



Desinformação contemporânea: herança de guerra

Contemporary disinformation: a legacy of war

Desinformación contemporánea: un legado de la guerra

Ana Paula Bourscheid – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá | Brasil Novo | Amapá | Brasil. E-mail: bourscheidana@gmail.com | Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8191-5362>

Resumo: Com base na pesquisa bibliográfica, este artigo tem como objetivo apresentar um resgate histórico dos usos de práticas desinformativas em períodos de guerra, com destaque para as guerras chinesas, a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria. Além de verificar as relações dessas práticas com a desinformação contemporânea que circula em ambientes digitais, especialmente nas redes sociais online. Como resultado, verifica-se que a diferença entre as práticas desinformativas herdadas dos períodos de guerra e a desinformação contemporânea está no poder de circulação, no alcance desses conteúdos e no quantitativo de vítimas da desinformação. Vítimas que, em um determinado momento do ciclo desinformativo, também se tornam coautoras da desinformação ao compartilhar e disseminar esses conteúdos em seus perfis pessoais nas redes sociais online. Esse cenário de aumento da desinformação reforça a necessidade da efetivação de ações e políticas públicas voltadas para a educação midiática da população, com ênfase nos usuários das redes sociais online, com a finalidade de qualificar o cidadão para que esteja apto a questionar a autoria e a veracidade dos conteúdos midiáticos consumidos diariamente, bem como realizar a checagem das informações que consome.

Palavras-chave: desinformação; guerras chinesas; Segunda Guerra Mundial; Guerra Fria.

Abstract: Based on bibliographical research, this article aims to provide a historical review of the use of disinformation practices during wartime, with emphasis on the Chinese wars, the Second World War and the Cold War. It also looks at the relationship between these practices and contemporary disinformation circulating in digital environments, especially online social networks. The results show that the difference between the disinformation practices inherited from the war periods and contemporary disinformation lies in the power of circulation and reach of this content and in the number of victims of disinformation. Victims who, at a certain point in the disinformation cycle, also become co-authors of disinformation by sharing and disseminating these contents on their personal profiles on online social networks. This scenario of increasing disinformation reinforces the need for public actions and policies aimed at media education of the population, with an emphasis on users of online social networks, with the aim of qualifying citizens so that they are able to question the authorship and veracity of the media content they consume on a daily basis, as well as checking the information they consume.

Keywords: disinformation; chinese wars; World War II; Cold War.

Resumen: A partir de una investigación bibliográfica, este artículo pretende presentar una revisión histórica del uso de las prácticas de desinformación en periodos de guerra, haciendo hincapié en las guerras chinas, la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría. También examina la relación entre estas prácticas y la desinformación contemporánea que circula en entornos digitales, especialmente en las redes sociales en línea. El resultado es que la diferencia entre las prácticas de desinformación heredadas de los periodos bélicos y la desinformación contemporánea radica en el poder de circulación y alcance de estos contenidos y en el número de víctimas de la desinformación. Víctimas que, en un determinado momento del ciclo de la desinformación, se convierten también en coautoras de la desinformación en la medida en que comparten y difunden estos contenidos en sus perfiles personales en las redes sociales online. Este escenario de aumento de la desinformación refuerza la necesidad de implementar acciones y políticas públicas dirigidas a la educación mediática de la población, con énfasis en los usuarios de las redes sociales online, con el objetivo de capacitar a los ciudadanos para que sean capaces de cuestionar la autoría y veracidad de los contenidos mediáticos que consumen diariamente, así como verificar la información que consumen.

Palavras claves: desinformación; guerras chinas; Segunda Guerra Mundial; Guerra Fría.

1 Introdução

A origem da palavra desinformação remonta, como apresenta Volkoff (2004), à Rússia, país em que surgiu o termo *dezinformatsiya*, após a Segunda Guerra Mundial. Nesse período, a desinformação era entendida e compreendida como “[...] práticas exclusivamente capitalistas visando a sujeição das massas populares” (Volkoff, 2004, p. 11). Os soviéticos conferiram aos seus inimigos, especialmente aos Estados Unidos e à Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN), no início gradual da Guerra Fria em meados de 1945, práticas que esses ainda não haviam descoberto. Contudo, o autor lembra que ambos os lados praticavam a desinformação, embora os adversários da União Soviética não classificassem suas práticas como ações desinformativas.

Na sequência, a palavra desinformação conquistou o linguajar inglês a partir do uso do termo *desinformation*. Volkoff (2004, p. 11) explica que, em 1972, o dicionário apresentava a seguinte definição para desinformação: “[...] fuga deliberada de informações enganosas”. Já em 1974, a palavra surge na França com a seguinte definição: “[...] ignorância em que se mantém o público sobre um problema de extrema gravidade [...]. Significa também não esclarecer suficientemente a opinião pública sobre questões importantes [...]” (Volkoff, 2004, p. 11). Nos estudos de Volkoff, é possível constatar que já havia uma preocupação quanto aos efeitos da desinformação muito antes da ascensão da internet e das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), ainda no século passado, em um ambiente analógico.

A conceituação do termo, em seus primórdios, estava diretamente relacionada ao contexto político e à disputa por territórios. No entanto, com o passar do tempo, a desinformação conquistou espaço em outras esferas da sociedade. Em uma análise contemporânea, verifica-se que o campo político é apenas um dos setores da sociedade onde é possível constatar a presença de práticas desinformativas. Exemplo disso é o cenário de desinformação generalizada que envolveu a pandemia mundial da Covid-19, declarada em março de 2020 pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em decorrência do novo coronavírus, classificado como vírus Sars-Cov-2.

Diante desse contexto, este artigo tem como objetivo, com base no método da pesquisa bibliográfica (Severino, 2010), apresentar um resgate histórico dos usos das práticas desinformativas pela humanidade em períodos de guerra e, a partir disso, verificar as relações dessas práticas com a desinformação contemporânea, que devido à falta de monitoramento e controle das *Big Techs*, proprietárias das plataformas de redes sociais na internet, tem registrado aumentos significativos em relação ao alcance e ao quantitativo de vítimas desses conteúdos. Utiliza-se como referências as obras de Tzu (2011), Chomsky (2014), Arendt (2013), Volkoff (2004) e Shultz e Godson (1984), autores que detalham em suas publicações os usos da desinformação em diferentes períodos de guerra.

2 O pioneirismo chinês no uso da desinformação

“Todas as guerras são baseadas no logro” (Tzu, 2011, p. 41). O ato de ludibriar, enganar e agir de má-fé consiste em uma das estratégias classificadas pelo general chinês Tzu no capítulo destinado ao planejamento de ações militares que integra a obra clássica “A arte da guerra”. Considerado o mais antigo tratado de ações e estratégias de guerra da história da humanidade, a publicação original tem sua autoria datada no ano de 500 a.C., período em que a guerra era uma regra e não uma exceção, portanto, uma prática frequente.

Na China, as batalhas que ocorriam nesse período eram consideradas primitivas. Como lembra Tzu (2011, p. 22), “os métodos empregados eram arcaicos, assim como as armas usadas”. A falta de qualificação dos soldados para as batalhas, aliada à precarização dos armamentos utilizados, deram origem à necessidade de aperfeiçoamento dos conceitos e métodos de guerra. Tzu (2011, p. 22) aponta que “o ano de 500 a.C. marca o início da arte das estratégias e táticas militares”.

É neste período que os estados passam a organizar suas ações e a contar com especialistas em todas as áreas de combate, desde engenheiros civis encarregados de construir túneis, profissionais especializados na travessia de rios, além do investimento na criação de armas próprias para o uso em combate no campo de batalha. Tzu (2011, p. 23) explica que, a partir desse novo modelo de organização do século IV, a China passou a alcançar supremacia na área militar. O sucesso chinês nos campos de batalha deve-se ao investimento na qualificação dos soldados, na infraestrutura de combate e no aperfeiçoamento do planejamento estratégico.

Entre as ações estratégicas, os chineses passam a adotar a tática da desinformação, que passa a ser planejada para ser usada como arma, voltada a enganar o inimigo de guerra e induzi-lo ao erro. Os escritos de Tzu evidenciam que, no momento em que um general de guerra criava uma informação falsa sobre as rotas que seu exército iria seguir, era necessário planejar como essa informação chegaria aos ouvidos do exército inimigo de modo que a mensagem chegasse como verdadeira ao seu destinatário.

“Joga iscas para tentar o inimigo. Finge desordem e esmaga-o” (Tzu, 2011, p. 41). O general chinês classifica o ato de desinformar o inimigo como uma forma de engodo que não surge como uma casualidade, mas integra uma ação militar de inteligência que garantirá êxito no campo de batalha, “[...] pratica a dissimulação e terá sucesso” (p. 91).

Contudo, não bastava apenas criar e espalhar informações falsas ao inimigo sobre ações e metas futuras do seu exército, o general de guerra precisava estar ciente e atento para criar táticas verdadeiras e efetivas para a tropa que estava coordenando.

Para esse planejamento, era necessário um plano para ocultar essas ações, assim, junto com a estratégia da desinformação, surgiram os espiões. Tzu (2011, p. 152) apresenta cinco modalidades de espiões de guerra: “espiões locais; espiões internos; espiões convertidos; espiões condenados e espiões sobreviventes”. Esses são classificados por Tzu como peças cruciais para vencer a guerra, visto que somente a partir deles é possível obter informações sobre a verdadeira organização do exército inimigo.

É por meio das informações trazidas pelo espião convertido que somos capazes de descobrir e contratar espiões locais e internos. Novamente, é graças a suas informações que podemos fazer com que o espião condenado leve as falsas informações ao inimigo (Tzu, 2011, p. 154).

A partir da atuação conjunta desses cinco tipos distintos de espiões, o general conquista “[...] a divina manipulação das ações [...]” (Tzu, 2011, p. 152). Essa manipulação é considerada pelo estrategista como o recurso mais valioso que um líder de guerra pode possuir. Desse modo, é a estrutura ativa da desinformação que possibilita, na visão de Tzu (2011, p. 154), “a saída vitoriosa do general e do seu exército de uma guerra”. Logo, ações e estruturas de desinformação militar consistem em um serviço de estratégia e inteligência que possibilitam a obtenção de resultados positivos de toda a tropa. O general chinês evidencia que, somente ao aliar desinformação com serviço de espionagem, torna-se possível o avanço do exército em campo e a conquista dos objetivos estabelecidos.

3 A Segunda Guerra Mundial: marco das práticas desinformativas

O maior conflito armado da história da humanidade ocorreu entre 1939 a 1945 e envolveu 26 países, resultando em milhões de vítimas ao longo dos seis anos de conflito. Conforme Bauer (2019), alguns historiadores afirmam que o número de mortes foi de 55 milhões, já há outros que indicam como saldo final da Segunda Guerra Mundial, mais de 80 milhões de mortos.

Provocada pelos alemães nazistas, a Segunda Guerra Mundial pode ser avaliada como um dos episódios da história da humanidade que comprova o uso e os efeitos da produção da desinformação militar aliada à desinformação da opinião pública. Um dos responsáveis pela criação de estratégias desinformativas foi, como aponta Klim (2018), o ideólogo do fascismo e fiel companheiro do chanceler da Alemanha, Adolf Hitler, Paul Joseph Goebbels. Entre 1933 e 1945, Goebbels ocupou o cargo de ministro do Departamento de Propaganda do Partido Nazista.

É atribuída a Goebbels a frase: “Quanto mais monstruosa a mentira, mais a multidão acredita nisso” (Klim, 2018). Uma delas refere-se à suposta ameaça

representada pela presença de judeus e ciganos entre o povo alemão. A desinformação construída responsabilizava esses povos pela crise alemã. Como lembra Chomsky (2014), a estratégia desinformativa criada pelos nazistas, liderados por Hitler, visava despertar na população alemã o medo dos povos judeus e ciganos, apresentados como ameaças reais à sobrevivência alemã e, conseqüentemente, à própria Alemanha.

O medo era o sentimento que essa campanha desinformativa buscava despertar, seguido pelo intuito de despertar o instinto de defesa do povo alemão. Isso fez com que a população passasse a defender e acreditar na ideia apresentada e defendida pelos nazistas, “Era preciso aniquilá-los para se defender” (Chomsky, 2014).

As campanhas de desinformação, voltadas para a manipulação da opinião pública, tinham como objetivo central a disseminação do antissemitismo. Arendt (2013) explica que há uma ideia equivocada de que a ideologia antissemita nazista surgiu por mero acaso. Para Arendt (2013, p. 19), a ação foi estrategicamente planejada.

O que os nazistas apresentaram como sua principal descoberta — o papel dos judeus na política mundial — e o que propagavam como principal alvo — a perseguição dos judeus no mundo inteiro — foi considerado pela opinião pública mero pretexto, interessante truque demagógico para conquistar as massas.

A autora destaca que os nazistas perceberam que as ideias antissemitas cresciam de modo acelerado, e, por outro lado, o nacionalismo tradicional, caracterizado pela valorização e exaltação dos valores nacionais, estava enfraquecendo. O ápice dessa perda de força e espaço do nacionalismo, conforme os estudos de Arendt (2013, p. 19-20), foi o “[...] momento em que o sistema europeu de Estados-nações, com seu precário equilíbrio de poder, entrara em colapso”. Essa decadência foi motivada pela crise econômica de 1929, que fez com que países capitalistas em escala mundial registrassem situações alarmantes de desemprego e inflação.

Arendt (2013, p. 20) reforça que os nazistas não eram nacionalistas e “[...] sentiam genuíno desprezo, jamais abolido, pela estreiteza do nacionalismo e pelo provincianismo do Estado-nação”. Caracterizados pela autora como admiradores do supranacionalismo, compreendido como conceito político que considera estar acima do governo e da nação. Os alemães nazistas viram na crise e na queda do nacionalismo a oportunidade para conquistar espaço e poder político. Logo, um dos métodos mais eficientes para alcançar esse objetivo e conquistar o apoio da opinião pública era o uso de estratégias desinformativas.

No caso da Alemanha nazista, a responsabilidade em dar conta dessa tarefa ficou a cargo do Departamento de Propaganda do Partido Nazista, chefiado por

Goebbels. Ele coordenava as ações da propaganda nacionalista alemã, e, como explica Arendt (2013, p. 19-20), eram dirigidas “[...] aos simpatizantes e não aos membros convictos do partido”. Pois, eram esses que precisavam ser conquistados, atraídos para a ideologia nazista e tudo aquilo que ela defendia.

Em seus estudos, a autora destaca que a política totalitária praticada pela Alemanha nazista não era simplesmente antissemita, utilizava a ideologia, a propaganda e a desinformação para alcançar seus objetivos. Para Arendt (2013, p. 16):

[...] usa e abusa de seus próprios elementos ideológicos, até que se dilua quase que completamente com a sua base, inicialmente elaborada partindo da realidade e dos fatos — realidade da luta de classes, por exemplo, ou dos conflitos de interesse entre os judeus e os seus vizinhos, que fornecia aos ideólogos a força dos valores propagandísticos.

Além da propaganda, os discursos proferidos por Hitler marcaram o trabalho de desinformação nazista. O *Führer* era conhecido por sua oratória e habilidade em mobilizar as massas a partir do seu discurso político. Arendt (2013) lembra um discurso feito pelo líder nazista ao *Reichstag*, o parlamento alemão, em janeiro de 1939, e que atribui a responsabilidade pela guerra ao povo judeu.

Desejo hoje mais uma vez fazer uma profecia: caso os financistas judeus [...] consigam novamente arrastar os povos a uma guerra mundial o resultado será [...] a aniquilação da raça judaica na Europa (Arendt, 2013, p. 455).

Este discurso desinformativo nazista enfatiza para a opinião pública os judeus como responsáveis pela Primeira Guerra Mundial e por um possível novo conflito, além de apresentar Hitler como o salvador da Alemanha. Para tanto, a Alemanha somente seria salva se os inimigos fossem aniquilados. Arendt (2013, p. 455) aponta que, ao investigar a fala de Hitler, a mensagem por ele exaltada é clara, “[...] pretendo travar uma guerra e pretendo matar os judeus da Europa”.

A desinformação produzida pelo nazismo era incontabilizável e organizada para alcançar o sucesso de suas ações. Como lembra Volkoff (2004, p. 54), “o Departamento de Propaganda chegou a ser formado por 300 oficiais e 500 funcionários que trabalhavam 24 horas por dia na manipulação da informação, sempre sob a coordenação de Goebbels”. O autor destaca que, além da desinformação, a propaganda sobre a soberania da Alemanha nazista também foi crucial e intensificada durante a guerra.

Com os ânimos da população inflamados e a desinformação instaurada, já não era mais possível a compreensão sobre o que era verdade e que o era mentira nos discursos e na propaganda nazista. A situação ficou incontrolável, despertando um

sentimento de insensatez na população. Como explica Arendt (2013, p. 455-456), era loucura querer “[...] discutir a verdade ou a mentira [...]”.

Na visão da autora, essa é uma prática comum de ditadores totalitários, ajustar a realidade às mentiras e a desinformação por ele espalhadas, “[...] sua propaganda exhibe extremo desprezo pelos fatos em si, pois, na sua opinião, os fatos dependem exclusivamente do poder do homem que os inventa” (Arendt, 2013, p. 455-456). Vale destacar que essa era uma característica do *Führer*, mas pode ser identificada, como detalha a autora, em lideranças de regimes totalitários mundo afora.

Outro aspecto importante quanto ao uso da desinformação durante a Segunda Guerra Mundial é que essa prática não foi exclusiva da Alemanha nazista. Volkoff (2004) lembra que o Reino Unido também criou um departamento especializado em iludir seus inimigos de guerra. Entre as táticas adotadas, o autor destaca que os britânicos camuflavam “[...] esquadrilhas de falsos aviões e regimentos de falsos tanques ou enganava o inimigo sobre os locais dos desembarques” (Volkoff, 2004, p. 55). Porém, a estratégia desinformativa foi ampliada e aperfeiçoada a partir dos trabalhos do jornalista Sefton Delmer.

Como aponta Simkin (1997), Delmer era natural da Alemanha, porém, mudou-se aos 13 anos para a Inglaterra com a família, e, em 1940, com uma carreira consolidada, principalmente pela sua atuação no jornal *Daily Express*, foi recrutado para integrar a Executiva de Operações Especiais¹ conhecida como SOE. Conforme publicação do Museu do Exército Nacional britânico, o diretor de operações da SOE era o oficial Colin Gubbins, que contava com o apoio do primeiro-ministro Winston Churchill, um dos principais opositores de Hitler e figura central na vitória da Segunda Guerra Mundial por parte dos países aliados, comandados por Reino Unido, Estados Unidos e União Soviética.

Entre as tarefas da SOE estavam a condução de espionagens, a coleta de informações de inteligência e a produção de desinformação. É justamente neste ponto da missão que entra em cena o jornalista Sefton Delmer. De acordo com Simkin (1997), a tarefa de Delmer era organizar a Propaganda Negra² que tinha como alvo a Alemanha nazista.

¹ Citação original: Special Operations Executive (SOE).

² Essa nomenclatura faz referência às ações de propaganda praticadas em períodos de guerra, cuja finalidade era promover a desinformação. Para tanto, visava minar a confiança do inimigo e dividir a sociedade. Conforme Newcourt-Nowodworski (2006), a propaganda negra caracteriza-se por ocultar sua origem por trás de nomes falsos e, por vezes, origina-se em organizações clandestinas estruturadas dentro de países inimigos.

Volkoff (2004) explica que Delmer foi responsável por colocar no ar a rádio negra, uma rádio clandestina que integrava a Operação Negra, baseada em ações de desinformação. Delmer “[...] considerava que notícias cuidadosamente escolhidas e habilmente apresentadas constituem a mais subversiva das propagandas” (Volkoff, 2004, p. 55). Delmer era um estrategista na produção da desinformação, especificamente da desinformação como arma de guerra.

Visto que, como apresenta Volkoff, o jornalista Delmer foi responsável por produzir desinformação para ser espalhada através do rádio, e atingir diretamente os inimigos dos Países do Eixo, liderados pela Alemanha nazista comandada por Hitler, a Itália fascista liderada por Mussolini e o Japão sob o comando do imperador Hirohito. Em sua operação desinformativa, executada através de transmissões radiofônicas, os alvos principais de Delmer eram a Alemanha e a Itália.

Vale lembrar que os registros históricos apontam que o rádio surgiu em 1920, dois anos depois da Primeira Guerra Mundial, fator que justifica seu uso e expansão a partir da Segunda Guerra Mundial. De acordo com Guerrini (2006, p. 18), nesse período, o Reino Unido, a Alemanha, a Itália, a União Soviética e os Estados Unidos “[...] já mantinham transmissões em ondas curtas para outras partes do mundo, fazendo propaganda de seus respectivos regimes [...]”. Foi o rádio, a partir do seu potencial de estabelecer conexão com os indivíduos, que serviu como suporte para Delmer colocar em prática sua operação de desinformação.

Volkoff (2004, p. 55) explica que o jornalista criou uma rádio voltada para os combatentes alemães e italianos e “[...] emitia em alemão ou italiano, e longe de fazer vulgar propaganda antinazi, transmitia [...] música e boletins informativos [...]”. As informações transmitidas visavam desinformar as forças armadas dos Países do Eixo. De acordo com Volkoff (2004, p. 55):

[...] inquietavam os combatentes sobre a sorte das suas mulheres, as quais, no caso da morte do marido no campo da honra, seriam deixadas ao arbítrio dos chefes nazis. Ou então, Delmer transmitia como se fosse a rádio fascista republicana e dava informações capazes de perturbar os italianos: dizia que a lira ia ser desvalorizada e que se registrava uma corrida à moeda; ou que os aliados prometiam uma zona de paz no norte da Itália, que não bombardeariam, o que levou Mussolini a anunciar um castigo para os maus italianos que abandonassem o trabalho na referida zona e Delmer, por seu turno, a passar repetidamente a declaração de Mussolini.

Na disputa desinformativa que envolveu a Segunda Guerra Mundial, Delmer e Goebbels duelavam na produção de desinformação, cada um com suas estratégias e objetivos. Volkoff (2004) explica que, no caso de Delmer, vale atentar para o uso que

ele fazia do retransmissor no processo desinformativo, neste caso, o rádio, encarregado de retransmitir desinformação.

No entanto, nem todas as ações desinformativas coordenadas por Delmer foram veiculadas pelo rádio. O jornalista também utilizava outros processos de desinformação, qualificados por Volkoff (2004) como um tanto sombrios. Um exemplo é quando ordenou o lançamento pelo ar de pombos-correio mortos que transportavam “[...] questionários aliados supostamente preenchidos por influentes alemães que tinham decidido trair, o que levou a Gestapo a prender alguns dos mais importantes membros do partido nazista” (Volkoff, 2004, p. 56).

A Operação Negra e as propagandas negras lideradas por Delmer, na avaliação de Volkoff (2004), faziam com que Mussolini trabalhasse para o seu projeto de desinformação, assim como a polícia secreta nazista, conhecida como Gestapo. Logo, o trabalho de Delmer era estratégico e centrado em um único objetivo: desinformar.

Com base nos exemplos de desinformação praticados pelos países envolvidos na Segunda Guerra Mundial (países do Eixo e países Aliados), é possível constatar o motivo pelo qual esse conflito marca a expansão da desinformação como estratégia de guerra aliada à manipulação da opinião pública. Como uma das consequências mais trágicas da desinformação da opinião pública neste período, cita-se o holocausto, programa de extermínio em massa em campos de concentração que, como destaca Ridley (2017), vitimou 11 milhões de pessoas, segundo os historiadores. A autora explica que foram mortos nesses campos, judeus, ciganos, padres, testemunhas de Jeová, comunistas, sindicalistas, anarquistas, poloneses, homossexuais, e pessoas com deficiências físicas e mentais.

Embora a desinformação tenha ocasionado episódios que marcam de forma negativa a história da humanidade, ela não deixou de ser utilizada, ao contrário, seu uso foi sendo cada vez mais aprimorado, especialmente em momentos de conflito, como na Guerra Fria.

4 A Guerra Fria e o aperfeiçoamento da desinformação

A batalha política e ideológica iniciou-se com o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1947. Neste conflito, a União Soviética e os Estados Unidos eram inimigos declarados. Conforme Nasser (1997), a Guerra Fria foi liderada por duas superpotências, os Estados Unidos, representando o sistema econômico capitalista, e a União Soviética, a partir do seu sistema socialista. Por fim, o conflito dividiu o mundo, e ambos os países protagonizaram episódios políticos internacionais, a exemplo da Guerra da Coreia, a Guerra do Vietnã e a construção do Muro de Berlim.

O autor explica que a origem da Guerra Fria é atribuída à Doutrina Truman, estabelecida em 1947 pelo presidente americano Harry Truman. Nasser (1997) enfatiza que essa doutrina legitimava a intervenção americana em países onde o governo dos Estados Unidos identificasse que seus interesses estavam ameaçados pela expansão da União Soviética. O autor qualifica esse como o ponto de partida para o início deste conflito ideológico, que polarizou o mundo ao dividir os países em sistemas políticos e econômicos opostos. Além do que, foi marcado pela desinformação e pela institucionalização dessa prática nos governos, a exemplo da criação de serviços especiais.

De acordo com Volkoff, no século XX, a maioria das nações adotou a doutrina Informação, Ação, Proteção (IAP). Para o autor, a informação está atrelada à espionagem, já ação significa “[...] ingerência violenta, mas discreta, nos assuntos alheios” (Volkoff, 2004, p. 73). Por fim, a proteção está vinculada à contraespionagem (CE) ofensiva e consiste em desorganizar os serviços especiais opositores.

Ambas, a desinformação e a contraespionagem ofensiva, têm os mesmos objetivos na avaliação de Volkoff (2004, p. 73) “[...] penetrar no pensamento do adversário, ao ponto de pensar em lugar dele - quer esse lugar sejam os serviços especiais (CE ofensiva propriamente dita) ou a opinião pública (desinformação)”. O autor destaca que toda ação de contraespionagem ofensiva e de desinformação tem como objetivo efetivamente comandar os indivíduos alvos dessas ações.

Volkoff (2004) cita que, no caso da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), a tarefa de desinformar foi atribuída ao serviço especial vinculado diretamente ao Partido Comunista da União Soviética (PCUS). De acordo com os estudos de Shultz e Godson (1984), na União Soviética, as principais decisões políticas cabiam à cúpula do PCUS, e dentro dela estava o Politburo, classificado pelos autores como o corpo dirigente do sistema soviético. A este grupo cabia “[...] aprovar a linha política e os temas que norteiam as principais campanhas de política agressiva e analisar seus efeitos e eficácias” (Shultz; Godson, 1984, p. 25).

O Partido Comunista da União Soviética organizava suas ações a partir de departamentos, como o Departamento Internacional (DI), o Departamento de Informação Internacional (DII) e o Comitê de Segurança do Estado (KGB)³, “[...] responsável pelo planejamento e pela condução dos programas específicos de apoio às principais campanhas de medidas ativas lançadas pelo Politburo” (Shultz; Godson, 1984, p. 25).

Em relação às medidas ativas, essa expressão entrou em uso na década de 50 e é classificada pelos autores como técnicas diretas e dissimuladas de influenciar

³ No original: “Komitet Gosoudarstvennoi Bezopasnosti” (Volkoff, 2004, p. 74).

comportamentos, tanto em países estrangeiros como nas atividades desempenhadas por eles. Para Shultz e Godson (1984, p. 187):

As medidas ativas podem ser conduzidas diretamente através de canais de propaganda estrangeira, como patrocínio oficial, de relações diplomáticas e da diplomacia cultural. As técnicas políticas dissimuladas incluem o uso da propaganda velada, a desinformação verbal e escrita, agentes de influência, rádios clandestinas e organizações internacionais de fachada. Embora medidas ativas sejam principalmente de natureza política, manobras militares e ajuda paramilitar a insurreições e terroristas também podem estar envolvidos.

Dentro das medidas ativas praticadas pela União Soviética, tem-se a desinformação organizada e planejada pelo KGB. Este serviço foi renomeado algumas vezes ao longo da sua história, que iniciou em 1971, como apontam Shultz e Godson (1984), período em que o Conselho de Comissários do Povo deu início à Comissão Extraordinária de todas as Rússias, com a finalidade de combater a contrarrevolução e a sabotagem. Denominada inicialmente de Cheka, consistia em um órgão de investigação que se transformou em um instrumento para combater e eliminar os opositores ao sistema político bolchevique, fundado em 1898 por ex-integrantes do Partido Operário Social-Democrata Russo (POSDR) que tinha como principal liderança Vladimir Lênin.

Shultz e Godson (1984) explicam que, em 1922, a Cheka foi abolida e substituída pela Junta de Política Governamental (GPU). Por fim, em março de 1954, passou a se chamar KGB, cuja responsabilidade era a segurança interna e a de estrangeiros que residiam ou estavam visitando a União Soviética, além da contraespionagem. As técnicas mais usadas pelo KGB em sua atuação pela URSS foram a “[...] propaganda dissimulada (isto é, falsamente atribuídas), operações com agentes de influência e desinformação oral e escrita (incluindo falsificação)” (Shultz; Godson, 1984, p. 37).

No auge da União Soviética, como destacam os autores, a desinformação chegou a ser definida por Shultz e Godson (1984, p. 42) como:

Qualquer comunicação do governo (direta ou disfarçada) que intencionalmente contenha matéria falsa ou enganosa, com frequência combinada seletivamente com a informação verdadeira, com o propósito de confundir e manipular as elites e a massa da população.

Essas práticas de desinformação envolviam, na maioria das vezes, a falsificação de informações, que poderiam incluir desde o uso de um documento original adulterado, até a produção de cópias totalmente falsas. Durante a Guerra Fria, os principais alvos dessas práticas desinformativas eram os Estados Unidos e a OTAN,

uma aliança militar composta pelos seguintes países ocidentais capitalistas: Estados Unidos; Bélgica; Holanda; Luxemburgo; França; Reino Unido; Canadá; Portugal; Itália; Noruega; Dinamarca e Islândia.

Como a KGB estava estruturada em departamentos, o responsável pelas medidas ativas, classificadas como medidas de desinformação, era o Departamento D. Este, em 1968, passou a se chamar Departamento A e, de acordo com Volkoff, era dirigido por especialistas conhecedores dos segredos da URSS. Esse pode ser classificado como um dos motivos para o sucesso do serviço prestado, uma vez que “Aqueles que têm por missão elaborar mentiras conhecem melhor do que ninguém a verdade, se ela existir [...]” (Volkoff, 2004, p. 74-75). Tanto que o primeiro chefe do departamento responsável pela produção da desinformação soviética foi o general do KGB, Ivan Agayants, apontado como conhecedor de toda estrutura que abrangia o Comitê de Segurança do Estado e seu modo de trabalho em relação à segurança interna e à contraespionagem.

O Departamento A contava com uma estrutura de pessoal e orçamento próprio. Seu quadro de colaboradores era composto por mais de 10 mil pessoas, chegando em alguns momentos aos 15 mil funcionários. “Os fundos distribuídos anualmente atingiam 25 milhões de dólares. Os beneficiários pertenciam a 98 organizações repartidas por 80 países” (Volkoff, 2004, p. 75).

No final da década de 70, como apontam Shultz e Godson (1984, p. 38), o então chefe do KGB, Yuri Andropov, alterou o nome do Departamento A para Serviço A. Conforme os autores, essa mudança na nomenclatura elevou a importância desse setor de serviços dentro do KGB, deixando em evidência o interesse da cúpula do PCUS em ampliar as atividades dissimuladas baseadas na desinformação.

Quanto ao método de trabalho adotado pelo Serviço A, Volkoff (2004, p. 76) entende que este seguia a seguinte linha de atuação:

recolha de elementos que permitissem tornar verossímil a desinformação: por exemplo, assinaturas de diplomatas americanos recolhidas em cartões de Feliz Ano Novo, para autenticação do suporte de operação; recrutamento de um ou mais retransmissores; escolha de um tema de desinformação; ação, por intermédio de uma série de caixas de ressonância, umas diretamente manipuladas, contra pagamento ou sob outro tipo de pressão, outras repetindo credulamente as informações falsas postas a circular; desejavelmente, psicose conducente à autodesinformação.

Os métodos foram usados em muitas operações organizadas pelo Serviço A, uma delas foi a Operação Sida, realizada durante os anos de 1983 a 1985. Seu objetivo, de acordo com Volkoff (2004, p. 87), era fazer com que, especialmente os países do

terceiro mundo, acreditassem que o vírus da Síndrome da Imunodeficiência Adquirida (SIDA), causada pelo Vírus da Imunodeficiência Humana (HIV) conhecida, como detalha a publicação do Ministério da Saúde e da Segurança Social de Cabo Verde, por surgir em infectados pelo vírus HIV em fase mais avançada - havia sido produzido em um laboratório de guerra biológica americano.

Entre os objetivos dessa operação estava a ideia de estimular o antiamericanismo e afastar a atenção do mundo de uma suspeita que estava recaindo sobre o KGB. A responsabilidade pelo planejamento do atentado ao papa João Paulo II em 1981, quando, conforme matéria publicada pela Folha de S.Paulo, em 2006, o pontífice, a bordo de um carro aberto, enquanto percorria a praça de São Pedro, no Vaticano, foi atingido por dois tiros.

Essa desinformação é um exemplo do método das operações do Serviço A, que inicia com os retransmissores (Volkoff, 2004). Visto que foi lançada na Índia e retomada em dois jornais importantes da União Soviética, o *Literatournaya* Gazeta e o *Pravda*. A publicação contava com uma ilustração em que, segundo Volkoff (2004, p. 88):

[...] via-se um médico entregar a um general uma ampola contendo vírus da sida em troca de um molho de dólares; em torno vêm-se pés nus que se supõe pertencerem a cadáveres de doentes da sida; não se compreende muito bem o motivo por que cada vírus mostra a surpreendente forma de uma cruz gamada⁴.

Em 1987, os soviéticos assumiram a autoria pela desinformação que afirmava que o vírus Sida⁵ era uma criação americana, como lembra o autor. No entanto, para muitos que receberam essa desinformação, ela ainda pode ser considerada como uma informação verdadeira, visto que é impossível ter a dimensão do alcance de uma desinformação. Cita-se o exemplo da população da África do Sul. O país, de acordo com dados do IndexMundi, registrou em 2018, a marca de 7,7 milhões de pessoas que vivem com o vírus HIV. Não há como afirmar com precisão se essa desinformação continua viva ou não entre essa população, assim como entre as demais populações mundiais.

⁴ Símbolo místico encontrado em diversas culturas e religiões. Os traços diferem de um símbolo para outro a depender do propósito em que são usados. A imagem é utilizada desde o Período Neolítico, inicialmente com uma representação positiva que perdeu significado com o uso do símbolo como logotipo do Partido Nazista de Hitler, passando a ser associado ao fascismo, ao nazismo e a tudo o que se referia à época da II Guerra Mundial". Disponível em: <https://www.dicionarioinformal.com.br/diferenca-entre/su%C3%A1stica/cruz%20gamada/>.

⁵ A SIDA (Síndrome de Imunodeficiência Adquirida) é a condição que pode decorrer da infecção pelo HIV (Vírus da Imunodeficiência Humana).

Os Estados Unidos também utilizaram estratégias persuasivas e desinformativas para construir uma imagem da União Soviética antidemocrática e do comunismo como uma ameaça mundial. Destaca-se o discurso do presidente Harry Truman, em janeiro de 1949, em que ao tomar posse em seu segundo mandato como presidente dos Estados Unidos, enfatizou a ameaça que o comunismo representava dentro de um contexto mundial, em especial, para a recuperação da paz.

Entre as ações adotadas pelo governo de Truman, além de ressaltar em seus discursos que a União Soviética constituía-se em uma tirania e que o comunismo era um mal que deveria ser combatido, estava o investimento em propaganda interna. Essa visava apresentar aquilo que o governo entendia como a verdade sobre os americanos e seu modo de fazer política.

Em seu primeiro mandato, em agosto de 1945, como explica Belmonte (2008, p. 10), “Truman encerrou as atividades do Escritório de Informações de Guerra (OWI)”⁶ e todas as atividades de informação no exterior passaram a integrar as ações de negócios estrangeiros, tornando-se uma atividade do Escritório de Serviços Estratégicos (OSS)⁷ e do Escritório de Assuntos Interamericanos (OIAA)⁸, sob a jurisdição do Serviço Internacional Interino de Informações (IIS)⁹ dentro do Departamento de Estado.

Conforme a autora, esse programa de informações, na avaliação de Truman, tinha o objetivo de apresentar “[...] uma imagem justa e completa da vida americana e dos objetivos e políticas do governo dos Estados Unidos” (Belmonte, 2008, p. 10, tradução nossa)¹⁰. Essa tarefa ficou a cargo do secretário de Estado assistente dos Estados Unidos, William Benton, conhecido por ter feito fama e dinheiro no ramo publicitário, especialmente por ter sido um dos pioneiros, em 1929, na criação da publicidade radiofônica destinada ao patrocínio de programas de entretenimento.

Belmonte (2008, p. 12) destaca que “a marca da propaganda dos Estados Unidos durante a Guerra Fria foi a mistura de tecnologia, proezas científicas e consumismo”. Porém, os americanos não criaram apenas um serviço de propaganda americana, mas, também, atuaram com práticas desinformativas. Como indicam Bearden e Risen (2005), a desinformação criada pela URSS sobre o vírus Sida foi rebatida pelos americanos com outra desinformação.

Deste modo, os americanos espalharam no Afeganistão a história de que os russos estavam colocando bombas com aparência de brinquedo e distribuindo-as pelo

⁶ Citação original: Office of War Information (OWI).

⁷ Citação original: Office of Strategic Services (OSS).

⁸ Citação original: Office of InterAmerican Affairs (OIAA).

⁹ Citação original: Interim International Information Service (IIS).

¹⁰ Citação original: “a fair and full picture of American life and of the aims and policies of the United States government”.

país com o objetivo de mutilar e matar crianças. Essa desinformação, segundo os autores, foi criada e disseminada com o objetivo de inflar os ânimos que já estavam acirrados, visto que, entre 1979 e 1989, a União Soviética e as forças rebeldes do Afeganistão, conhecidas como *mujahidin*, estavam em guerra. Marton (2016) lembra que, em 1989, essa desinformação ganhou os jornais a partir de uma reportagem publicada pelo *New York Times* sobre as bombas-brinquedo.

Por fim, a Guerra Fria foi encerrada em 1989, com a Queda do Muro de Berlim, e, em 1991, a União Soviética foi extinta. Teoricamente, a desinformação motivada por grandes conflitos teria uma trégua. No entanto, não foi esse o desfecho da história. Após conflitos como a Segunda Guerra Mundial e a Guerra Fria, os Estados Unidos se afirmaram como a maior potência mundial, e, para Chomsky (2014,), historicamente, os americanos manipulam a população para apoiar suas aventuras externas. Uma vez que, ao longo da sua história, o país tem construído uma narrativa discursiva de que, quando atacam e destroem, estão protegendo e defendendo a nação de “agressores e monstros perigosos”. Exemplos disso incluem o regime comunista, a Guerra do Golfo, a Guerra do Vietnã e a guerra contra a Nicarágua, conflitos protagonizados pelos Estados Unidos e que tiveram apoio de boa parte dos cidadãos americanos.

5 Considerações finais

Ao observar o uso da desinformação em períodos de guerra, como nas Guerras Chinesas, na Segunda Guerra Mundial e na Guerra Fria, verifica-se que, na contemporaneidade, a desinformação segue sendo utilizada para manipular, persuadir e confundir a população, com a finalidade de manter no poder determinados projetos políticos que se caracterizam pelo desrespeito a democracia e as regras constitucionais.

A desinformação tem sido usada ao longo da história por lideranças totalitárias para manter-se no poder. Ao assumir a presidência, o ex-presidente Jair Bolsonaro, ao longo dos quatro anos de governo (2019-2022), fez uso da desinformação como estratégia para aproximação, diálogo e fidelização de seguidores e eleitores radicais. Essa medida consolidou sua popularidade entre este grupo, que, mesmo após a derrota de Jair Bolsonaro nas eleições de 2022, segue apoiando e reproduzindo conteúdos desinformativos que culminaram nos atos terroristas de 8 de janeiro de 2023. Os ataques resultaram na depredação de prédios do Congresso Nacional, do Supremo Tribunal Federal (STF) e do Palácio do Planalto em Brasília, locais que constituem o centro do poder democrático brasileiro (Ferreira; Galvão, 2023).

O ataque à democracia brasileira repete a invasão ao Capitólio, sede do congresso americano em Washington, em janeiro de 2021. O episódio foi motivado por eleitores que, estimulados por lideranças políticas como o ex-presidente Donald

Trump, não aceitavam a vitória do democrata Joe Biden como presidente dos Estados Unidos, nas eleições de 2020. Apesar de a Suprema Corte do Estado do Colorado ter tornado Donald Trump inelegível por entender que estava envolvido em uma insurreição contra o governo, em março de 2024, a Suprema Corte dos Estados Unidos reverteu a decisão, e o ex-presidente está disputando as eleições de 2024 para assumir o cargo de presidente dos Estados Unidos, com grandes chances de ser eleito.

No Brasil, a estratégia desinformativa adotada pelo ex-presidente Jair Bolsonaro, especialmente durante o seu mandato como presidente do Brasil, estimulou não apenas a polarização política no Brasil, mas também influenciou diretamente na queda da cobertura vacinal da população e no retorno de doenças que estavam erradicadas, como o sarampo e no risco da crescente no registro dos casos de doenças como poliomielite, rubéola e meningite (La Porta; Lima, 2022).

Bolsonaro divulgou uma série de conteúdos desinformativos, entre eles, falas e publicações relacionadas à pandemia da Covid-19. Disseminou desinformações como: a criação proposital do vírus da Covid-19 pela China; a não eficácia das vacinas; os supostos efeitos colaterais da aplicação de vacinas, como trombose e embolia, e a promoção de medicamentos cientificamente comprovados como ineficazes para o tratamento da Covid-19, como a Cloroquina, a Hidroxicloroquina e a Ivermectina (Santos, 2021). Essas manifestações do ex-presidente colocaram em dúvida a eficiência e a eficácia das vacinas para combater o vírus, além de ter estimulado a população a não se vacinar.

A diferença entre as práticas desinformativas herdadas dos períodos de guerra e as atuais consiste no poder de circulação e alcance desses conteúdos e no quantitativo de vítimas da desinformação. Vítimas que, em um determinado momento do ciclo desinformativo, também se tornam coautoras da desinformação ao compartilhar e espalhar esses conteúdos em seus perfis pessoais nas redes sociais.

A circulação e o alcance da desinformação contemporânea são ampliados pelas plataformas de redes sociais digitais, caracterizadas por seus poderosos algoritmos que têm garantido às *Big Techs* lucros financeiros cada vez maiores, oriundos da desinformação industrializada, produzida com a finalidade de ser patrocinada e direcionada para grupos de usuários previamente definidos.

Este cenário reforça a necessidade de qualificar todos os cidadãos para checagem da origem e da veracidade dos conteúdos que consomem em suas *timelines*. Observa-se uma demanda crescente pela educação midiática dos usuários da internet, visto que este tem sido o espaço onde a maioria das publicações desinformativas circula. Uma das possibilidades para estimular o público a adotar o hábito de checar e não acreditar cegamente nos conteúdos que circulam nas redes sociais online, está na efetivação de ações e políticas públicas voltadas para qualificar

o cidadão para que esteja apto a questionar a autoria e a veracidade dos conteúdos midiáticos consumidos diariamente, bem como realizar a checagem desses consumos. Porém, essa tarefa precisa ser compartilhada entre governos, lideranças políticas, *Big Techs*, judiciário, empresas jornalísticas e instituições de ensino e pesquisa, para que a educação midiática não seja apenas uma responsabilidade das escolas e dos professores, mas de toda a sociedade.

No caso das *Big Techs*, consolidadas por seus poderosos algoritmos e que têm sido a principal via para promoção e divulgação de conteúdos e estratégias desinformativas, entende-se que estas precisam urgentemente rever suas estratégias movidas em angariar e aumentar lucros financeiros a partir da desinformação. Os impactos negativos da desinformação têm colocado em risco as democracias, como no caso da invasão ao Capitólio e os atos terroristas ocorrido em Brasília no dia de 8 de janeiro de 2023, além de afetar a vida da população, a exemplo do negacionismo em relação à pandemia de Covid-19.

O desafio das *Big Techs* passa pela vigilância e transparência em relação às informações coletadas pelos seus algoritmos no sentido de humanizar a relação com seus usuários, bem como atuar de modo colaborativo com o poder público, empresas jornalísticas e instituições de ensino e pesquisa na promoção de campanhas de alfabetização e letramento midiático e informacional, para garantir que informações verdadeiras possam chegar aos cidadãos, especialmente àqueles que se informam pelas redes sociais digitais.

Referências

ARENDRT, Hannah. **Origens do totalitarismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2013. *E-book*.

BAUER, Udo. A segunda guerra mundial em números. **Deutsche Welle Brasil**, Berlim, 1 set. 2019. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/a-segunda-guerra-mundial-em-n%C3%BAmeros/a-50212146>. Acesso em: 15 set. 2020.

BEARDEN, Milt; RISEN, James. **O grande inimigo**: a história secreta do confronto final entre a CIA e KGB. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

BELMONTE, Laura A. **Selling the american way**: U.S. propaganda and the cold war. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 2008.

CHOMSKY, Noam. **Mídia**: propaganda política e manipulação. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014. *E-book*.

FERREIRA, Afonso; GALVÃO, Walder. Terroristas bolsonaristas invadem Congresso Nacional, Palácio do Planalto e STF, em Brasília. **G1**, Brasília, 8 jan. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2023/01/08/bolsonaristas-radicaais-entram-em-confronto-com-a-policia-na-esplanada-e-sobem-rampa-do-congresso-nacional-em-brasilia.ghtml>. Acesso em: 9 jan. 2023.

GUERRINI, Irineu. Brazilian section: as transmissões em português da BBC durante a segunda guerra mundial. *In*: GOLIN, Cida; ABREU, João Batista de (org.). **Batalha sonora**: o rádio e a segunda guerra mundial. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006. p. 18-19.

KLIM, Max. **Propaganda Goebbels**: Paul Joseph Goebbels. Biografia, foto, vida pessoal. Estocolmo: Ridero, 2018. *E-book*.

LA PORTA, Maria Luiza; LIMA, Everton. Vacinação infantil sofre queda brusca no Brasil. **Portal Fiocruz**, Rio de Janeiro, 19 out. 2022. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/vacinacao-infantil-sofre-queda-brusca-no-brasil#:~:text=No%20dia%2017%20de%20outubro,%25%20para%2071%2C49%25>. Acesso em: 7 jan. 2023.

MARTON, Fábio. Quando a mentira tem pernas longas. **Super Interessante**, São Paulo, 31 out. 2016. Disponível em: <https://super.abril.com.br/historia/quando-a-mentira-tem-pernas-longas/>. Acesso em: 29 set. 2020.

NASSER, Roberto. Guerra fria polarizou o mundo. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 13 nov. 1997. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj131108.htm>. Acesso em: 14 set. 2020.

NEWCOURT-NOWODWORSKI, Stanley. **La propaganda negra em la segunda guerra mundial**. Madrid: Algaba, 2006.

RIDLEY, Louise. As vítimas esquecidas do Holocausto: os 5 milhões de não-judeus mortos pelos nazistas. **Huffpost Brasil**, [s. l.], 26 jan. 2017. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/2015/01/27/as-vitimas-esquecidas-do-holocausto-os-5-milhoes-de-nao-judeus_n_6557990.html. Acesso em: 23 set. 2020.

SANTOS, José Matheus. Bolsonaro desdenha de vacina e enaltece 'kit Covid' um dia após CPI lhe atribuir 9 crimes na pandemia. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 21 out. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/10/bolsonaro-desdenha-de-vacina-e-enaltece-kit-covid-um-dia-apos-cpi-apontar-9-crimes-dele-na-pandemia.shtml>. Acesso em: 10 jan. 2023.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2010.

SHULTZ, Richard H.; GODSON, Roy. **Desinformação**: medidas ativas na estratégia soviética. Rio de Janeiro: Editorial Nórdica, 1984.

SIMKIN, John. Sefton Delmer. **Spartacus educational**, Grã-Bretanha, set. 1997. Disponível em: <https://spartacus-educational.com/Jdelmer.htm>. Acesso em: 18 set. 2020.

TZU, Sun. **A arte da guerra**. São Paulo: Hunter Books, 2011.

VOLKOFF, Vladimir. **Pequena história da desinformação**: do cavalo de Tróia à Internet. Curitiba: Vila do Príncipe, 2004.