



ESCOLA DE COMANDO E ESTADO-MAIOR DA AERONÁUTICA
COORDENADORIA ACADÊMICA
CURSO AVANÇADO DE COMANDO E ESTADO-MAIOR

CHRISTIANO PINTO **MARÇAL**, Ten Cel Int

A desinformação nas redes sociais e a opinião pública sobre a FAB

Rio de Janeiro

2022

ESCOLA DE COMANDO E ESTADO-MAIOR DA AERONÁUTICA
COORDENADORIA ACADÊMICA
CURSO AVANÇADO DE COMANDO E ESTADO-MAIOR

CHRISTIANO PINTO **MARÇAL**, Ten Cel Int

A desinformação nas redes sociais e a opinião pública sobre a FAB

Trabalho de conclusão de curso apresentado,
como requisito parcial para aprovação, no
Curso Avançado de Comando e Estado-Maior.
Linha de Pesquisa: Operações Militares.
Orientador: Mario Luis Ribeiro Santos.

Rio de Janeiro

2022

AGRADECIMENTO

Agradeço a Deus que me concedeu vida, saúde e a oportunidade de concluir este trabalho, ao meu orientador, Cel Av R1 Mario Ribeiro, pela generosa atenção e disponibilidade dedicada a esta pesquisa, ao Ten Cel Av Breno, pela amizade e contribuição com a revisão do artigo, e aos meus familiares que compreenderam os meus dias ausentes.

RESUMO

Esta pesquisa objetivou compreender de que maneira a desinformação nas redes sociais pode influenciar na imagem da Força Aérea Brasileira junto ao seu público-alvo, durante a realização das suas Ações, sendo delimitadas para Ações de Transporte Especial ocorridas no ano de 2021. A metodologia da pesquisa foi bibliográfica e documental. Desse modo, verificou-se que as ferramentas de Comunicação Social da Força coadunam com a fundamentação teórica. Além disso, foram pesquisados episódios de desinformação ocorridos em várias gerações de conflitos armados históricos, observando-se que tais episódios influenciaram a opinião pública envolvida, inclusive através de redes sociais, nos conflitos mais recentes. Outrossim, foi verificado que houve o monitoramento oportuno de episódios de desinformação nas redes sociais, sendo analisadas menções, engajamentos e compartilhamentos de usuários comuns e de influenciadores digitais, registrados pelo software *Talkwalker*®, utilizado pela Comunicação Social da Força Aérea Brasileira. Também foi verificado, por meio de uma pesquisa realizada por instituto especializado, que diminuiu o nível de confiança da opinião pública nas forças armadas no ano de 2021. Destarte, pelos resultados obtidos ao final do artigo, confirmou-se a hipótese de que episódios de desinformação como a divulgação de informações falsas, mal formuladas ou mal interpretadas em redes sociais, que são veículos de rápida comunicação e grande alcance na internet, influenciaram na imagem da instituição junto à opinião pública, durante a realização de suas Ações de Transporte Especial em 2021.

Palavras-chave: desinformação; redes sociais; opinião pública; FAB

ABSTRACT

This research aimed to understand how disinformation in social media could influence the image of the Força Aérea Brasileira in target audience, during the performance of its Actions, being delimited to Special Transport Actions that occurred in 2021. The research methodology was bibliographic and documentary. Thus, it was verified that the Force's Public Affair tools are consistent with the literature. In addition, episodes of misinformation occurred in several generations of historical armed conflicts were researched, observing that such episodes influenced the public opinion involved, including through social media, in the most recent conflicts. Moreover, it was verified that there was timely monitoring of episodes of disinformation on social media, being analyzed mentions, engagements and sharing of common users and digital influencers, registered by the Talkwalker® software, used by the Public Affair of the Força Aérea Brasileira. It was also verified, through a research conducted by a specialized institute, which decreased the level of public confidence in the armed forces in 2021. Thus, by the results obtained at the end of the article, it was confirmed the hypothesis that episodes of misinformation such as the dissemination of false, poorly formulated or misinterpreted information on social media, which are vehicles of rapid communication and wide reach on the Internet, influenced the image of the institution with public opinion, during the performance of Special Transport Actions in 2021.

Keywords: *misinformation; social media; public opinion; FAB.*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Desenvolvimento geracional de guerras.....	15
Figura 2 – Modelo dimensional dos conflitos de quinta geração	16
Figura 3 – Sítio eletrônico da FAB.....	18
Figura 4 – Vídeo da Mesquita de Al-Aqsa.....	19
Figura 5 – Ranking de alcance potencial (Gilmar Mendes).....	20
Figura 6 – Ranking de Influenciadores engajados (Gilmar Mendes).....	20
Figura 7 – Número de menções e engajamentos (Gilmar Mendes).....	21
Figura 8 – Ranking de alcance potencial (Renan Calheiros).....	21
Figura 9 – Ranking de Influenciadores engajados (Renan Calheiros).....	22
Figura 10 – Número de menções e engajamentos (Renan Calheiros).....	22
Figura 11 – Ranking de alcance potencial (Olavo de Carvalho).....	23
Figura 12 – Ranking de Influenciadores engajados (Olavo de Carvalho).....	23
Figura 13 – Número de menções e engajamentos (Olavo de Carvalho).....	24
Quadro 1 – Episódios de desinformação identificados pelo <i>Talkwalker</i> ® em 2021.....	19
Gráfico 1 – Pesquisa de opinião pública.....	25

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	7
2	METODOLOGIA.....	9
3	REFERENCIAL TEÓRICO	11
3.1	As redes sociais, seus influenciadores e a cultura da convergência	12
3.2	A dimensão informacional e as gerações de guerras	13
4	APRESENTAÇÃO DE DADOS E ANÁLISE DE RESULTADOS.....	17
5	CONCLUSÃO.....	25
	REFERÊNCIAS	28

1 INTRODUÇÃO

Os registros históricos mais remotos sobre a existência da humanidade demonstram que, devido à natureza conflituosa do ser humano, sempre houve certa preocupação das primeiras comunidades ou civilizações com a organização de exércitos, em busca de proteção territorial ou a fim de conquistar novos territórios, preparando assim os seus soldados para a guerra.

Com o passar do tempo, os conflitos armados passaram a sofrer a influência de grandes pensadores, como o emblemático e místico Sun Tzu, além de estrategistas como o imperador francês Napoleão Bonaparte e o general prussiano Carl von Clausewitz, considerados até os dias de hoje como referências da ciência e da arte da guerra.

A partir do conceito de Estado-Nação, criado na Europa pelo tratado de Paz de Westfália no século XIX, nas guerras modernas as atividades militares passaram a ser subordinadas às decisões políticas dos governantes. Já a partir do século XX, os Estados passaram a não ser mais os únicos protagonistas dos grandes conflitos, pois surgiram atores não estatais como movimentos revolucionários, grupos terroristas e demais insurretos interessados em deter o poder em diversas nações.

Nesse período, cabe destacar que a opinião pública nem sempre influenciou nas decisões de seus governantes para a realização de atividades militares em geral, como Ações ou Tarefas da Força Aérea Brasileira (FAB), por exemplo, independentemente dessas atividades serem apenas treinamentos em tempos de paz ou emprego real em conflitos armados. Fato que foi evoluindo em conformidade com as mudanças na ordem política de cada país, sobretudo com o fortalecimento das democracias.

No Brasil, atualmente as operações militares são autorizadas pelo Governo Federal e coordenadas pelo Ministério da Defesa, nos termos do que dispõe a Constituição Federal e as legislações específicas (BRASIL, 1988). Assim, o sistema democrático brasileiro legitima a importância do reconhecimento positivo dessas operações junto à opinião pública nacional.

A Doutrina Básica da FAB descreve que as Operações Militares podem conter diversas Ações de Força Aérea, e que estas são executadas pela combinação de meios de Força Aérea, a fim de alcançar determinados efeitos desejados (BRASIL, 2020).

Para isso, a FAB reconhece a fundamental importância da Comunicação Social, visando preservar a imagem da instituição e manter a opinião pública favorável às suas Ações, por meio de Relações Públicas diretas com a sociedade e através da Informação Pública por intermédio da mídia (BRASIL, 2020).

Desse modo, tendo em vista que atualmente as redes sociais têm se destacado como grandes canais de comunicação e informação para os brasileiros, a FAB tem se utilizado também destes canais de comunicação. Contudo, vale ressaltar que as redes sociais, justamente pela sua rapidez e alcance, também têm sido utilizadas como canais de desinformação, e tal fato trouxe inquietação ao autor deste artigo.

Nesse aspecto, a problematização desta pesquisa considerou a hipótese de que episódios de desinformação como a divulgação de informações falsas, mal formuladas ou mal interpretadas em redes sociais, que são veículos de rápida comunicação e grande alcance na internet, podem influenciar na imagem da FAB junto à opinião pública, durante a realização das suas Ações.

Assim, o objetivo geral do artigo foi compreender de que maneira a desinformação nas redes sociais pode influenciar na imagem da FAB junto ao seu público-alvo, durante a realização das suas Ações.

Visando atingir ao objetivo geral, este estudo se propôs a alcançar um conjunto de objetivos específicos, a fim de comprovar ou não a hipótese estabelecida. Então, o primeiro objetivo específico buscou pesquisar as Diretrizes de Comunicação Social (Com Soc) da FAB e confrontá-las com teorias que embasam as comunicações institucionais, considerando a cultura da convergência das redes sociais. O segundo objetivo específico foi conduzido com o intuito de estudar conflitos armados históricos, com o fito de verificar se as atuais narrativas divulgadas por mídias sociais foram empregadas na dimensão informacional, a fim de influenciar à opinião pública envolvida na época destes conflitos. Como terceiro objetivo específico, o autor procurou investigar registros de desinformação nas redes sociais, envolvendo Ações de Transporte Especial (Trnsp Esp) da FAB, inferindo se as ferramentas utilizadas pelo Centro de Comunicação Social (CECOMSAER) permitem o oportuno monitoramento dos registros eventualmente identificados. Como quarto objetivo específico, coube observar se houve pesquisas de opinião sobre a FAB ou sobre as forças armadas, realizadas por institutos especializados, durante o período definido pelo estudo.

Para alcançar tais objetivos, esta pesquisa utilizou-se das técnicas da pesquisa bibliográfica e documental. Já a coleta de dados foi limitada às redes sociais *Twitter*®, *Facebook*®, *Instagram*® e *Youtube*®, analisando publicações relativas a Trnsp Esp realizadas pela FAB no período compreendido entre 01/01/2021 e 31/12/2021.

Dessa forma, a importância deste artigo se justifica pelo fato de colaborar com a Com Soc da Força Aérea Brasileira na oportuna preservação da imagem da instituição junto à opinião pública nacional, durante a realização das suas Ações em tempos de paz ou no possível emprego

em conflitos armados, coadunando com a linha de pesquisa adotada, que visa à Comunicação Social no Teatro de Operações.

2 METODOLOGIA

O presente estudo foi alicerçado em uma linha de raciocínio que reúne os procedimentos técnicos e intelectuais para alcançar os objetivos propostos. Dessa maneira, o artigo foi descritivo e de abordagem qualitativa e quantitativa, por meio da coleta e do tratamento de dados obtidos pela pesquisa bibliográfica e documental, utilizando-se de fontes primárias e secundárias como legislações, obras consagradas de diversos autores, regamentos militares, anuários estatísticos, sítios eletrônicos, artigos científicos, monografias e afins (VERGARA, 2007).

Cabe ressaltar que o autor deste estudo aplicou o critério de acessibilidade, em consonância ao pensamento de Vergara (2007), isto é, selecionando elementos pela maior facilidade de acesso, como a busca em sítios eletrônicos, por exemplo.

Quanto à delimitação necessária ao universo de pesquisa proposto, o autor optou por escolher as redes sociais *Twitter*®, *Facebook*®, *Instagram*® e *Youtube*®, tendo em vista que são as utilizadas pela FAB.

Outrossim, as Ações de Transporte Especial realizadas pela FAB, no período compreendido entre 01/01/2021 e 31/12/2021, foram adotadas como amostra da pesquisa pelo fato de transportarem as maiores autoridades da república, representadas pelos poderes executivo, legislativo e judiciário. Por isso, tais Ações trazem uma ligação natural com a opinião pública, sem serem confundidas com qualquer viés político, conforme devem ser as atividades dos órgãos de Estado, ou seja, sempre em busca do bem comum.

Nesse alvitre, para o alcance do primeiro objetivo específico, foi realizada pesquisa documental e bibliográfica, a fim de verificar se as Diretrizes e atividades inerentes à Com Soc da FAB guardam aderência com os conceitos estudados neste artigo, que tratam sobre a importância da comunicação institucional na era das redes sociais. Por conseguinte, também foram estudadas as atuações dos atores denominados como influenciadores digitais nas redes, que contribuem para a cultura da convergência existente nessas mídias. Para isso, foram consultados os estudos de Jacomini (2011), Kotler e Armstrong (2007), Robbins (2005), Abidin (2015), Lipovetsky (2009), Jenkins (2015) e McLuhan (2003).

Também foram pesquisados diversos registros, estudos e teorias sobre as gerações de conflitos históricos, destacando suas características mais marcantes, a fim verificar se foram

propagadas narrativas com o intuito de influenciar à opinião pública envolvida. Essas pesquisas levaram em consideração a relação da dimensão informacional dos conflitos, conforme as tecnologias existentes em cada época, cumprindo o estabelecido pelo segundo objetivo específico do artigo. Para o cumprimento deste objetivo, foram considerados estudos de Lind (2005), Visacro (2018), Visacro (2022) e Bucci (2010).

Seguindo em busca de atender ao terceiro objetivo específico, foi realizada investigação de eventuais registros de desinformação nas redes sociais *Twitter*®, *Facebook*®, *Instagram*® e *Youtube*®, envolvendo Ações de Transporte Especial realizadas pela Força Aérea Brasileira, que possam ter causado prejuízos à imagem da instituição, considerando o alcance, a velocidade e a profundidade de notícias falsas veiculadas na internet (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018). Neste mesmo objetivo, as publicações nas citadas redes foram identificadas por um *software* utilizado pelo CECOMSAER, denominado *Talkwalker*®, que buscou analisar os resultados obtidos, conforme o engajamento positivo e negativo dos usuários das citadas redes sociais, bem como pelos compartilhamentos das notícias publicadas. Para este objetivo específico, também foi elencado o estudo citado por Minari (2021).

Para o quarto objetivo específico proposto, foram investigadas pesquisas contemporâneas sobre a imagem da FAB ou das forças armadas, perante a opinião pública, realizadas por institutos especializados, a fim de elucidar possíveis relações entre a desinformação nas redes sociais e a percepção do público sobre a Força.

Foram realizadas consultas ao sítio da FAB, no qual encontram-se disponíveis de modo ostensivo todas as diretrizes de Com Soc da Força, bem como o acesso às ferramentas de divulgação de suas Ações.

Os registros referentes às Ações de Trnp Esp, realizadas em 2021, foram extraídos de um arquivo de planilhas ostensivas, disponível no sítio eletrônico da FAB.

Quanto às publicações relativas às Ações de Trnp Esp, divulgadas nas redes sociais citadas, foram fornecidas pelo CECOMSAER, a pedido do autor, através de relatórios gerados pelo *software Talkwalker*®.

Ato contínuo, após os estudos e levantamentos realizados, os dados obtidos foram tratados e organizados em formato de figuras, quadros e gráficos, visando à análise e compreensão dos resultados encontrados.

Sendo assim, o autor deste trabalho buscou o devido embasamento teórico, visando atender ao objetivo do artigo.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

As Ações de Força Aérea que compõem suas operações militares baseiam-se na prestação de um serviço público de Estado, realizado por instituição regular e permanente que visa ao bem comum, independente de qual seja a operação. Por isso, devem antes de tudo cumprir os preceitos constitucionais (BRASIL, 1988).

Entretanto, além da instituição cumprir sua missão precípua efetivamente, também precisa ser reconhecida pelo seu público-alvo. Por isso, cada vez mais o ato de se comunicar torna-se estratégico e fundamental ao êxito de qualquer instituição, independente do segmento de atuação (JACOMINI, 2011).

Então, considerando a necessidade da FAB exercer sua missão constitucional de defesa da Pátria e dos poderes constituídos, é necessário que a instituição se comunique com a população de forma clara e direta, inclusive considerando que as diversas mensagens produzidas em meios de comunicação contribuem para a formação da imagem da organização (KOTLER; ARMSTRONG, 2007). Para isso, a Doutrina básica da Força Aérea Brasileira classifica sua Com Soc como uma Ação que emprega Meios de Força Aérea em busca da opinião pública favorável às suas atividades, utilizando a função de Relações Públicas (RP) para se comunicar diretamente com a sociedade e a função de Informação Pública (Info Pub), buscando a comunicação com seu público através da mídia (BRASIL, 2020).

Nesse sentido, Robbins (2005) registra que a comunicação institucional precisa ser transmitida e integralmente compreendida, sobretudo quando se trata de uma instituição com grande público, uma vez que existe uma relação direta entre o número de receptores e a probabilidade de distorções na comunicação.

Cabe destacar que a noção de desinformação foi concebida neste estudo como toda informação falsa, mal formulada ou mal interpretada, que confunda ao leitor, divulgada intencionalmente ou não, e que possa prejudicar a imagem da FAB. Isso porque a noção de desinformação possui desdobramentos em outros conceitos popularmente conhecidos como *fake News* (notícias falsas) pós-verdade (crença envolvida por sentimentos) e *deepfake* (vídeos montados para desacreditar figuras públicas). Esses novos conceitos de *the new information disorder*, referem-se a desordens na informação, na comunicação e na persuasão do público alvo (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017).

Por esse olhar, é oportuno citar que em um estudo realizado pelo *Massachusetts Institute of Technology – MIT*, no qual foram comparadas as difusões de notícias verdadeiras e falsas no

Twitter, concluiu-se que a velocidade, o alcance e a profundidade de propagação das notícias falsas foram bem maiores que as notícias verdadeiras (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018).

Além do citado estudo, com o intuito de monitorar e combater a desinformação nas redes sociais, o MIT desenvolveu um programa denominado de Reconhecimento de Operações de Influência - RIO, que detecta automaticamente diversas narrativas de desinformação, além de identificar os indivíduos responsáveis pela divulgação do assunto, tudo por meio de algoritmos programados para tal finalidade (MINARI, 2021).

E nesse ambiente de interação social, muitas vezes propício à disseminação de desinformação, surgem os chamados influenciadores digitais, convergindo indivíduos e até grupos inteiros a seguirem tendências e comportamentos sociais

3.1 As redes sociais, seus influenciadores e a cultura da convergência.

O destaque mundial adquirido pelas redes sociais não é diferente no cenário brasileiro, tanto pela grande participação dos usuários comuns, quanto pela atuação dos já citados influenciadores digitais que, ao construírem sua grande audiência junto à sociedade, passaram a formar opiniões de modo significativo (ABIDIN, 2015).

Segundo Abidin (2015), a principal diferença entre os influenciadores digitais que ficaram conhecidos pelas redes sociais e as celebridades midiáticas tradicionais paira sobre suas histórias de origem. A pesquisadora ressalta que, ao contrário das estrelas já consagradas, os influenciadores são pessoas mais populares e que, portanto, passam a ter uma maior interação com o público.

Nesse pensamento, ao tratar do fenômeno dos influenciadores digitais projetados pelas redes, Lipovetsky (2009) os classifica como ídolos que ascenderam muito rápido e que, por atuarem no mesmo espectro digital que seus seguidores, tornam-se mais próximos de seus fãs.

Todavia, independentemente de ser uma celebridade já reconhecida que passa a interagir nas redes sociais, ou simplesmente uma pessoa comum que ganhou fama pela sua atuação nas redes, é fato que ambas são formadoras de opinião, sobretudo quando alcançam uma grande audiência e o engajamento do público em geral.

Como exemplo, vale citar a plataforma digital *Instagram*, uma das mais acessadas pelos brasileiros, na qual o jogador de futebol Neymar Júnior passou a ser um influenciador digital e possui expressivos 169 milhões de seguidores, enquanto o comediante Windersson Nunes, inicialmente desconhecido da mídia tradicional, influencia mais de 57 milhões de fãs (HARADA, 2022).

Ao pesquisar o ambiente digital, nota-se que muitos influenciadores utilizam as suas mídias sociais não apenas como ferramentas de trabalho, mas também realizam ações positivas junto à sociedade, como serviços de utilidade pública. Tal fato pode ser observado pela campanha na qual influenciadores digitais se mobilizaram para ajudar vítimas dos deslizamentos de terra ocorridos em 2022 na cidade de Petrópolis, no Rio de Janeiro (LEGRAMANDI, 2022).

O grande efeito de influência das redes sociais pode ser explicado pela cultura da convergência que, para Jenkins (2015), significa um tempo novo no universo da comunicação em uma sociedade pós-moderna, na qual as pessoas não querem mais somente receber informações, buscando também participar ativamente do processo comunicacional e, conseqüentemente, da sociedade. Nesse sentido, McLuhan (2003) considera que os meios de comunicação são verdadeiras extensões dos seres humanos, pois aumentam a capacidade humana de ver, ouvir e sentir mais longe que o limite dos seus sentidos pode permitir. E quando se trata de redes sociais, nas quais as pessoas podem receber informações e ainda se manifestar com possibilidade de grande alcance, velocidade e influência, o usuário passa a se sentir potencial protagonista de verdadeiras mudanças sociais.

Por esse olhar, faz-se necessário observar que o potente espectro das redes sociais configura um vasto campo que também favorece a disseminação de desinformação, o que pode prejudicar a imagem de organizações como a FAB, tanto em suas atividades regulares em tempo de paz, quanto em possíveis conflitos armados históricos e atuais como as chamadas Guerras de Quinta Geração.

3.2 A dimensão informacional e as gerações de guerras.

A linha do tempo dos conflitos armados modernos estabelece um marco no término da Guerra dos Trinta Anos e na assinatura do Tratado de Paz de Westfália, em 1648. Este Tratado trouxe a definição de Estado-Nação como figura central do novo sistema de relações na Europa, enfatizando a primazia da não-intervenção nos territórios soberanos (LIND, 2005).

Os registros históricos de conflitos armados anteriores ao conceito de Estado-Nação relatam contendas entre tribos, clãs, famílias, grupos religiosos, cidades, entre outros, permitindo o monopólio da guerra aos Estados somente a partir de Westfália (LIND 2005).

Como exemplo, cita-se características de violência em vários graus, inclusive ataques terroristas que, de acordo com Laqueur (2002 apud RABELLO, 2007), datam de 63-73 DC,

realizados pelos Sicarii, com a finalidade de retirar os romanos da Palestina, assassinando brutalmente seus oponentes em meio a multidões.

Nessa ótica, Lind (2005) classifica gerações de guerra e cita a ocorrência da Primeira Geração entre a Guerra dos Trinta Anos (1618 a 1648) e as Guerras Napoleônicas (1799 a 1815), estabelecendo os conflitos ocorridos antes da Revolução Industrial como as chamadas guerras de linhas e colunas, nas quais havia o combate corpo a corpo, devido ao curto alcance dos armamentos utilizados. Tais conflitos também foram marcados pela ordem, pela disciplina e pelo combate linear nos campos de batalha, originando as formações militares, o uso de uniformes e a adoção de graus hierárquicos, como observado na Batalha de *Waterloo*, por exemplo.

Já no período após a Revolução Industrial, a Segunda Geração trouxe, a exemplo das guerras da Crimeia (1853 a 1856), de Secessão dos Estados Unidos (1861 a 1865) e da Primeira Guerra Mundial (1914 a 1918), características ainda semelhantes à Primeira Geração, como a obediência, a linearidade e a disciplina nas batalhas. Porém, houve inovações bélicas inseridas como armas de fogo automáticas, carros de combate, fogo de artilharia de maior alcance e o emprego de aeronaves, conforme observado na Primeira Guerra Mundial (LIND, 2005).

Na Terceira Geração, Lind (2005) destaca que predominou um maior desenvolvimento tecnológico, bem como a mobilidade, a iniciativa e a liberdade de ação e de criatividade, em detrimento do modelo de disciplina anterior. O principal exemplo da Terceira Geração é a Segunda Guerra Mundial (1939 a 1945), na qual os blindados, as aeronaves e os equipamentos de comunicação foram utilizados em prol de maior flexibilidade, velocidade, mobilidade, surpresa, iniciativa e apoio logístico, conforme observado nas batalhas alemãs denominadas de relâmpago, ou *blitzkrieg*.

A Quarta Geração surge em uma transição da geração anterior, caracterizada principalmente pela presença de atores não estatais, demonstrando que os Estados já não possuem o monopólio da guerra, passando a enfrentar também grupos étnicos, separatistas, anarquistas, terroristas, religiosos e até o crime organizado. Como exemplos, cita-se a Al-Qaeda, o Hamas, o Hezbollah, e as Forças Revolucionárias da Colômbia (LIND, 2005).

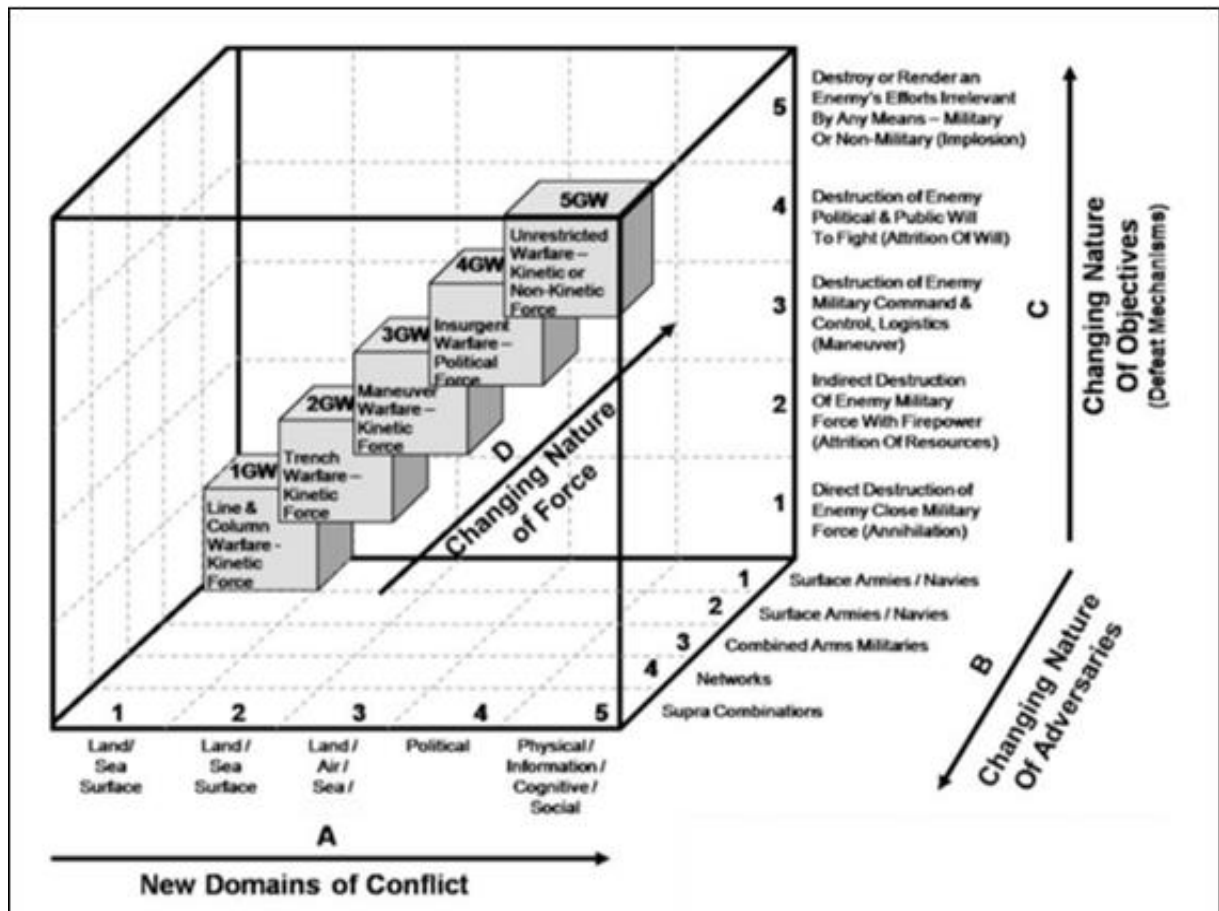
Vale destacar que já existe uma Quinta Geração de Guerras, na qual a dimensão informacional tornou-se tão importante quanto a dimensão física (VISACRO, 2018), sobretudo pelo avanço de novas tecnologias, bem como pela velocidade de informações, pelo alcance e pelo poder de influência da *internet* e das redes sociais perante à sociedade.

Além disso, observa-se que as guerras de Quinta Geração não demonstram condicionante atrelada a um teatro de operações definido, nem tampouco à presença de atores

específicos ou à utilização de táticas que respeitem determinadas convenções. Nas Guerras de Quinta Geração, Bucci (2010) entende que os soldados atuem de modo integrado e conheçam a dimensão psicossocial das pessoas com as quais interagem.

Nota-se, então, que as gerações de guerras classificadas por Lind (2005) foram acrescentadas pelos estudos do *5GW Educational Institute* à representação tridimensional demonstrada pela Figura 1, buscando organizar as gerações de guerras conforme se destacam os atores e os domínios onde ocorrem as contendas (BUCCI, 2010).

Figura 1 – Modelo 3D – Desenvolvimento geracional de guerras

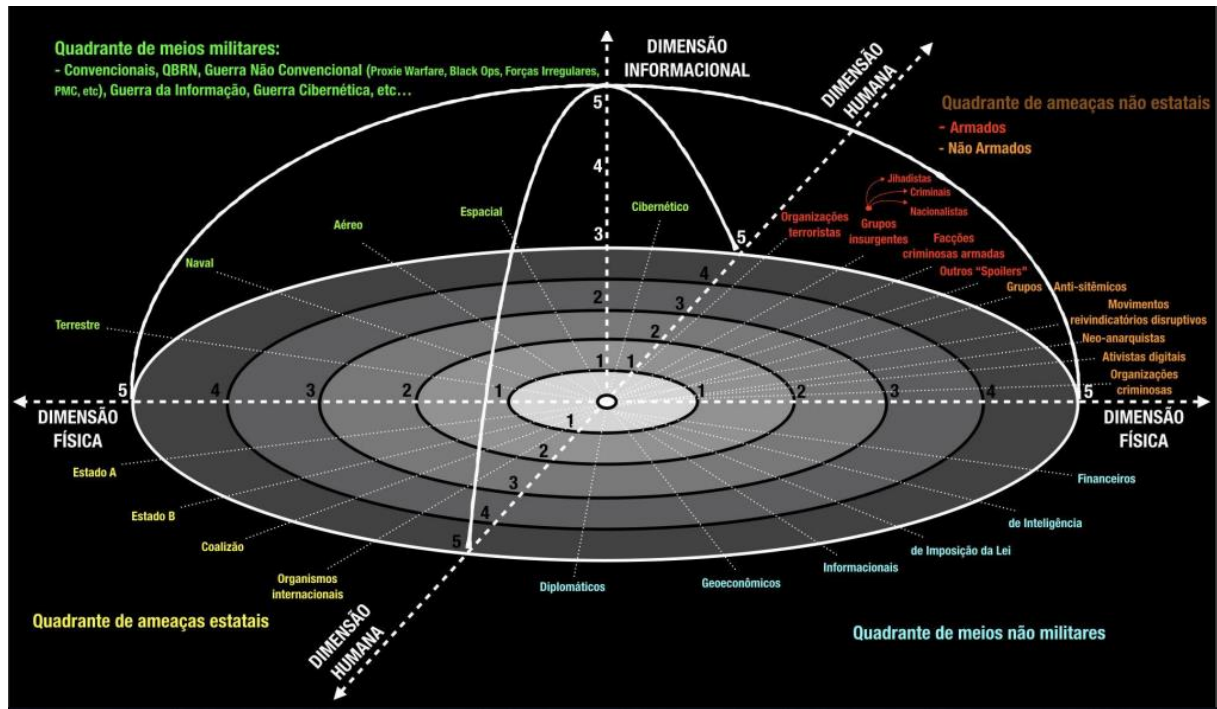


Fonte: Bucci (2010)

Assim, a Figura 1 deixa clara a inclusão das dimensões informacional, cognitiva e social nas guerras de Quinta Geração. Desta forma, os conflitos atuais demonstram uma miríade de ações em diversas dimensões, inclusive trazendo consequências aos Estados e aos seus nacionais, mesmo sem necessariamente haver um teatro de operações cinéticas.

Sobre esse complexo espectro dimensional das guerras de Quinta Geração, nota-se que a dimensão informacional se correlaciona com os demais eixos e quadrantes dos conflitos atuais, conforme representado na Figura 2.

Figura 2 – Modelo dimensional dos conflitos de quinta geração



Fonte: Visacro (2022)

Apesar de Lind (2005) estabelecer características marcantes e uma certa temporalidade em cada geração de guerras, aduz-se pelos estudos realizados que a dimensão informacional, ainda que em menor escala, já vem sendo utilizada desde a Segunda Guerra mundial (1939 a 1945), como no caso em que o Ministério da Propaganda alemão divulgou à imprensa internacional o número de duzentos mil mortos na cidade de Dresden, bombardeada pelos aliados, quando o número verdadeiro era de vinte e cinco mil mortos (LUCKHURST, 2020).

Um outro exemplo pode ser visto na Guerra do Vietnã (1964 a 1973), que apesar da violência empregada nas táticas de guerrilha utilizadas pelo Vietnã do Norte, o país conseguiu grande apoio da imprensa internacional, divulgando seletivamente as cenas de ataques americanos com efeitos colaterais a crianças vietnamitas, angariando comoção internacional e mudando a opinião pública americana, que passou a ficar contrária à guerra (VISACRO, 2018).

Por fim, no conflito árabe-israelense, há décadas que a dimensão informacional vem ganhando destaque, inclusive com diversas narrativas nos últimos anos divulgadas em redes sociais, a fim de buscar apoio da opinião pública (VISACRO, 2018).

Vale ressaltar, então, que no cenário de grande alcance, velocidade e influência da comunicação praticada atualmente nas redes sociais, a dimensão informacional está cada vez mais inserida no cotidiano político que conduz as sociedades. Por isso, esta dimensão ainda traz

consigo uma relação direta com o pensamento defendido por Clausewitz (1979), de que a guerra retrata a política continuada por outros meios.

Portanto, aduz-se que atualmente há um cenário social propício à guerra informacional, independentemente de haver uma guerra oficialmente declarada ou mesmo um conflito definido por ações cinéticas ou não cinéticas em determinado teatro de operações, o que torna ainda mais evidente a necessidade de órgãos de Estado buscarem constantemente o apoio da opinião pública sobre suas atividades.

Nesse cenário, julga-se oportuno analisar os dados obtidos para a elaboração desta pesquisa, visando clarificar em que medida os episódios de desinformação eventualmente divulgados nas redes sociais podem influenciar na imagem da FAB junto ao seu público-alvo.

4 APRESENTAÇÃO DE DADOS E ANÁLISE DE RESULTADOS

Em busca de cumprir o objetivo geral deste artigo, de acordo com a metodologia proposta, o primeiro objetivo específico foi elucidado ao se verificar que as Diretrizes de Com Soc da FAB estão em consonância com a fundamentação teórica elencada. Logo, observou-se que a FAB exerce sua comunicação institucional, considerando a importância das redes sociais, bem como a atuação dos influenciadores digitais e a cultura da convergência existente na sociedade pós-moderna, conforme os estudos de Jacomini (2011), Kotler; Armstrong (2007), Robbins (2005), Abidin (2015), Lipovetsky (2009), Jenkins (2015) e McLuhan (2003).

Desse modo, foi constatado que os manuais e regulamentos disponíveis no sítio do CECOMSAER normatizam a utilização de sítio eletrônico, aplicativo para celular, canais e contas institucionais em redes sociais, bem como centrais de conteúdo que abrangem várias formas de aproximação rápida com o público, de forma direta e através da mídia.

Como exemplo de atuação do Com Soc, observou-se que existem a FAB TV e a Rádio Força Aérea FM, que divulgam notícias semanais sobre os principais acontecimentos afetos à instituição. Também há o *podcast* da FAB, com entrevistas na *internet* sobre assuntos peculiares à Força. Existe, ainda, a Turma do Fabinho, um desenho animado que presta serviços de utilidade pública à sociedade, atraindo a atenção da população mais jovem, além do canal no *Youtube*® e das contas ativas no *Twitter*®, *Facebook*® e *Instagram*®.

A Figura 3 representa a interatividade digital disponibilizada no sítio da FAB, possibilitando acesso direto a todas as mídias oferecidas ao seu público-alvo.

Figura 3 – Sítio eletrônico da FAB



Fonte: FAB (2022)

Desta forma, percebe-se que a FAB disponibiliza, em seu sítio eletrônico, os diversos meios de acesso a informações referentes às suas Ações e se comunica de forma estratégica com seu público-alvo (JACOMINI, 2011).

Assim, observa-se que as ferramentas de comunicação utilizadas pela Força permitem interação com a população de forma clara e direta, reforçando a construção e a manutenção da imagem da organização (KOTLER; ARMSTRONG, 2007).

Por esse prisma, nota-se que a Com Soc atua com o fito de que a comunicação institucional da FAB seja transmitida e bem compreendida pelo seu grande público (ROBBINS, 2005).

Quanto ao segundo objetivo específico, foi verificado que em diversos conflitos armados históricos, houve a preocupação dos atores envolvidos na busca pelo apoio da opinião pública, através de narrativas identificadas desde a Segunda Geração de Guerras, como no caso da Segunda Guerra Mundial, pela divulgação falsa do número de mortos na cidade alemã de Dresden, citado por Luckhurst (2020).

Na Terceira Geração, também foi constatado neste estudo que houve desinformação, por exemplo, nas imagens seletivas de violência divulgadas pelo Vietnã do Norte, culminando com a perda de apoio da opinião pública aos Estados Unidos, inclusive em âmbito internacional (VISACRO, 2018).

A partir da Quarta Geração, observou-se episódios de desinformação nas redes sociais, praticados por atores não estatais e seus apoiadores, como os grupos extremistas Hezbollah e

Hamas, buscando a dimensão informacional como meio de ataques a Israel, inclusive angariando apoio popular local e internacional (VISACRO, 2018). Como exemplo, cita-se o vídeo postado no Twitter, com informações falsas sobre incêndio na Mesquita de Al-Aqsa, conforme demonstrado na Figura 4.

Figura 4 – Vídeo da Mesquita de Al-Aqsa



Fonte: BBC (2021)

Para atender ao terceiro objetivo específico, foram pesquisadas notícias publicadas nas citadas redes sociais, envolvendo Ações de Trnp Esp da FAB em 2021, confrontando-as com as publicações sobre tais Ações efetivamente realizadas e publicadas no sítio eletrônico da FAB, além do monitoramento do software *Talkwalker*®, conforme os dados do Quadro 1.











Quadro 1 – Episódios de desinformação identificados pelo *Talkwalker*® em 2021

Ações de Trnp Esp Realizadas pela FAB em 2021		
Mês	Quantidade de Ações	Episódio de Desinformação
Janeiro	51	
Fevereiro	93	
Março	85	
Abril	96	
Maio	142	2
Junho	139	
Julho	158	
Agosto	190	
Setembro	174	
Outubro	179	
Novembro	176	1
Dezembro	149	
TOTAL	1632	3

Fonte: O autor (2022)

O primeiro registro no *Talkwalker*® relatou que um voo, visando atender ao Ministro Gilmar Mendes, do Supremo Tribunal Federal, teria sido cancelado pelo Comandante da Aeronáutica, conforme demonstrado na Figura 5.



















Figura 5 – Ranking de alcance potencial (Gilmar Mendes)

SITES - RANKING DE ALCANCE POTENCIAL			
Author	Post		Engagement
 ronayrenunes@gmail.com (R... Newspaper correiobrasileense.com.br 13/05/21 19:42 Brazil	STF desmente boatos sobre A... ...ministro em aviões da Força Aérea Brasileira (FAB) — com direito a jantares especiais nos voos. A nota explica que a mentira ... reforça ainda que Gilmar Mendes sequer poderia viajar legalmente em aeronaves da FAB: "O STF inf...		329
 camilla castilho pedroso Online News Other migalhas.com.br 12/05/21 17:03 Brazil	É falso que ministro Gilmar ... Fake news É falso que ministro Gilmar Mendes viajou em voos da FAB com regalias STF desmentiu notícia que circula desde ... sociais de que o ministro Gilmar Mendes teria viajado em voos da FAB e que as supostas regalias teriam...		314
 Lúcio Vaz Blogs conjur.com.br 12/05/21 21:32 Brazil	STF desmente fake news sobr... ...de que o ministro Gilmar Mendes teria viajado em voos da Força Aérea Brasileira (FAB) e que as supostas regalias teriam ... Eleitoral pode requerer o transporte, mas Gilmar Mendes deixou a presidência do TSE em 2018. A Supr...		72
 Lúcio Vaz Blogs gazetadopovo.com.br 02/12/21 15:56 Brazil	Viagens de Lira de jatinho para... ...e seguranças e com jatinhos da Força Aérea Brasileira (FAB). O presidente do Senado, Rodrigo Pacheco, percorreu os mesmos ... ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) Gilmar Mendes -, pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e...		39
 Manuela Dorea Blogs blogdacidadania.com.br	Gastos de Ciro Noqueira e mã... ...capital fluminense em um voo da FAB (Força Aérea Brasileira), mas os registros dos voos das aeronaves da Aeronáutica não ... judiciário		27

Fonte: O autor, com os dados obtidos a partir do software *Talkwalker*® (2022)

Na Figura 6, observa-se os registros de influenciadores engajados na divulgação da referida notícia, com destaque para um influenciador que possui alcance de mais de vinte e seis milhões de pessoas.

Figura 6 – Ranking de Influenciadores engajados (Gilmar Mendes)

INFLUENCERS							
Most active author		Most influential author		Most active site		Most influential site	
	Mota Twitter 3 Posts		Jornal Extra Twitter 75 Engagement		extra.globo.com Online News Other 1 Posts		g1.globo.com Online News Other 41 Engagement
TOP INFLUENTES - RANKING DE ENGAJAMENTO							
Influencer	Network	Posts	Reach	Reach per mention	Engagement		
 Jornal Extra @jornalextra		1	1.1M	1.1M	75		
 Maria Cecilia @MCBMS16		1	732	732	43		
 Roney Domingos g1.globo.com		1	26.4M	26.4M	41		
 fatoofake @fatoofake		1	58.2K	58.2K	34		
 Jose Dinis P Fon... @JoseDinisPFons1		1	4.1K	4.1K	13		
 roney domingos, ... extra.globo.com		1	6.2M	6.2M	12		
 Silvio Carlos @SilvioCarlos		1	4.4K	4.4K	1		

Fonte: O autor, com os dados obtidos a partir do software *Talkwalker*® (2022)

Neste episódio, as menções e engajamentos foram registrados conforme a Figura 7

Figura 7 – Número de menções e engajamentos (Gilmar Mendes)



Fonte: O autor, com os dados obtidos a partir do software *Talkwalker*® (2022)

O segundo episódio de desinformação identificado pelo *Talkwalker*® relatou notícias afirmando que os filhos do Senador Renan Calheiros teriam realizado uma festa a bordo de um avião da FAB, de acordo com o Ranking de alcance potencial representado pela Figura 8.

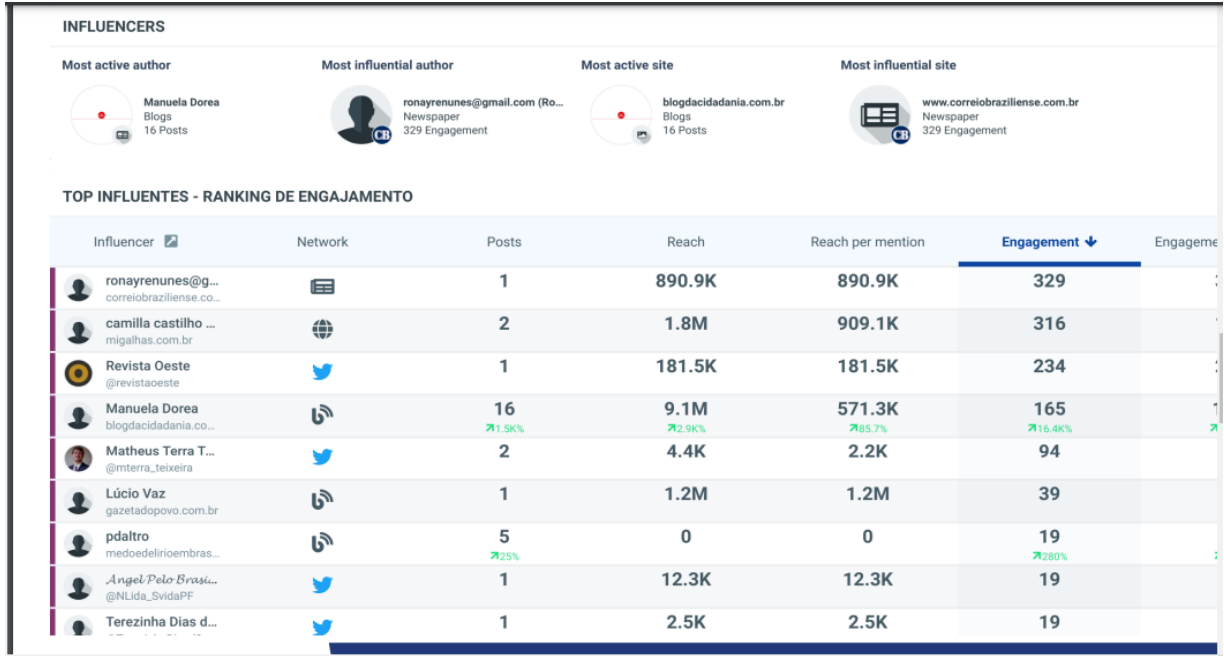
Figura 8 – Ranking de alcance potencial (Renan Calheiros)

SITES - RANKING DE ALCANCE POTENCIAL			
Author	Post	Engagement	
<p>Roney Domingos Online News Other globo.com 05/05/21 14:03 Brazil</p>	<p>É #FAKE que vídeo mostre fil... ...Renan Calheiros (MDB-AL), relator da CPI da Covid, em um avião da Força Aérea Brasileira (FAB). É #FAKE. — Foto: G1 A FAB ... à Força Aérea Brasileira. Além disso, nenhuma das pessoas no vídeo se parece fisicamente com os fil...</p>	41	
<p>roney domingos, g1 Online News Other globo.com 19/05/21 09:19 Brazil</p>	<p>É #FAKE que vídeo mostre fil... ...senador Renan Calheiros (MDB-AL), relator da CPI da Covid, em um avião da Força Aérea Brasileira (FAB). É #FAKE. A FAB ... à Força Aérea Brasileira. Além disso, nenhuma das pessoas no vídeo se parece fisicamente com os filho...</p>	12	
<p>roney domingos, g1 Online News Other globo.com 19/05/21 14:19 Brazil</p>	<p>É #FAKE que vídeo mostre fil... É #FAKE que vídeo mostre filhos de Renan Calheiros fazendo festa em avião da FAB FAB afirma, em nota, que a aeronave ... senador Renan Calheiros (MDB-AL), relator da CPI da Covid, em um avião da Força Aérea Brasileira (FAB). ...</p>	N/A	
<p>Online News Other radiorauland.com.br 05/05/21 14:23 Brazil</p>	<p>É #FAKE que vídeo mostre fil... É #FAKE que vídeo mostre filhos de Renan Calheiros fazendo festa em avião da FAB FAB afirma, em nota, que a ... senador Renan Calheiros (MDB-AL), relator da CPI da Covid, em um avião da Força Aérea Brasileira (FAB)...</p>	N/A	

Fonte: O autor, com os dados obtidos a partir do software *Talkwalker*® (2022)

Pela Figura 9, nota-se o engajamento de influenciadores, ressaltando que um deles possui o alcance de mais de doze milhões de pessoas.

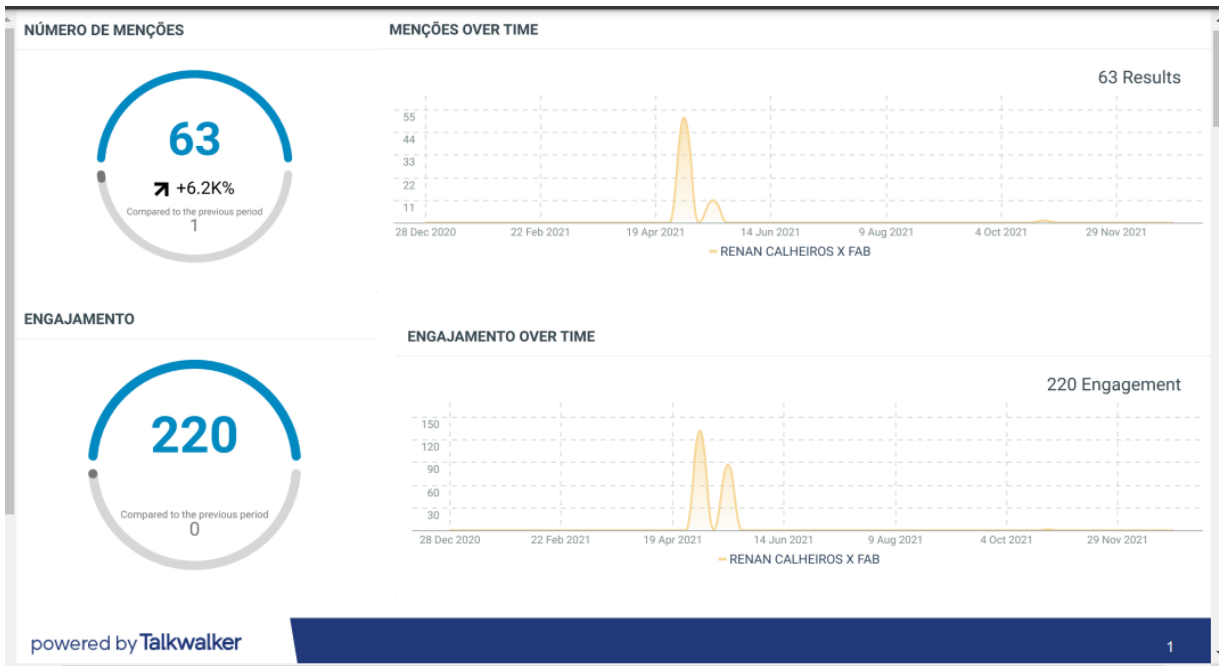
Figura 9 – Ranking de Influenciadores engajados (Renan Calheiros)



Fonte: O autor, com os dados obtidos a partir do software *Talkwalker*® (2022)

Este registro foi representado no *Talkwalker*®, conforme menções e engajamentos constantes na Figura 10.











Figura 10 – Número de menções e engajamentos (Renan Calheiros)



Fonte: O autor, com os dados obtidos a partir do software *Talkwalker*® (2022)

Já o terceiro registro destacado pelo *Talkwalker*®, citou que o falecido escritor Olavo de Carvalho teria saído irregularmente do Brasil, transportado por um avião da FAB, como demonstrado pela Figura 11.



















Figura 11 – Ranking de alcance potencial (Olavo de Carvalho)

SITES - RANKING DE ALCANCE POTENCIAL			
Author	Post		Engagement
 Leonardo Attuch Online News Other brasil247.com 20/11/21 15:34 Brazil	Bomba: governo Bolsonaro a... ...governo Bolsonaro ajudou Olavo de Carvalho a fugir do Brasil com avião da FAB Revelação de que o governo facilitou a fuga ... de Carvalho, que estava internado e deveria prestar explicações à Polícia Federal, fugiu do Brasil utili...		6.4K
 Lucas Rocha Magazine revistaforum.com.br 20/11/21 20:04 Brazil	Deputados do PT pedem inve... ...evidências apontam que Olavo de Carvalho pode ter embarcado, em São Paulo, em aeronave da FAB que foi utilizada pelo ... Daniela Abade aponta que Olavo de Carvalho fugiu do Brasil num avião da FAB que serviu ao Ministro F...		2.8K
 Aquiles Lins Online News Other brasil247.com 22/11/21 18:14 Brazil	PT pede convocação de Brag... ...para explicar a utilização de avião da FAB por Olavo de Carvalho, guru do bolsonarismo, para deixar o País. Na ... evidências apontam que Olavo de Carvalho pode ter embarcado, em São Paulo, em aeronave da FAB que foi utilizada...		2.3K
 Alisson Matos Magazine cartacapital.com.br 23/11/21 07:27 Brazil	Olavo de Carvalho foi transp... Olavo de Carvalho foi transportado em voo da FAB? Deputados cobram respostas CartaExpressa Olavo de Carvalho foi ... sobre um suposto voo da FAB que teria transportado o guru bolsonarista Olavo de Carvalho. No documento, ...		2.2K
 Joaquim de Carvalho Online News Other brasil247.com	Hipótese de que FAB ajudouYork teria trazido como passageiro Olavo de Carvalho? Talvez sim, mas pode dizer que não, e é difícil contestá-lo. Na hipótese de que o		2.1K

Fonte: O autor, com os dados obtidos a partir do software *Talkwalker*® (2022)

Ao analisar-se a Figura 12, nota-se o destaque de engajamento de um influenciador com alcance de mais de seis milhões de pessoas, referente ao episódio em comento.

Figura 12 – Ranking de Influenciadores engajados (Olavo de Carvalho)

INFLUENCERS					
Most active author	Most influential author	Most active site	Most influential site		
 Antonio Souza (@AntonioSouza) Twitter 30 Posts	 Thiago Brasil Twitter 14.3K Engagement	 blogdadadania.com.br Blogs 10 Posts	 www.brasil247.com Online News Other 15.7K Engagement		
TOP INFLUENTES - RANKING DE ENGAJAMENTO					
Influencer	Network	Posts	Reach	Reach per mention	Engagement
 Thiago Brasil @ThiagoResiste		2	77.8K	38.9K	14.3K
 AQUIAS SANTAR... youtube.com		1	59.3K	59.3K	14.1K
 Paulo Pimenta @DeputadoFederal		2	895.8K	447.9K	12.3K
 Paulo Teixeira @pauloteixeira13		1	230K	230K	7K
 Leonardo Attuch brasil247.com		1	2.1M	2.1M	6.4K
 Leonardo Rossat... @nadanovonofront		2	218.5K	109.2K	6.2K
 Aquiles Lins brasil247.com		3	6.3M	2.1M	5K

Fonte: O autor, com os dados obtidos a partir do software *Talkwalker*® (2022)

Vale destacar, ainda, o grande número de menções e engajamentos do público em geral, referentes à desinformação envolvendo o professor Olavo de Carvalho, conforme Figura 13.

Figura 13 – Número de menções e engajamentos (Olavo de Carvalho)



Fonte: O autor, com os dados obtidos a partir do software *Talkwalker*® (2022)

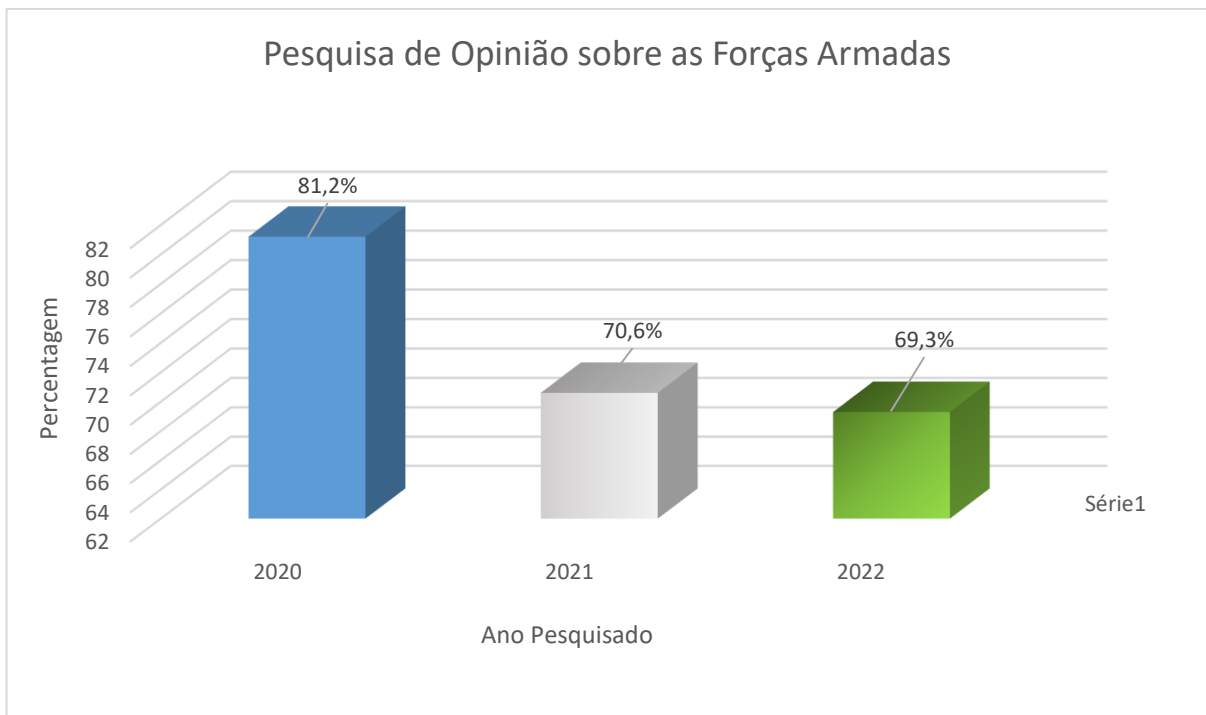
Os registros observados nas Figuras de 5 a 13 demonstram a velocidade, o alcance e a influência que os episódios de desinformação nas redes sociais podem atingir, conforme citado por Vosoughi, Roy e Aral (2018). Além disso, constatou-se que o *Talkwalker*® permitiu o monitoramento oportuno dos episódios de desinformação registrados, tal qual o programa desenvolvido pelo *MIT*, citado por Minari (2018).

Também ficou clara a importância dos influenciadores digitais, como responsáveis pela potencialização da cultura da convergência (JENKINS, 2015).

Outro aspecto latente, inferido pelos dados obtidos pelo *Talkwalker*®, foi a participação dos usuários das redes sociais buscando participar ativamente na divulgação das notícias e não somente sendo receptores da comunicação (JENKINS, 2015).

Atendendo ao quarto e último objetivo específico, constatou-se, por uma pesquisa realizada pelo Instituto da Democracia, que houve redução de 81,2% para 69,3% nos níveis de confiança em geral, expressada pela população em relação às forças armadas, entre os anos de 2020, 2021 e 2022, conforme Gráfico 1.

Gráfico 1 – Pesquisa de opinião pública



Fonte: O autor, com os dados obtidos do Instituto da Democracia (2022)

Deste modo, pelos dados apresentados e resultados obtidos, confirmou-se a hipótese do artigo de que episódios de desinformação como a divulgação de informações falsas, mal formuladas ou mal interpretadas em redes sociais influenciaram na imagem da FAB junto à opinião pública, durante a realização de suas Ações de Transporte Especial em 2021.

5 CONCLUSÃO

Este artigo buscou compreender de que maneira a desinformação nas redes sociais pode influenciar na imagem da FAB junto ao seu público-alvo, durante a realização das suas Ações.

Em vista disso, o estudo foi balizado pela hipótese de que episódios de desinformação como a divulgação de informações falsas, mal formuladas ou mal interpretadas em redes sociais, que são veículos de rápida comunicação e grande alcance na internet, podem influenciar na imagem da FAB junto à opinião pública.

Ato contínuo, foram estabelecidas metodologias para o artigo, a fim de orientar as revisões bibliográficas e documentais em busca de transformar os dados consultados em resultados a serem apresentados.

Foram elencados à pesquisa obras e autores consagrados sobre comunicação institucional, inclusive considerando a utilização das redes sociais, bem como foram

examinados estudos sobre a dimensão informacional em conflitos armados históricos, com o fito de respaldar este trabalho com a devida fundamentação teórica.

Desse modo, na busca por respostas ao primeiro objetivo específico, verificou-se que as Diretrizes de Comunicação Social da FAB estão embasadas com as consagradas teorias de comunicações institucionais, considerando a cultura da convergência das redes sociais na sociedade pós-moderna.

A resposta ao segundo objetivo específico comprovou a existência de episódios de desinformação em conflitos armados históricos, por meio de narrativas divulgadas por mídias existentes em cada época, inclusive em redes sociais, a fim de influenciar à opinião pública envolvida, com destaque para os conflitos de Quinta Geração. Assim, observou-se que as referidas redes sociais têm sido o grande espectro da dimensão informacional, ainda que não haja uma guerra declarada, nem tampouco um teatro de operações definido, como ocorria nas gerações anteriores.

Como resultado obtido pelo atendimento ao terceiro objetivo específico, observou-se registros de desinformação envolvendo Ações de Trnp Esp da FAB, realizadas no ano de 2021, que causaram grande repercussão nas redes sociais por meio de milhares de menções e engajamentos identificados, relativos a usuários das redes, além da atuação de influenciadores digitais com alcance de milhões de seguidores. Tais registros também demonstraram que o *software Talkwalker*® permitiu ao CECOMSAER o oportuno monitoramento dos registros de desinformação eventualmente identificados.

Por conseguinte, ao elucidar o quarto objetivo específico, foi apresentada uma pesquisa de opinião sobre os níveis de confiança da população brasileira nas forças armadas, realizada por um instituto especializado, identificando-se redução nos referidos níveis de confiança, entre os anos de 2020, 2021 e 2022.

Sendo assim, pelos dados obtidos e resultados apresentados neste artigo científico, confirmou-se a hipótese estabelecida inicialmente, ou seja, os episódios de desinformação registrados pelo *software Talkwalker*® influenciaram na imagem da FAB junto à opinião pública, durante a realização das suas Ações no ano de 2021.

Pelo exposto, ratificou-se a contribuição deste estudo para o constante aperfeiçoamento do trabalho da Com Soc da FAB, com o fito de buscar preservar sua imagem, através de canais de comunicação direta e da mídia, utilizando modernas ferramentas que possam monitorar oportunamente qualquer episódio de desinformação nas redes sociais.

Portanto, considerando a delimitação estabelecida no universo deste estudo, que analisou somente as Ações de Trnp Esp da FAB, realizadas no ano de 2021, sugere-se para

futuros trabalhos a possibilidade de analisar impactos da opinião pública em outras Ações da Força, ampliando o espectro do assunto ora tratado.

REFERÊNCIAS

- ABIDIN, C. Influenciadores digitais, celebridades na internet e “blogueirinhas”: uma entrevista com Crystal Abinin. **Rev. Bras. Ciênc. Comun**, jan-abr. 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/WftrmyFhn6K5r366RN9hSZD/?lang=pt>. Acesso em: 02 abr. 2022.
- BRASIL. Comando da Aeronáutica. Gabinete do Comando da Aeronáutica. Portaria GABAER nº 1225/GC3, de 10 de novembro de 2020. Aprova a edição da Doutrina Básica da Força Aérea Brasileira – Volume 2 (DCA 1-1). **Boletim do Comando da Aeronáutica**, Rio de Janeiro, n. 205, f. 14971, 12 nov. 2020.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 5ª. ed. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2005.
- BUCCI, S. Fifth Generation Warfare – A Growing Concept. **Security Debrief**, Set. 2010. Disponível em: <http://securitydebrief.com/2010/09/29/fifth-generation-warfare-a-growing-concept/>. Acesso em: 20 mai. 2022.
- CLAUSEWITZ, C. V. **Da guerra**. São Paulo: Martins Fontes, 1979.
- COLEMAN, A. SARDARIZADEH, S. GILES, C.; IBRAHIM, N. Conflito entre Israel e palestinos: as fake news que se espalham sobre onda de violência. **BBC**, mai. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-57147941>. Acesso em: 19 jun. 2022.
- COUTO, M. Desconfiança nas Forças Armadas sobe oito pontos em quatro anos, e partidos diminuem rejeição. **O GLOBO**, jul. 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/pulso/post/2022/07/desconfianca-nas-forcas-armadas-sobe-oito-pontos-em-quatro-anos-e-partidos-diminuem-rejeicao.ghtml>. Acesso em: 08 jul. 2022.
- FAB. **Força Aérea Brasileira: Asas que protegem o País**, 2022. Página inicial. Disponível em: <https://www.fab.mil.br/index.php>. Acesso em: 21 fev. 2022.
- HARADA, E. 11 pessoas com mais seguidores no Brasil em 2022. **Tecmundo**, mar. 2022. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/229102-11-pessoas-seguidores-brasil-2021.htm>. Acesso em: 27 mar. 2022.
- JACOMINI, L. O papel da comunicação nas organizações. **Rev. Npi/Fmr**, set. 2011. Disponível em: <https://silo.tips/download/o-papel-da-comunicacao-nas-organizaoes-1-luciana-jacomini-faculdade-de-agudos-faa>. Acesso em: 17 fev. 2022.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2015.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. Tradução: Cristina Yamagmi. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- LEGRAMANDI, S. Personalidades se mobilizam para ajudar Petrópolis. **Terra**, fev. 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/gente/personalidades-se-mobilizam-para-ajudar-petropolis,7d40dd8ae74c26377504098bce43f693udh2wt24.html>. Acesso em: 19 mar. 2022.

LIND, W. S. Compreendendo a Guerra de Quarta Geração. **Revista Military Review**, Fort Leavenworth, jan-fev. 2005.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LUCKHURST, T. 75 anos do bombardeio de dresden: por que aliados foram criticados pela destruição da cidade histórica alemã. **BBC**, fev. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-51486829>. Acesso em: 18 jun 2022.

MCLUHAN, M. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. Cultrix: São Paulo, 2003.

MINARI, G. MIT desenvolve inteligência artificial para combate fake news na internet. **Canaltech**, mai. 2021. Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/mit-desenvolve-inteligencia-artificial-para-combate-fake-news-na-internet-186082/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

RABELLO, A. L. S. S. **O conceito de terrorismo nos jornais americanos: uma análise de textos do New York Times e do Washington Post, logo após os atentados de 11 de setembro**. Orientadora: Mônica Herz. 2007. 171p. Dissertação (Mestrado em Relações Internacionais) - Departamento de Relações Internacionais, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, [S. l.], 2007.

ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de Pesquisa em Administração**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

VISACRO, A. **Guerra Híbrida**. 2022. Notas de aula.

VISACRO, A. **A Guerra na Era da Informação**. 1ª. ed. São Paulo: Contexto, 2018.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**, [s. l.], v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 9 mar. 2018. DOI 10.1126/science.aap9559. Disponível em: <https://www.te.gob.mx/blog/reyes/front/openJustice/article/84>. Acesso em: 18 mar. 2022.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe policy report DGI(2017)09. Strasbourg: Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>. Acesso em: 03 mar. 2022.