associação Brasileira de Estudos de Defesa (ABED), estabeleceu diversos centros de estudos de política e estratégia, o Programa Antártico Brasileiro (PROANTAR) e promove anualmente um Congresso Acadêmico (MENDES, 2015).

Além dessas iniciativas, há uma série de institutos de pesquisa diretamente ligados ao MD, responsáveis por estimular o debate e a produção acadêmica, como o centro de estudos da Escola Superior de Guerra (ESG); o Instituto Brasileiro de Estudos de Defesa Pandiá Calógeras (IBED-IPC); o Centro de Estudo Político - Estratégico da Escola de Guerra Naval (EGN); o Centro de Estudos do Corpo de Fuzileiros Navais; o Centro de Estudos Estratégicos do Exército (CEEEx); o Instituto Meira Mattos (IMM) da Escola de Comando e Estado-Maior do Exército e o Centro de Estudos Estratégicos da Universidade da Força Aérea, que desenvolvem, anualmente, cursos, palestras e simpósios, contribuindo para a interação entre as FA e a sociedade acadêmica.

De forma parcial, pode-se concluir que o MD tem capitaneado diversas iniciati-

vas que, direta ou indiretamente, levam a um desenvolvimento de mentalidade de defesa na sociedade. Todavia, tais iniciativas poderiam ser potencializadas contando com o assessoramento de militares especializados nas áreas relacionadas às Op Info.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção, os dados colhidos na revisão bibliográfica serão apresentados, analisados e discutidos.

A partir da realização de um estudo pormenorizado acerca das campanhas norte-americanas de desenvolvimento de mentalidade de defesa, pôde-se identificar o emprego de diversas técnicas e procedimentos de influência considerados análogos àqueles disponíveis na Doutrina Militar Terrestre, notadamente ao que se refere a seu emprego na dimensão humana e informacional.

O Quadro 2 destaca as técnicas e os procedimentos empregados, ao mesmo tempo que contextualiza seu emprego de forma resumida.

Após o estudo da campanha russa na Crimeia, foi possível identificar as principais técnicas e procedimentos empregados na dimensão informacional em apoio à sua campanha de anexação da província. O Quadro 3 aborda esses procedimentos ao mesmo tempo em que os exemplifica por meio de um resumo dos dados colhidos na revisão da literatura.

Com relação à análise do arcabouço doutrinário nacional, foram identificadas as principais técnicas e procedimentos possíveis de serem empregados no contexto deste trabalho, quais sejam: busca e coleta de dados; estudo de públicos alvo, na vertente da verificação de suas principais características, vulnerabilidades e motivações; realização de pesquisas exploratórias e de teste e avaliação das campanhas; realização de palestras persuasivas com segmentos prioritários do Pub A; disseminação de spots rádio; contatos com comunicadores-chave para potencialização das mensagens; e inserção de produ-



Técnica/Procedimento	Revisão da literatura (Resumo)
Estruturação de agência de inserção ⁴ de informações	a. Criação do <i>Committee on Public Information (CPI)</i> ; b. Criação do <i>Office of War Information (OWI)</i> ; c. Criação da <i>United States Information Agency (USIA)</i> d. Criação do <i>Bureau of Motion Pictures (BPM)</i> .
Contratação de comunicadores, formadores de opinião, artistas e especialistas em <i>marketing</i>	a. Contratação de artistas, cartoonistas, <i>designers</i> gráficos, produtores de filmes, novelistas, escritores, ensaístas e historiadores; b. Contratação de Edward L. Bernays, psicólogo, especialista em propaganda; c. Emprego de comunicadores-chave no programa <i>Four Minutes Man</i> .
Realização de conferências e palestras persuasivas	- Realização de aproximadamente um milhão de discursos, com 75.000 palestrantes preparados pela <i>Four Minutes-Men Division</i> .
Distribuição de panfletos, pôsteres, cartões, adesivos	- Impresão de 12.400 cópias do folheto " <i>My America</i> ", que destacava os vultos históricos norte-americanos.
Divulgação na mídia e na indústria cinematográfica	- Promoção de temas a explorar na indústria cinematográfica por meio do <i>Office of War Information</i> e do <i>Bureau of Motion Pictures</i> .
Estudo de Pub A para adequação da campanha	- Estudo das características psicossociais, vulnerabilidades e principais ferramentas de disseminação para atingir determinados segmentos do Pub A norte americano (ver Apêndice B).
Criação de cartilhas com temas a explorar e temas a evitar	- Criação do Manual para a Indústria de Filmes.
Censura	- Análise dos <i>scripts</i> de filmes e de peças antes de sua divulgação (ver Apêndice B)
Permissão de uma oposição controlada	- Busca de credibilidade para a campanha por meio da seleção de uma oposição controlada (ver Apêndice B).
Mudança das Relações Institucionais com a mídia e melhoria da comunicação estratégica ⁵	a. Criação de grupos de imprensa (<i>press pools</i>) e "jornalistas aprovados"; b. Relações entre Forças Armadas, empresas de armamentos e empresas de mídia.

QUADRO 2 - Técnicas e procedimentos de informação e influência utilizados nas campanhas norte-americanas
Fonte: O autor

⁴O termo "inserção de informações" foi utilizado com a intenção de trazer uma noção mais aproximada do que foram as agências de informação criadas pelos EUA, tendo em vista que a mera utilização do termo "agência de informações" poderia remeter a imaginação do leitor às agências de inteligência, que trabalham prioritariamente com a coleta de dados. Neste caso, o termo "inserção de informações" visa a transmitir a ideia de um trabalho voltado à mudança de percepções de públicos-alvo definidos.

⁵Segundo o General de Divisão Richard Fernandes Nunes, Chefe do CComSEX, a comunicação estratégica pode ser definida como a comunicação integrada, sincronizada e alinhada com as ações realizadas por uma organização para atingir seus objetivos. Pressupõe a combinação de práticas adotadas no âmbito da comunicação social tradicional com relações institucionais sistematizadas e com o emprego das mídias digitais, aí incluídas as mídias e redes sociais (Nunes, 2020).

Técnica/Procedimento	Revisão da literatura
Utilização de mídia televisiva	a. Aumento da influência nos canais televisivos independentes, por meio de subordinação direta ou boicote; b. Divulgação de temas e ideias força da campanha objetivando atingir o Pub A ucraniano.
Mobilização de massas	a. Emprego de <i>outdoors</i> e <i>banners</i> com mensagens de polarização; b. Emprego de redes sociais para provocar manifestações "espontâneas".
Utilização de mídias sociais	
Utilização de <i>outdoors</i> , <i>banners</i>	
Censura	- Fechamento de canais televisivos após a invasão.

QUADRO 3 - Técnicas e procedimentos de informação e influência relativos aos estudos de caso realizados sobre a campanha russa na Crimeia
Fonte: O autor

tos visuais e audiovisuais em mídias digitais, folhetos, cartazes, panfletos, mídias televisivas e, principalmente, em mídias sociais.

Com relação à análise do arcabouço doutrinário nacional, foram identificadas as principais técnicas e procedimentos possíveis de serem empregados no contexto deste trabalho, quais sejam: busca e coleta de dados; estudo de públicos alvo, na vertente da verificação de suas principais características, vulnerabilidades e motivações; realização de pesquisas exploratórias e de teste e avaliação das campanhas; realização de palestras persuasivas com segmentos prioritários do Pub A; disseminação de spots rádio; contatos com comunicadores-chave para potencialização

das mensagens; e inserção de produtos visuais e audiovisuais em mídias digitais, folhetos, cartazes, panfletos, mídias televisivas e, principalmente, em mídias sociais.

O Quadro 4, a seguir, indica as principais ações e estruturas identificadas para o desenvolvimento de mentalidade de

defesa, bem como aquelas que contribuem com tal objetivo mesmo não tendo sido desenvolvidas com essa finalidade precípua. Inicialmente, ao analisar os dados obtidos

Gestor	Ação
MD (CAPES e MD)	Criação do programa Pró-Defesa de pesquisa e desenvolvimento de trabalhos acadêmicos na área de tecnologia e defesa
Instituto Pandiá Calógeras (IBED-IPC)	Criação de um concurso de trabalhos acadêmicos voltados para o tema de defesa
MD	Criação da Associação Brasileira de Estudos de Defesa (ABED)
	Programa Calha Norte
	Projeto Soldado Cidadão
	PROFESP
Atividades de Assessoria Parlamentar	
ESG/EGN	Criação de cursos na área de Defesa para civis
Escola Superior de Defesa (ESD)	Criação da Escola Superior de Defesa
Comissão de Relações Exteriores e Defesa Nacional	Atividades da CREDN
Forças Singulares	Serviço Militar Obrigatório (SMO)
MD, CComSEX e OM	Redes Sociais das Forças Singulares e MD
CcomSEX	Ampliação da Rádio Verde Oliva ⁶
OM	CPOR/NPOR

QUADRO 4 - Estado atual das ações de desenvolvimento de mentalidade de defesa no âmbito das FA
Fonte: O autor



Campanhas norte americanas de desenvolvimento de mentalidade de defesa	Operações de informação (DMT)
Coleta de dados para planejamento de campanhas	Inteligência
Estudo de Pub A para adequação da campanha	Operações Psicológicas
	Comunicação Social
Realização de conferências e palestras persuasivas	Operações Psicológicas
Distribuição de panfletos, pôsteres, cartões e adesivos	Operações Psicológicas
	Comunicação Social
Criação de cartilhas com temas a explorar e temas a evitar	Operações Psicológicas
Relações institucionais com a mídia	Comunicação Social

QUADRO 5 - Correlação entre estudo de caso das campanhas norte americanas e a doutrina militar nacional
Fonte: O autor

por meio dos estudos de caso sobre as campanhas norte-americanas em comparação com a revisão da literatura nacional sobre as técnicas e os procedimentos possíveis de serem desenvolvidos pelas capacidades relacionadas à informação, foram evidenciados diversos pontos de interseção que indicam a possibilidade do emprego da ferramenta de operações de informação no desenvolvimento de mentalidade de defesa.

O Quadro 5 ilustra a correlação apontada acima, de forma a facilitar sua visualização.

Avaliando o referido quadro acima, pode-se verificar o papel importante da inteligência atuando antes do início das demais CRI, realizando o levantamento de dados inicial para dar início às atividades de planejamento das campanhas. Ainda, após o planejamento inicial e durante a execução da campanha, a inteligência continua buscando e fornecendo dados para possíveis adequações necessárias à campanha de desenvolvimento de mentalidade de defesa, conforme citação abaixo:

A CRI Inteligência pode auxiliar em uma campanha nacional permanente para o desenvolvimento da mentalidade de defesa na sociedade brasileira auxiliando os decisores

na elaboração das Necessidades de Inteligência (NI) e do Repertório de Conhecimentos Necessários (RCN), durante a fase de planejamento. Durante a execução, a Inteligência tem capacidade de auxiliar as demais CRI na obtenção da consciência situacional pela execução do ciclo da inteligência, orientando o que deve ser coletado/ buscado, obtendo os dados necessários, produzindo conhecimentos a partir dos dados levantados não só pelos elementos de inteligência, mas também pela

análise dos dados oriundos de outras CRI, e por fim pela difusão de dados precisos ao decisor (SILVA, 2020, p. 34).

As operações psicológicas possuem um papel central nesse tipo de atividade, tendo em vista seu caráter necessariamente voltado à mudança de percepções e comportamentos de determinados Pub A. Nesse sentido, os especialistas nesse tipo de operações orientariam todo o processo de planejamento executado desde o nível estratégico, na concepção inicial da campanha, a fim de planejar atividades, ações e produtos que causariam um impacto real na mudança sensibilização dos públicos-alvo quanto aos temas atinentes ao desenvolvimento de mentalidade de defesa.

Dessa forma, ao avaliar o conteúdo das campanhas norte-americanas em comparação com as possibilidades das CRI brasileiras, verifica-se que há compatibilidade entre as técnicas e os procedimentos possíveis de serem empregados no Brasil e aqueles que foram empregados nas referidas campanhas norte-americanas estudadas na revisão da literatura.

Com relação ao status atual de desenvolvimento de ações que visam ao desenvolvimento de mentalidade de defesa na sociedade, entende-se que há a possibilidade de

empregar recursos humanos especializados nas áreas de estudo das CRI para potencializar as atividades já existentes e planejar, coordenar e executar outras atividades.

Ao traçar um paralelo com as campanhas executadas nos EUA, verifica-se uma busca de parcerias com empresas privadas para alavancar as campanhas, seja aumentando sua visibilidade por meio da propaganda, seja oferecendo recursos financeiros para financiamento das atividades.

Conforme afirmou o General Richard, Chefe do CComSEx, em sua palestra proferida aos capitães alunos da EsAO em agosto de 2020, “devido à alta credibilidade do Exército Brasileiro perante a sociedade, não há uma empresa que não gostaria de ter sua imagem associada ao EB” (NUNES, 2020). Nessa ótica, ao verificar o modelo norte-americano de relação entre as FA e as empresas privadas, acredita-se que uma das formas de potencializar a parceira do MD e o Pub A acadêmico seria buscar uma maior visibilidade de iniciativas, como a do Instituto Pandiá Calógeras, por meio da ampliação da propaganda de tais iniciativas, utilizando o patrocínio de empresas que tenham interesse em associar sua imagem às Forças Armadas.

4.1 Fatores limitadores

Para auxiliar no processo de identificação das possíveis contribuições das Op Info ao desenvolvimento de mentalidade de defesa, apresentamos, neste subitem, algumas limitações que permeiam todo esse processo.

Do ponto de vista estratégico, verifica-se que o PEEEx 2020-2023 (BRASIL, 2019a), alinhado com a END, elenca, em seu OEE Nr 14.1, o desenvolvimento de mentalidade de defesa como atividade a ser desenvolvida pelo EB, buscando “fomentar junto às instituições civis, a pesquisa na área de defesa” e “incrementar a relação do EB junto aos Poderes Constituídos” (BRASIL, 2019a). Entretanto, não há previsão de uma campanha de desen-

volvimento de mentalidade de defesa aos moldes das campanhas estudadas na revisão da literatura, notadamente realizadas pelos EUA.

Considerando a DMT, verifica-se que, apesar da existência das CRI e de suas possibilidades mencionadas anteriormente, as células de Op Info, que pressupõem um trabalho coordenado e sistematizado entre as CRI, somente funcionam em situações de emprego pontual da F Ter, fator que dificulta a interação entre as capacidades e seu adestramento para emprego em conjunto.

5 CONCLUSÃO

A título de conclusão cabe novamente ressaltar a importância que a dimensão informacional adquiriu nos últimos tempos. Com a chegada de novas tecnologias, o acesso à informação tornou-se praticamente instantâneo, afetando diretamente a forma como países e organizações buscam influenciar suas audiências-alvo. A guerra informacional ocorre a todo o momento e envolve uma infinidade de temas que, por vezes, permeiam questões de soberania nacional, seduzindo sociedades inteiras com narrativas corrosivas do ponto de vista da unidade de pensamento nacional.

O exemplo da Ucrânia revela o poder que as operações de informação detêm nos conflitos modernos e faz questionar sobre as possibilidades de ação brasileiras contra iniciativas análogas. Nesse sentido, é importante que o conceito de “ameaça” seja ampliado, abarcando ações e narrativas que busquem corromper a coesão da sociedade nacional, seja por meio de ações bélicas tradicionais, seja por operações de influência conduzidas por quaisquer atores.

Buscando contribuir com as questões levantadas, este trabalho examinou “quais contribuições as Op Info poderiam proporcionar para o desenvolvimento de mentalidade de defesa”. É oportuno destacar que possuir mentalidade de defesa não diz respeito somente a identificar-se com as Forças Armadas. Muitos militares ainda creem que manter e aprimorar a ima-



gem da Força perante a sociedade é suficiente para as necessidades de defesa na dimensão informacional. Mais do que isso, é necessário estimular o surgimento de um pensamento crítico acerca de discussões globais, a fim de se obter a capacidade de identificar ameaças, mesmo que disfarçadas, que possam comprometer ou relativizar a soberania nacional.

Indo ao encontro dessas ideias norteadoras, inicialmente buscou-se, por meio de estudos de caso, verificar quais as ameaças presentes atualmente na dimensão informacional. Nesse sentido, o estudo da campanha russa na Crimeia colaborou para elucidar questões importantes acerca deste tema.

Em um segundo momento, foram estudadas as campanhas desenvolvidas pelos norte-americanos no sentido de desenvolver mentalidade de defesa em sua sociedade nacional. Nesse viés, foi possível identificar a utilização de uma gama de técnicas e procedimentos de informação e influência equivalentes àqueles que se possui na DMT do EB, notadamente dentro das possibilidades das CRI. Essa constatação foi extremamente importante para a conclusão deste estudo, pois, uma vez que se carece de campanhas nesse sentido desenvolvidas em território nacional, foi possível verificar, por meio de comparações e inferências, que há possibilidade do emprego das técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de uma mentalidade de defesa autóctone.

Ainda, entendendo que o tema é abrangente no sentido de englobar aspectos dos níveis tático, operacional e estratégico, buscou-se acrescentar opiniões de especialistas com vasta experiência na área de concentração da pesquisa, contribuindo para formular modelos de aplicação das capacidades do EB no sentido de aprimorar os meios de ação. Cabe salientar que o resultado das entrevistas evidenciou um consenso acerca da possibilidade do emprego das técnicas e procedimentos de Op Info na sensibilização de públicos-alvo sobre temas relativos à defesa nacional.

De forma objetiva e direta, foi constatado

que as atividades de busca e coleta de dados; o estudo de públicos-alvo, na vertente da verificação de suas principais características, vulnerabilidades e motivações; a realização de pesquisas exploratórias e de teste e avaliação das campanhas; a realização de palestras persuasivas com segmentos prioritários do Pub A; a disseminação de spots rádio; os contatos com comunicadores-chave para potencialização das mensagens e a inserção de produtos visuais e audiovisuais em mídias digitais, folhetos, cartazes, panfletos, mídias televisivas e, principalmente, em mídias sociais, podem gerar os efeitos desejados em uma hipotética campanha de desenvolvimento de mentalidade de defesa. Ainda, deve-se considerar que os resultados de tais atividades seriam significativamente acelerados com o emprego sinérgico das CRI, buscando a repetição e a orquestração dos temas dessa eventual campanha.

Formalmente, foram observados diversos óbices à realização de tais atividades na atualidade, especialmente pelo fato de algumas CRI ainda estarem em fase de desenvolvimento e maturação no EB, pela inexistência de uma célula de Op Info atuante em situação de normalidade e pela ausência de uma estrutura que promova uma campanha nacional permanente desde o nível estratégico e que emita as diretrizes a serem executadas pelas frações no nível tático elencadas neste trabalho de forma a atender às demandas da END.

É válido ressaltar, do ponto de vista ético do desenvolvimento de uma campanha de sensibilização nesse nível, que os objetivos psicológicos de tal atividade têm um caráter coesivo, que visa, em última análise, manter a soberania de nossa Pátria. Assim, desde que empregada dentro dos limites estabelecidos, tal campanha poderia convergir com as necessidades da END, concretizando um cenário harmônico para o pensamento nacional de defesa.

Atualmente, já são desenvolvidas ações, principalmente pelo MD, no sentido de fomentar uma mentalidade de defesa nacional, buscando aproximações junto ao público aca-

dêmico e por meio do aprimoramento das relações institucionais com os demais poderes constituídos. Todavia, cabe ser observado que, para se obter maior efetividade e celeridade nos resultados almejados, faz-se necessária a sistematização de procedimentos e a orquestração de temas inerentes ao objetivo psicológico que se busca atingir, sendo, assim, imprescindível o emprego de especialistas desde os níveis mais elevados de planejamento, a fim de viabilizar uma campanha eficiente.

Por fim, acredita-se que este trabalho, de por si, colabora com os objetivos propostos de desenvolvimento de mentalidade de defesa no sentido de que fomenta um debate acadêmico que possibilita a ampliação dos horizontes de conhecimento acerca do tema.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. **Estratégia Nacional de Defesa (END)**. Ministério da Defesa. Brasília-DF, 2012.
- _____. Exército Brasileiro. Estado Maior. **EB20-MC-10.213: Operações de Informação**. 2ª. ed. Brasília, DF, 2019.
- _____. Exército Brasileiro. Estado Maior do Exército. **EB20-MF-03.103: Comunicação Social**. 2ª Ed. Brasília-DF, 2017.
- _____. Exército Brasileiro. Centro de Comunicação Social do Exército. **EB10-MT-11.001: Técnicas e Procedimentos de Comunicação Social**. 1. Ed. Brasília, DF, 2017.
- _____. Exército Brasileiro. Estado Maior. **EB70-MC-10.221: Cooperação Civil-Militar**, 1ª Ed. Brasília-DF, 2017.
- ANDRADE, V. M. (2020). **Possibilidades de emprego das técnicas e procedimentos de operações de informação no gerenciamento de percepções para o desenvolvimento de mentalidade de defesa**. Mestrado apresentado a Escola de Aperfeiçoamento de Oficiais. Rio de Janeiro -RJ, 2020.
- FISCHER, Nick. **The Committee on Public Information and The Birth of American State Propaganda**. Australian Journal of American Studies (p. 58), junho de 2016.
- KELLER, Paul Watson. **The Four-Minute Man**. University of Wisconsin, 1940.
- KOFMAN, Michael; MIGACHEVA Katya; NICHIPORUK, Brian; RADIN, Andrew; TKACHEVA, Olesya; e OBERHOLTZER, Jenny. **Lessons from Russia's Operation in Crimea and Eastern Ukraine**. RAND Corporation, 2017.
- LE, Stefanie. **The Relationship Between the Media and the Military**. Harvard Extension School, 2016.
- MENDES, P. B. **A participação das organizações militares do Exército no desenvolvimento de mentalidade de dessa no Brasil**. Coleção Meira Mattos, pg. 357-368. Maio-Agosto de 2015.