


**ACADEMIA MILITAR DAS AGULHAS NEGRAS
ACADEMIA REAL MILITAR (1811)
CURSO DE CIÊNCIAS MILITARES**

Marcos Suel Rocha Martins

**ESTUDO SOBRE AS TÉCNICAS DE OPERAÇÕES PSICOLÓGICAS DA
DOCTRINA BRASILEIRA EMPREGADAS NA GUERRA DO VIETNÃ**

**Resende
2022**

	APÊNDICE II AO ANEXO B (NITCC) ÀS DIRETRIZES PARA A GOVERNANÇA DA PESQUISA ACADÊMICA NA AMAN TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE DIREITOS AUTORAIS DE NATUREZA PROFISSIONAL	AMAN 2022
---	---	----------------------

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE DIREITOS AUTORAIS DE NATUREZA PROFISSIONAL

TÍTULO DO TRABALHO: ESTUDO SOBRE AS TÉCNICAS DE OPERAÇÕES PSICOLÓGICAS DA DOCTRINA BRASILEIRA EMPREGADAS NA GUERRA DO VIETNÃ
AUTOR: MARCOS SUEL ROCHA MARTINS

Este trabalho, nos termos da legislação que resguarda os direitos autorais, é considerado de minha propriedade.

Autorizo o a Academia Militar das Agulhas Negras a utilizar meu trabalho para uso específico no aperfeiçoamento e evolução da Força Terrestre, bem como a divulgá-lo por publicação em revista técnica da Escola ou outro veículo de comunicação do Exército.

A Academia Militar das Agulhas Negras poderá fornecer cópia do trabalho mediante ressarcimento das despesas de postagem e reprodução. Caso seja de natureza sigilosa, a cópia somente será fornecida se o pedido for encaminhado por meio de uma organização militar, fazendo-se a necessária anotação do destino no Livro de Registro existente na Biblioteca.

É permitida a transcrição parcial de trechos do trabalho para comentários e citações desde que sejam transcritos os dados bibliográficos dos mesmos, de acordo com a legislação sobre direitos autorais.

A divulgação do trabalho, em outros meios não pertencentes ao Exército, somente pode ser feita com a autorização do autor ou da Direção de Ensino da Academia Militar das Agulhas Negras.

Resende, 15 de agosto de 2022



Cad Marcos Suel Rocha Martins

Dados internacionais de catalogação na fonte

M386e MARTINS, Marcos Suel Rocha

Estudo sobre as técnicas de operações psicológicas da doutrina brasileira empregadas na guerra do vietnã. / Marcos Suel Rocha Martins – Resende; 2022. 50 p. : il. color. ; 30 cm.

Orientador: Paulo Ricardo Santos de Lemos

TCC (Graduação em Ciências Militares) – Academia Militar das Agulhas Negras, Resende, 2022.

CDD: 355

Ficha catalográfica elaborada por Jurandi de Souza CRB-5/00187

Marcos Suel Rocha Martins

**ESTUDO SOBRE AS TÉCNICAS DE OPERAÇÕES PSICOLÓGICAS DA
DOCTRINA BRASILEIRA EMPREGADAS NA GUERRA DO VIETNÃ**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Ciências Militares, da Academia Militar das Agulhas Negras (AMAN), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Ciências Militares**.

Orientador: Cel PTTC Paulo Ricardo Santos de Lemos

Resende
2022

Marcos Suel Rocha Martins

**ESTUDO SOBRE AS TÉCNICAS DE OPERAÇÕES PSICOLÓGICAS DA
DOCTRINA BRASILEIRA EMPREGADAS NA GUERRA DO VIETNÃ**


Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Ciências Militares, da Academia Militar das Agulhas Negras (AMAN, RJ), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Ciências Militares**.

Aprovado em 15 de agosto de 2022:

Banca examinadora:



Paulo Ricardo Santos de Lemos – Cel PTTC
(Presidente/Orientador)



Ten Cel Vítor Cibien de Oliveira



Cap Augusto César de Oliveira Matos

Resende
2022

Dedico este trabalho, aos meus familiares que sempre estiveram me incentivando e apoiando durante o transcorrer da minha formação, sendo fonte de motivação essencial para que eu possa realizar meu sonho de me tornar um oficial do Exército Brasileiro, também, à minha esposa, que foi um anteparo ao longo da formação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus, por ter me dado a sabedoria e a força necessária para chegar até esta etapa da formação do futuro oficial do Exército Brasileiro. Agradeço, também, a minha família, principalmente meus pais, por estarem sempre prestando todo o apoio necessário nos momentos de felicidade e de tristeza. Vocês são os principais responsáveis por eu ter chegado onde estou. Ao meu orientador, que, sempre utilizou a sua experiência para me ajudar a finalizar meu trabalho, e que nunca hesitou em prestar a assistência frente às dúvidas que se colocaram em minha frente, concedendo-me a liberdade de procurá-lo a qualquer momento para retirada de dúvidas. Agradeço a minha esposa por ter me ajudado a completar essa etapa da formação.

RESUMO

ESTUDO SOBRE AS TÉCNICAS DE OPERAÇÕES PSICOLÓGICAS DA DOCTRINA BRASILEIRA EMPREGADAS NA GUERRA DO VIETNÃ

AUTOR: Marcos Suel Rocha Martins
ORIENTADOR(A): Paulo Ricardo Santos de Lemos

As Operações Psicológicas (Op Psc) são um campo que no amplo espectro dos conflitos, possui importância decisiva na Opinião Pública (Op Pub). Sendo o seu papel persuadir determinado Público Alvo (Pub A), aliados ou não, para auxiliar o Estado que as emprega para a conquista dos seus objetivos. O Exército Brasileiro possui um setor designado somente à essa área, sendo o 1º Batalhão de Op Psc (1º B Op Psc) encarregado do estudo e emprego dessa doutrina. A doutrina brasileira de Op Psc configura diversas técnicas de propaganda voltadas para melhor persuadir o Pub A. Na Guerra do Vietnã, com a evolução dos meios de disseminação de informação, os Estados Unidos empregaram largamente esses tipos de operações para conquistar os corações e mentes das famílias e dos combatentes Vietcongues (VC). Esse trabalho evidenciou diversas dessas técnicas, como o Quadro familiar, que objetiva levar às cabeças dos civis e combatentes inimigos lembranças do conforto do lar, o que acaba minando a vontade de combater e faz o indivíduo almejar a paz. a natureza cultural também foi explorada, como visto na Operação “Wandering Soul”, atribuindo caráter divino ao conflito. Uma das frentes pouco defendidas pelo Exército Norte-Americano foi as Op Psc em seu próprio território, visto que a contracultura confrontou fortemente a guerra. Diversos protestos contra a guerra se desencadearam, forçando a retirada das tropas americanas do Vietnã. o principal fato observado foi que a Op Pub foi decisiva naquele episódio, o que garantiu a vitória por parte de Hanói.

Palavras-chave: Operações Psicológicas. Técnicas. Guerra do Vietnã.

ABSTRACT

STUDY ABOUT PSYCHOLOGICAL OPERATIONS TECHNIQUES OF BRAZILIAN DOCTRINE USED IN THE VIETNAM WAR

AUTHOR: Marcos Suel Rocha Martins
ADVISOR: Paulo Ricardo Santos de Lemos

Psychological operations are a field that, in the wide spectrum of conflicts, has decisive importance in public opinion. Its role is to persuade a certain Target Audience, allies or not, to help the State that employs them to achieve its goals. The Brazilian Army has a sector designated only to this area, being the 1st Battalion of Psychological Operations (1st B Psy Op) in charge of the study and use of this doctrine. The Brazilian doctrine of Psychological Operations configures many propaganda techniques aimed to better persuade the Target Audience. In the Vietnam war, with the evolution of the means of dissemination of information, the United States widely used these types of operations to win the hearts and minds of the families and Vietcong fighters. This work evidenced several of these techniques, such as the Family Frame, which aims to bring memories of the comfort of home to the heads of civilians and enemy combatants, which ends up undermining the will to fight and makes the subject yearn for peace. The cultural character was also explored, as seen in the Operation "Wandering Soul", attributing divine character to the conflict. One of the fronts weakly defended by the American Army was the Psy Op in their own territory, since the counterculture strongly confronted the war, several protests against the war were unleashed, forcing the withdrawal of American troops from Vietnam. the main fact observed was that public opinion was decisive in that episode, which ensured Hanoi's victory.

Keywords: Psychological Operations. Techniques. Vietnam War.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Símbolo da U.S. Army John F. Kennedy Special Warfare Center and School.....	18
Figura 2 - Brasão 1º B Op Psc.....	18
Figura 3 – Panfleto demonstrando as terríveis condições em que os soldados alemães eram expostos durante a guerra.....	29
Figura 4 – Panfleto em que uma mãe fala a seguinte mensagem:” Você me rouba meus filhos, José não está mais aqui, Simeão se foi, agora você quer levar Benjamin. Isso é demais para mim.”.....	20
Figura 5 – Folheto britânico mostrando que os Prisioneiros de guerra eram bem alimentados.....	20
Figura 6 - Folheto com a seguinte mensagem: “ Você perdeu tudo”.....	21
Figura 7 - Joseph Goebbels no palanque enaltecendo os membros das tropas de Choque nazistas.....	22
Figura 8 - Cartaz enaltecendo a raça ariana, dita como superior a todas as outras.	23
Figura 9 - Propaganda antissemita.....	24
Figura 10 – Capa de uma história em quadrinhos contendo propaganda anticomunista.....	27
Figura 11 - VC segurando panfleto da propaganda de salvo-conduto.....	31
Figura 12 - Símbolo da campanha Chieu Hoi.....	32
Figura 13 - Panfleto de salvo – conduto.....	33
Figura 14 – Aeronave C-47.....	33
Figura 15 - Panfleto mostrando um VC chorando por não fornecer enterro digno ao seu camarada falecido.....	34
Figura 16 - Soldado com mochila utilizada para reproduzir as gravações.....	35
Figura 17 - Helicóptero com equipamento de som instalado para reproduzir as gravações.....	36
Figura 18: Às de espadas preso no capacete de um soldado norte-americano no período da Guerra do Vietnã.....	37
Figura 19: Combatente do Vietnã do Norte morto com Às de espadas na boca.....	37
Figura 20 - Panfleto de uma caveira com um Às contendo a seguinte frase: “Vietcongue! Isso é um sinal de morte!”.....	38
Figura 21: Helicópteros do Exército dos EUA no Vietnã com Às de espadas.....	38
Figura 22 - Jovens movidos pela contracultura protestando para o fim da guerra.....	39
Figura 23 - Filmagens de crianças atingidas por bombardeiros de napalm.....	40
Figura 24 - General sul-vietnamita executando VC na frente das câmeras.....	40

Figura 25 - Dois policiais militares dos EUA ajudam um colega ferido durante os combates no complexo da Embaixada dos EUA em Saigon durante a ofensiva Tet.....	41
Figura 26 - Protestos estudantis em abril de 1968 pelo fim da guerra do Vietnã.....	42
Figura 27 - Protestos em frente à Casa Branca pelo fim da guerra do Vietnã.....	42

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

B Op Psc	Batalhão de Operações Psicológicas
EB	Exército Brasileiro
DOP	Departamento de Operações Psicológicas
ESV	Exército Sul Vietnamita
EUA	Estados Unidos da América
FE	Forças Especiais
JUSPAO	Joint United States Public Affairs Office
Op Psc	Operações Psicológicas
OP Pub	Opinião Pública
PSYOP	Psychological Operations
VC	Vietcongue

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 OBJETIVOS.....	12
1.1.1 Objetivo geral	12
1.1.2 Objetivos específicos	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 CONCEITO DE OP PSC.....	13
2.1.1 DEFINIÇÃO.....	13
2.1.2 ANÁLISE DO PUB A.....	14
2.1.3 VEÍCULOS DE DIFUSÃO DE MENSAGENS.....	15
2.1.4 TÉCNICAS DE OPERAÇÕES PSICOLÓGICAS.....	15
2.1.5 CAMPANHAS DE OP PSC HISTÓRICAS.....	17
2.1.5.1 GIDEÃO CONTRA OS MIDIANITAS.....	17
2.1.5.2 PROPAGANDA DURANTE A PRIMEIRA GUERRA MUNDIAL.....	19
2.1.5.3 MINISTÉRIO DA PROPAGANDA NAZISTA.....	21
2.2 CONFLITOS PELA INDEPENDENCIA DO VIETNÃ.....	25
2.2.1 GUERRA DA INDOCHINA.....	25
2.2.2 CONTENXTO DA GUERRA FRIA.....	26
2.2.3 GUERRA DO VIETNÃ.....	28
2.3 JOINT UNITED STATES PUBLIC AFFAIRS (JUSPAO).....	30
2.4 CAMPANHAS DE OP PSC DURANTE A GUERRA.....	31
2.4.1 CHIEU HOI PROGRAM.....	31
2.4.2 PROJECT QUICK SPEAK.....	33
2.4.3 OPERAÇÃO “WANDERING SOUL”.....	34
2.4.4 DEATH CARDS.....	36
2.5 CONTRACULTURA AMERICANA.....	39
2.6 OP PUB AMERICANA A RESPEITO DA GUERRA.....	40
2.7 ANÁLISE DAS OPERAÇÕES.....	43
3 REFERENCIAL METODOLÓGICO	44
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS	46

1 INTRODUÇÃO

Desde de que a humanidade começou a se comunicar e se relacionar foi notada a importância da persuasão para alterar opiniões de outros e conquistar os objetivos de uma pessoa ou de um grupo de pessoas. No espectro dos conflitos não deixou de ser diferente, em vários relatos históricos nota-se o uso de ferramentas para influenciar a motivação dos homens no campo de batalha, sejam aliados ou inimigos, sendo fator determinante na vontade do homem para lutar. Segundo o Manual de Campanha C 45-4 o conceito de Op Psc “É o conjunto de ações de qualquer natureza, destinadas a influir nas emoções, nas atitudes e nas opiniões de um grupo social, com a finalidade de obter comportamentos predeterminados.” (BRASIL, 1999, p. 1-3)

Com a evolução da humanidade essa área se tornou indispensável tanto em tempos de guerra como de paz. Sendo altamente empregado atualmente, como na Guerra ao terror, na campanha brasileira no Haiti na missão de paz da ONU e na intervenção federal do Exército no Rio de Janeiro, em 2019.

A Guerra do Vietnã foi um dos mais importantes conflitos da Guerra Fria, tendo em vista o envolvimento direto dos Estados Unidos, uma potência militar, contra um país de terceiro mundo. Nesse conflito pôde ser visto o conceito de guerra irregular, em que um país notavelmente inferior utilizou técnicas de guerrilha para neutralizar a superioridade dos recursos de seu inimigo.

Tal envolvimento aconteceu devido a “teoria do dominó”, pois o mundo se encontrava polarizado em um embate entre dois blocos, capitalista e comunista, e os Estados Unidos acreditava que a adesão de um país a um regime socialista levaria a queda de outros gerando um efeito dominó.

A tão criticada “teoria do dominó”, segundo a qual a queda de um governo levaria à queda de outro, numa espécie de reação em cadeia, consumou-se em 1975, com a reunificação do Vietnã, a vitória do Khmer Vermelho no Camboja e a ascensão do Pathet Lao no Laos, todos de orientação marxista. (VISACRO, 2009, p. 111)

Durante o conflito foram amplamente empregadas Op Psc pelos norte-americanos para dissuadir e abalar a moral dos norte-vietnamitas, aumentar a vontade de lutar dos aliados e obter o apoio da população local.

Esta pesquisa consiste em um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Seu objetivo consiste na análise das técnicas de Op Psc empregadas na Guerra do Vietnã pelos Estados Unidos, observando quais foram as utilizadas com maior frequência durante o transcorrer do

conflito. Coube, ainda, ao estudo analisar quais ensinamentos foram aprendidos com as Op Psc aplicadas naquela guerra, verificando suas semelhanças com as doutrinas da atualidade.

Esta pesquisa justifica-se pela importância das Op Psc, tanto em tempos guerra como de paz, o que a configura como poder para o alcance de objetivos, tendo amplos cenários de atuação, se tornando na atualidade uma área indispensável para Estados e Exércitos. Vale citar que técnicas semelhantes às utilizadas no Vietnã são empregadas até os dias atuais pelo Exército Brasileiro, como o uso de panfletos pelo Destacamento de Operações Psicológicas (DOP) durante a missão de paz no Haiti e durante a intervenção federal no Rio de Janeiro. Tornando um estudo sobre esse tema essencial para o eventual emprego de operações desse cunho.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Definir quais foram as técnicas de propaganda das Op Psc previstas em manual brasileiro usadas pelo exército Norte-Americano na Guerra do Vietnã.

1.1.2 Objetivos Específicos

Determinar quais foram as técnicas de propaganda Op Psc mais utilizadas no conflito.

Averiguar quais lições podem ser aprendidas com o Exército dos Estados Unidos da América a respeito das Op Psc.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONCEITO DE OP PSC

2.1.1 DEFINIÇÃO

Segundo o Manual de Operações Psicológicas (1999), desde que o homem aprendeu a comunicar-se, vem utilizando a persuasão e outras formas de influência para alterar emoções, opiniões, atitudes e comportamentos de grupos com a finalidade de obter comportamentos predeterminados. Elas constituem uma parte essencial do poder. Os chefes militares e políticos das nações têm utilizado, quer na paz, quer na guerra, as Op Psc como forma de persuasão ao longo da história. Sendo definido pelo Manual C 45-4 como “o conjunto de ações de qualquer natureza, destinadas a influir nas emoções, nas atitudes e nas opiniões de um grupo social, com a finalidade de obter comportamentos predeterminados.” (BRASIL, 1999, p. 1-3)

A definição apresentada pelo Manual de Campanha EB20-MC-10.213 “As Op Psc são definidas como procedimentos técnico-especializados, aplicáveis de forma sistematizada, de modo a influenciar Pub A a manifestarem comportamentos desejáveis, com o intuito final de apoiar a conquista dos objetivos estabelecidos.” (BRASIL, 2019, p. 4-2)

O Manual de Operações de Informação configura as Op Psc como procedimentos técnico-especializados, aplicáveis de forma sistematizada, de modo a influenciar o público alvo (Pub A) a apresentar comportamentos desejáveis, com a intenção de apoiar a conquista dos objetivos estabelecidos.

As Op Psc visam influenciar as emoções, o raciocínio, as motivações, os objetivos e o comportamento de Pub A no ambiente operacional, não se limitando apenas às tropas aliadas, inimigos ou potenciais ameaças, mas incluindo, também, a população do local de atuação.

Segundo o Field Manual 3-05.301 Psychological Operations Tactics, Techniques, and Procedures, dos Estados Unidos, as Op Psc são classificadas como: operações planejadas que transmitem informações e indicadores selecionados para públicos-alvo estrangeiros para influenciar suas emoções, motivos, abjetivo de raciocínio e, finalmente, o comportamento de governos, organizações, grupos e indivíduos estrangeiros. O propósito de todo PSYOP é criar em grupos estrangeiros neutros, amigáveis ou hostis as emoções, atitudes ou comportamentos desejados que apoiem a realização dos objetivos nacionais dos EUA e da missão militar.

Possuindo como diferença em relação à OP Psc brasileira o foco de suas atividades incidirem em alvos estrangeiros, sendo eles amigáveis ou não.

O livro Guerra Psicológica ainda aborda esse conceito da seguinte maneira:

A guerra psicológica, em sentido lato, consiste na aplicação, à conduta da guerra, da ciência denominada Psicologia; em sentido restrito, ela compreende o emprego da propaganda contra um inimigo, conjuntamente com as medidas militares operacionais suscetíveis de suplementarem a propaganda. A propaganda pode ser descrita, por sua vez, como persuasão organizada por meios não violentos. A guerra propriamente dita pode ser encarada como sendo, entre outras coisas, uma forma violenta de persuasão. (LINEBARGER, 1962, p. 69)

Analisando todos os conceitos abordados fica claro que Op Psc podem ser encaradas como todas aquelas ações que possuem como objetivo persuadir um determinado Pub A.

2.1.2 ANÁLISE DO PUB A

A análise do público-alvo é descrita em seis passos pelo Manual de Campanha C 45-4:

- 1º passo - Seleção do público-alvo.
- 2º passo - Determinação das condições que afetam o público-alvo.
- 3º passo - Formulação de objetivos psicológicos potenciais.
- 4º passo - Determinação das vulnerabilidades do público-alvo.
- 5º passo - Determinação das suscetibilidades do público-alvo.
- 6º passo – Determinação do potencial do público-alvo. (BRASIL, 2019, p. 4-10)

Tais passos são focados em analisar os potenciais públicos-alvo, baseado nos interesses de tal Pub A. É verificado o que influencia positiva e negativamente o comportamento do alvo. Depois é levantada a reação comportamental esperada por parte do Pub A conforme forem empregadas Campanhas de Op Psc. Posteriormente, é datado o que torna o alvo receptivo aos estímulos persuasivos, deixando-o suscetível, estado em que se pode ser influenciado, tornando o objetivo da missão de Op Psc mais fácil de ser atingido. Por último, é estimado qual é a capacidade do Pub A para reproduzir o comportamento desejado, e de influenciar grupos ligados a ele.

2.1.3 VEÍCULOS DE DIFUSÃO DE MENSAGENS

Com toda uma estratégia traçadas, o operador psicológico ainda necessita transmitir sua propaganda através de um meio, nessa questão entram os veículos de difusão. O Manual

de Campanha C 45-4 apresenta que “são considerados veículos de difusão de mensagens todos os recursos, processos e técnicas capazes de fazer com que as referidas mensagens atinjam o público-alvo.” (BRASIL, 1999, p. 3-1)

Sendo esses veículos classificados como “**áudio** (rádio, alto-falante, etc.), **visuais** (cartaz, panfleto, etc.) e **audiovisuais** (cinema, televisão, etc.)” (BRASIL, 1999, p. 3-1). Tais classificações delimitam diversas formas de propagar as mensagens aos alvos.

2.1.4 TÉCNICAS DE OPERAÇÕES PSICOLÓGICAS

Segundo o Manual de Operações Psicológicas as Op Psc são disseminadas por meio de instrumentos como a propaganda, instrumento considerado o mais poderoso para influenciar a Op Pub; contrapropaganda, que se caracteriza por ser a propaganda com o intuito de opor ou neutralizar a divulgação adversa, e outros como relações públicas e demonstrações de força.

As principais técnicas abordadas pelo manual referentes a propaganda são a generalização brilhante, “técnica que consiste na utilização de exageros e palavras com alta conotação emotiva, com paz, honra e liberdade, intimamente associadas com ideias de uso comum, sem que haja necessidade de clara definição desses conceitos na mente do público.” (BRASIL, 1999, p. 2-11)

Testemunho, que “é o recurso de utilizar-se do testemunho de alguma personalidade respeitada e aceita pelo público-alvo com o intuito de dar cunho oficial ou prestígio para a mensagem da propaganda.” (BRASIL, 1999, p. 2-11)

Simplificação, “usa-se para transformar temas complexos em temas simples e fáceis de entender, oferecendo uma interpretação simplificada dos fatos, das ideias e das personalidades.” (BRASIL, 1999, p. 2-11)

Quadro familiar, “trata-se da utilização de cenas ou expressões que evoquem no público-alvo as lembranças familiares. Esses sentimentos podem criar, na população civil, o desejo de que a guerra termine e que se retorne à vida pacífica.” (BRASIL, 1999, p. 2-11)

Adesão à maioria,

O desejo de se sentir como parte do grupo deriva do instinto associativo da natureza humana, que impele o indivíduo a alienar-se, adotando pontos de vista e atitudes da maioria. Portanto, uma linha de ação ou uma opinião particular, que são compartilhadas por uma maioria esmagadora, obtém mais facilmente o consenso do grupo. É geralmente usado para convencer o público-alvo de que a campanha é expressão do ímpeto irresistível da massa ou do processo histórico. (BRASIL, 1999, p. 2-12)

Derivação, “consiste em criar uma nova corrente psicológica favorável à causa defendida pela propaganda, a partir de uma corrente de Op Pub já existente ou previamente provocada, que é desviada pela referida propaganda.” (BRASIL, 1999, p. 2-12)

Sugestão e insinuação,

A sugestão consiste em apontar ideias sem, explicitamente, tentar impô-las, deixando a cada um a tarefa de tirar suas próprias conclusões. Essa técnica baseia-se no fato de, psicologicamente, ser mais eficaz sugerir do que teimar em convencer: O homem prefere acreditar que pensou por si mesmo em vez de admitir que lhe foi imposto um pensamento. (BRASIL, 1999, p. 2-12)

Incitação, “técnica comumente usada para conduzir o público-alvo contra ideias ou pessoas. São ataques diretos à reputação e à credibilidade de figuras, instituições e filosofias.” (BRASIL, 1999, p. 2-12)

Repetição e Orquestração, “a repetição consiste na apresentação continuada da mesma mensagem até que seja definitivamente aceita pelo público alvo.” (BRASIL, 1999, p. 2-12)

Ampliação e desfiguração dos fatos, “um dos fundamentos, basicamente, em variar a forma, a oportunidade e os veículos utilizados na apresentação das mensagens, tendo em vista obter o máximo de coordenação e convergência das ideias e dos sentimentos a transmitir.” (BRASIL, 1999, p. 2-15)

Boato, “o boato é uma mensagem cuja autenticidade é questionável e cuja origem é de difícil verificação.” (BRASIL, 1999, p. 2-15)

Acusação de atrocidades, que “consiste em imputar erros, crimes, barbaridades e crueldades, mesmo que não sejam verdades, ao adversário.” (BRASIL, 1999, p. 2-16)

Polarização, “consiste em atrair o apoio da Op Pub e de aliados para a causa defendida. “Quem não está do nosso lado está contra nós.” (BRASIL, 1999, p. 2-19)

Alegação da sanção divina, “consiste em invocar o apoio de Deus e de atribuir um caráter divino às campanhas.” (BRASIL, 1999, p. 2-19)

Aceitação, “consiste em criar e manter durante uma ação de propaganda, um ambiente de agrado que seja capaz de provocar no público-alvo um estado de espírito favorável à recepção das ideias a difundir.” (BRASIL, 1999, p. 2-19)

Endemoniamento e/ou desumanização do adversário, “consiste em identificar os chefes políticos e militares adversários como pessoas desumanas.” (BRASIL, 1999, p. 2-19)

Todas essas técnicas visam usar determinada abordagem para atingir o Pub A da melhor maneira, sendo determinada a mais apropriada para tal público a partir de diversos fatores como cultura e o objetivo da missão.

2.1.5 CAMPANHAS HISTÓRICAS

2.1.5.1 GIDEÃO CONTRA OS MIDIANITAS

Na Bíblia Sagrada existe um dos primeiros relatos de uma operação psicológica empregada no espectro do combate. O episódio se trata da batalha de Gideão contra os midianitas. Gideão sabia que utilizar apenas das técnicas convencionais da época não seria o suficiente para alcançar a vitória. Se valendo da doutrina da época, que exigia que cada centena de homens tivesse uma tocha, ele empregou uma estratégia para causar confusão e desordem no inimigo. Equipou cada um dos 300 homens que levou consigo com uma tocha e uma trombeta, para produzir o efeito de trinta mil soldados. Durante a noite, ele dispôs os homens em torno do acampamento midianita, e unissonamente quebraram o silêncio noturno com as tochas, cantos e tocando as trombetas incessantemente. Linebarger diz que, “Equipando cada um de seus 300 homens com uma trombeta, poderia produzir o efeito de trinta mil homens.” (LINEBARGER, 1962, p. 40)

O episódio relatado no livro de Juízes do Velho Testamento da Bíblia Sagrada.

“Foi logo depois da meia-noite e da troca da guarda inimiga que Gideão e os cem soldados que estavam com ele chegaram perto dos postos avançados do acampamento dos midianitas. De repente, tocaram as cornetas e quebraram os vasos, de modo que as tochas brilharam na escuridão da noite. Então os outros duzentos homens fizeram o mesmo, segurando as tochas com a mão esquerda, e com a direita as cornetas que tocavam. Depois gritaram: “À espada pelo SENHOR e por Gideão!” Feito isso, pararam e ficaram nos seus lugares, observando a confusão dos inimigos. Todos os midianitas fugiam correndo e gritando” (Jz 7, 19-21).

O efeito alcançado foi o de pânico dentre os oponentes, que acabaram, inclusive, lutando entre si para tentar desesperadamente fugir.

Devido a esse combate ser considerado uma das primeiras campanhas de Op Psc, diversos órgãos relacionados a elas usam uma tocha como seu símbolo. Segue alguns exemplos abaixo:

Figura 1 - Símbolo da U.S. Army John F. Kennedy Special Warfare Center and School



Fonte: U.S. ARMY JOHN F. KENNEDY SPECIAL WARFARE CENTER AND SCHOOL

Figura 2 - Brasão 1º B Op Psc



Fonte: SALA DE ARMAS

Na campanha de Gideão fica evidente que algumas técnicas de Op Psc foram empregadas naquele conflito, mesmo não existindo uma doutrina a respeito das Op Psc. A técnica de Alegação da sanção divina pode ser identificada, pois o comandante daquela tropa fez questão de motivar seus homens afirmando que o seu Deus estava com eles. Quando os inimigos foram surpreendidos, imaginando que realmente lutavam contra um inimigo apoiado por uma divindade, entraram em desespero, selando o destino daquele combate.

2.1.5.2 PROPAGANDA DURANTE A PRIMEIRA GUERRA MUNDIAL

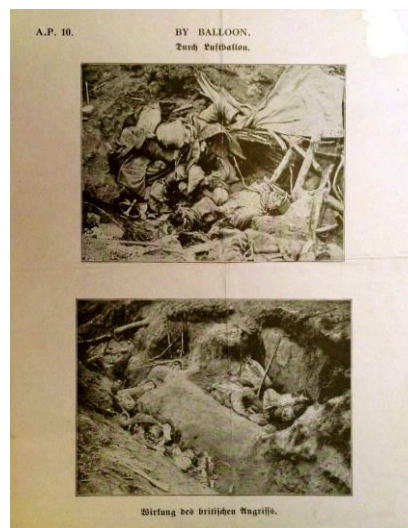
Embora já se tenham relatos de Op Psc que foram utilizadas no velho testamento da Bíblia, muitos consideram que o conflito que deu origem as Op Psc como as conhecemos

atualmente, foi a Primeira Guerra Mundial. Tal fato é relacionado ao desenvolvimento de meios de comunicação em massa como rádio e impressoras, que permitiam disseminar as mensagens ao Pub A em larga escala. Outros métodos, que caíram em desuso, também eram empregados como a arte de soltar os panfletos e jornais de balões não tripulados.

Em março de 1918, a operação de balão estava em pleno funcionamento, com até 400 lançados a cada dia. Na época do armistício em 11 de novembro, mais de 35.000 balões foram lançados e mais de 20 milhões de panfletos foram lançados. A propaganda incluía mensagens como o fracasso dos U-boats e Zeppelins, condições de vida terríveis na Alemanha e como as tropas alemãs foram usadas como bucha de canhão. (FRIEDMAN, tradução nossa)

Durante a guerra foram utilizadas ideias como o patriotismo e a masculinidade. Outras técnicas que eram empregadas era a exposição das atrocidades cometidas pelos inimigos, além disso a causa inimiga comumente era apresentada como iniciadora da guerra.

Figura 3 – Panfleto demonstrando as terríveis condições em que os soldados alemães eram expostos durante a guerra



Fonte: PSYWARRIOR

Figura 4 – Panfleto em que uma mãe fala a seguinte mensagem:” você me rouba meus filhos, José não está mais aqui, Simeão se foi, agora você quer levar Benjamin. Isso é demais para mim.”



Fonte: PSYWARRIOR

Figura 5 – Folheto britânico mostrando que os Prisioneiros de guerra eram bem alimentados.

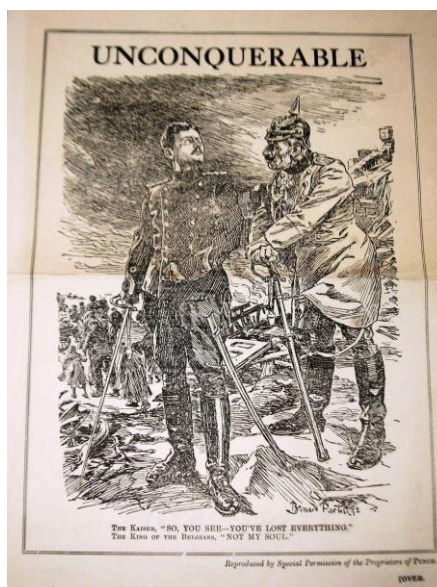


Fonte: FRIEDMAN

Durante a Primeira Guerra Mundial, era importante para a Grã-Bretanha fazer propaganda para seu próprio povo para que houvessem mais voluntários para a guerra, questionando a honra daqueles que se acovardavam, incentivando também quem trabalhava em serviços essenciais para que despendessem mais horas e tirassem menos tempo de folga, aumentando a produção bélica para guerra. Diversos folhetos tinham títulos como “Por que não vou?”, comumente escritos por mulheres e autoridades religiosas apoiando os esforços de

guerra, com o objetivo de criar um sentimento de culpa naqueles que negassem combater pelo seu país.

Figura 6 - Folheto com a seguinte mensagem: “Você perdeu tudo”.



Fonte: FRIEDMAN

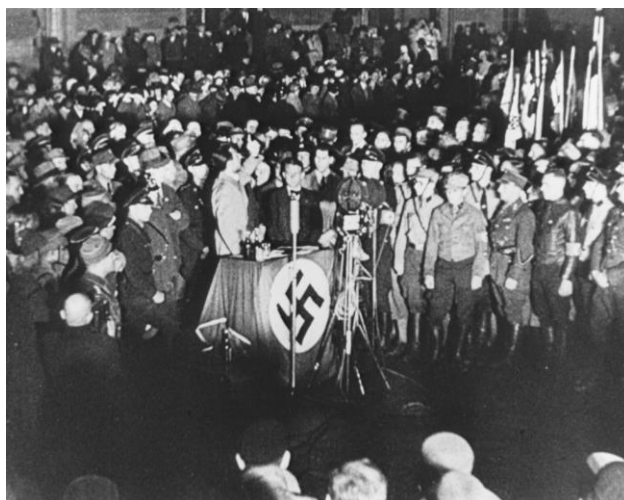
2.1.5.3 MINISTÉRIO DA PROPAGANDA NAZISTA

Hitler idealizou em seu livro “Mein Kampf” (Minha Luta) que a propaganda devia ter como alvo as massas, com mensagens simples para que qualquer cidadão conseguisse absorver as ideias disseminadas pelos rádios e jornais, visto que era de seu conhecimento que a maioria da população era composta de pessoas não letradas. Ele acreditava também que a propaganda devia despertar o imaginário popular, utilizando das aspirações e medos do povo. Hitler resumiu que a propaganda não deveria necessariamente mostrar a verdade para o povo, focando em apresentar fatos que trouxessem benefícios ao regime, ignorando e ocultando aqueles que não fossem úteis. Foi enfatizada também a necessidade de slogans simples, que deveriam ser disseminados jesuiticamente até a absorção das massas.

Com a chegada da Grande Depressão (1929), a Alemanha foi profundamente atingida. Em 1930 o partido nazista manteve sua receita de disseminar exaustivamente sua propaganda de fácil assimilação, culpando os comunistas e grupos minoritários como judeus e ciganos como responsáveis pela situação em que o país estava.

Goebbels, Ministro da Propaganda na Alemanha Nazista, seguiu à risca a idealização de Hitler para a propaganda nazista em território alemão, com suas aparições em comícios com discursos inflados. Tais medidas geraram maior aceitação da população menos letrada.

Figura 7 - Joseph Goebbels no palanque enaltecendo os membros das tropas de Choque nazistas



Fonte: MUSEU MEMORIAL DO HOLOCAUSTO DOS ESTADOS UNIDOS

Após a chegada do partido ao poder, Joseph assumiu o posto de Ministro da Propaganda na Alemanha Nazista, tendo dois principais focos, associar a imagem de Hitler ao salvador da Alemanha falida, sendo esse possuidor dos poderes necessários para reerguer o país. A outra tarefa era culpar grupos minoritários como os únicos responsáveis por todos os problemas alemães. Os rádios estavam por toda parte e mesmo no trabalho quando Hitler fazia um discurso todos paravam e ouviam atentamente.

Ele criou um império de disseminação de informações, controlando os rádios, jornais, cinemas e teatros para que a mensagem nazista fosse espalhada, permitindo apenas que aqueles alinhados aos ideais pudessem funcionar, chegando a controlar até as artes, exposições e a literatura. Os nazistas chegaram até a queimar livros que fossem de encontro aos ideais do regime. Seu investimento na propaganda fez a Alemanha ser a segunda maior indústria cinematográfica do mundo, indústria essa que só funcionava com a autorização do Ministro da Propaganda. “No período que antecedeu a criação das medidas executivas e leis contra os judeus, as campanhas de propaganda criaram uma atmosfera tolerante para com os

atos de violência contra os judeus.” (MUSEU MEMORIAL DO HOLOCAUSTO DOS ESTADOS UNIDOS)

Figura 8 - Cartaz enaltecendo a raça ariana, dita como superior a todas as outras.



Fonte: FOTOTECA GILARDI

Tal ministério teve papel importante durante o holocausto, pois faziam questão de taxar as minorias como indignos de serem considerados humanos, e que mereciam até mesmo serem escravos da raça superior (ariana).

A Noite dos Cristais, em que milhares de nazistas quebraram e destruíram cerca de 7.500 empresas de judeus, incendiaram centenas de sinagogas, assassinaram 91 israelitas e a polícia alemã prendeu cerca de 30.000 judeus e os encarcerou nos campos de concentração de Buchenwald, Dachau e Sachsenhausen. A propaganda alemã cumpriu sua missão de mascarar as atrocidades que aconteceram na Noite dos Cristais.

Quando jornais do todo o mundo relataram os eventos e as consequências da Kristallnacht, o Ministério da Propaganda alemão iniciou um cuidadoso programa de controle de danos à imagem alemã através de uma campanha de mídia cuidadosamente orquestrada, a qual buscava justificar as paixões populares inflamadas por trás daquela violência, atribuindo-a à "indignação espontânea" do povo alemão, e também minimizaram os números de mortes e de propriedades destruídas. (MUSEU MEMORIAL DO HOLOCAUSTO DOS ESTADOS UNIDOS)

Durante a Segunda Guerra Mundial o Ministério de Propaganda continuou com a censura de difusão que não fosse favorável ao governo alemão e com a forte disseminação de informações que os beneficiasse, até mesmo informações falsas, criando uma imagem do

Exército Alemão como invencível. Mais tarde acabou se tornando insustentável manter tais alegações, porém garantiu que a população estivesse a favor do regime até a sua queda.

O regime nazista até o final utilizou a propaganda de forma efetiva para mobilizar a população alemã no apoio à sua guerra de conquistas. A propaganda era também essencial para dar a motivação àqueles que executavam os extermínios em massa de judeus e de outras vítimas do regime nazista. Também serviu para assegurar o consentimento de outras milhões de pessoas a permanecerem como espectadoras frente à perseguição racial e ao extermínio em massa de que eram testemunhas indiretas. (MUSEU MEMORIAL DO HOLOCAUSTO DOS ESTADOS UNIDOS)

Figura 9 - Propaganda antissemítica



Fonte: THE SOCIETY PAGES

De acordo com o que foi apresentado, ficou claro que diversas técnicas de Op Psc previstas na doutrina brasileira foram utilizadas durante o nazismo. A primeira que pode ser citada é a Simplificação, pois o objetivo de Hitler era que sua propaganda fosse o mais simples possível para que conquistasse os corações e mentes do maior número de alemães, principalmente os menos letrados. A técnica de Repetição e Orquestração fica evidenciada pois o objetivo das propagandas nazistas era disseminar ideias repetidamente até que se massificassem nas mentes dos cidadãos. A Ampliação e Desfiguração dos fatos foi empregada no intuito de sempre utilizar a informação para beneficiar o regime, caso algo não fosse útil ou até contrário, era censurado, garantindo que a Op Pub fosse extremamente manipulada. As técnicas de Incitação e Desumanização do adversário ficaram bem caracterizadas ao observarmos o ódio gerado contra os judeus pela imprensa daquela época.

Tais técnicas foram tão eficientes que de fato conquistaram os corações e mentes alemães durante o nazismo, conquista essa que garantiu apoio para que o país entrasse em um conflito de escala global e realizasse diversas atrocidades como o holocausto com o apoio da Op Pub nacional.

2.2 CONFLITOS PELA INDEPENDENCIA DO VIETNÃ

2.2.1 GUERRA DA INDOCHINA

Durante o século XIX, devido ao fato conhecido como expansão neocolonialista, os franceses expandiram sua influência na Península Indochinesa, formando a “Indochina Francesa”. Em 1884 começaram sua investida para subjugar a região que atualmente se encontra o Vietnã. “Tinham por objetivo abrir uma rota alternativa para o cobiçado mercado do Sul da China.” (VISACRO, 2009, P. 102)

Mesmo com a ocupação estrangeira, ainda existia inconformismo, porém nada que caracterizasse enfrentamento direto. Em 1925, Ho Chi Minh, revolucionário comunista, criou o Partido Comunista Indochinês, e em 1930 promoveu alguns confrontos que marcaram uma iniciativa pela independência do Vietnã, porém esse movimento foi combatido e suprimido, mas serviu de estopim para uma luta que tardaria a terminar.

Após os insucessos da década de 1930, Ho Chi Minh convencera-se de que a libertação e a unificação da Indochina deveriam preterir a criação de um Estado marxista e decidiu postergar sua revolução socialista. Assim, em 1941, fundou a Frente pela Independência do Vietnã ou Vietminh, congregando, em torno de si, outros segmentos nacionalistas, além dos comunistas que, é claro, compunham a grande corrente majoritária entre os quadros militantes. (VISACRO, 2009, p. 103).

Com o término da Segunda Guerra Mundial a França pode voltar sua atenção à sua colônia, que lidava com o Vietminh pelo controle do Vietnã. Os franceses eram minoria na região, o que os fez adotar postura defensiva.

Apesar de sua elevada combatividade, as unidades francesas eram em número insuficiente para controlar todo o território e, dessa forma, foram obrigadas a concentrarem-se nas áreas mais densamente povoadas, adotando uma postura defensiva. Tal fato conferia certa liberdade de ação e de movimento aos grupos guerrilheiros, que, aos poucos, foram capazes de assegurar a Giap o monopólio da iniciativa. (VISACRO, 2009, p. 105).

Após o êxito da revolução Mao na China, aquele país se tornou parceiro nas atividades da guerrilha, fornecendo apoio político, militar e facilitando o acesso ao território chinês para

servir como abrigo aos guerrilheiros. “A guerra de independência da Indochina foi, mais uma vez, afetada por acontecimentos de caráter externo, quando a revolução de Mao se sagrou vitoriosa em outubro de 1949.” (VISACRO, 2009, p. 105).

Os franceses enviaram mais efetivos à sua colônia, porém enxergavam seu inimigo como inferiores e acreditavam em suas capacidades de logística e de apoio de fogo, algo que lhes custou caro pois a guerrilha utilizou de dezenas de milhares de pessoas para transportar toneladas de equipamentos a braço pelas florestas. “Estima-se que dezenas de milhares de vietnamitas, sem distinção de sexo, com idades entre 18 e 45 anos, foram empenhados nas penosas atividades logísticas de retaguarda.” (VISACRO, 2009, p. 108).

A descrença francesa chegou ao fim quando enfrentaram uma forte ofensiva orquestrada pelo inimigo. “No dia 13 de março de 1954, o mundo desabou em chamas sobre os franceses entrincheirados no vale longínquo. Perplexos, não sabiam explicar como o inimigo pôde concentrar tamanho poder de fogo.” (VISACRO, 2009, p. 109).

Tal ataque foi decisivo para abalar a moral francesa, que sofreu os maiores danos no campo político, pois a retirada das tropas foi a consequência.

Depois de 57 dias sitiada, Dien Bien Phu caiu e esse fato pesou decisivamente na Conferência de Genebra, que foi aberta no dia seguinte, conforme data previamente marcada. Em termos puramente militares, a França ainda poderia continuar lutando. Mas, politicamente, a perda do campo entrincheirado às margens do Nam Yum foi irreparável. Ademais, há muito tempo, a opinião pública na metrópole condenava a guerra na Ásia. (VISACRO, 2009, p. 110)

2.2.2 CONTEXTO DA GUERRA FRIA

União Soviética e os Estados Unidos lutaram juntos contra um inimigo em comum durante a Segunda Guerra Mundial, porém a relação de ambos sempre foi repleta de tensão. Com o término desse conflito, iniciou-se uma polarização do mundo em dois blocos, o capitalista, liderado pelos Estados Unidos, e o comunista, encabeçado pela União Soviética.

A guerra ideológica gerou a perseguição de cidadãos que não estivessem alinhados ao sistema adotado pelo governo, que podiam ser acusados de traição, resultando em prisão e até pena de morte para espiões para casos mais sérios.

A propaganda capitalista sempre apontou duras críticas à forma de governo comunista, que apresentava cunho ditatorial, caracterizado por não haver liberdade, controle absoluto do estado sobre a população e a impossibilidade de acumular bens de riqueza. A infelicidade dos cidadãos era referenciada como fruto disso. “A propaganda capitalista e anticomunista

exaltava a liberdade de expressão, as facilidades de consumo e as oportunidades de enriquecimento proporcionadas pelo capitalismo.” (DOMINGUES, 2018)

Figura 10 – Capa de uma história em quadrinhos contendo propaganda anticomunista



Fonte: PINTEREST

A propaganda soviética apontava as enormes desigualdades sociais e o desemprego resultados pelo capitalismo. Enaltecia a competência do regime comunista, que garantia emprego, educação e moradia para o cidadão. Valorizava o espírito coletivista da sociedade comunista. “A propaganda soviética apontava as enormes desigualdades sociais, a miséria, o desemprego e a decadência moral (prostituição, drogas, pornografia etc.) do mundo capitalista.” (DOMINGUES, 2018)

Em meio a toda essa tensão, os EUA, temendo que a influência comunista se espalhasse por toda a Indochina, fato conhecido como a terra do Dominó, se viram forçados a entrar naquele conflito.

2.2.3 GUERRA DO VIETNÃ

Após o término da Segunda Guerra Mundial o governo norte-americano finalmente se viu tendo que encarar aquele que declaradamente era seu inimigo natural. A União Soviética e os aliados, que inicialmente estavam com o mesmo objetivo, acabar com o regime nazista, agora não possuíam motivos para deixar suas divergências de lado. Porém, possuidores de arsenais nucleares, cujo seu uso poderia acarretar na destruição do mundo, se viram obrigados a engajarem indiretamente, envolvendo-se em conflitos de países do terceiro mundo.

Logo nos primeiros anos da Guerra Fria, o presidente Harry Truman deixou claro que os Estados Unidos opor-se-iam à expansão comunista e a qualquer “ameaça ao mundo livre”, onde quer que elas ocorressem. A “doutrina” que recebeu seu nome e explicitava a política de contenção de Washington. (VISACRO, 2009, p. 110)

Com a saída da França do território vietnamita, o país continuou dividido, ao norte Ho Chi Minh comandava o regime comunista, com sede em Hanói, e criou a Frente de Libertação Nacional, que deu início ao Exército Vietcongue, seu braço armado. Ao Sul, um regime oligárquico, o Exército Sul Vietnamita (ESV), com sede em Saigon, comandado inicialmente por Ngo Dinh Diem. Divisão essa que para o governo comunista não deveria ser aceita, pois seu objetivo era a unificação do país perante uma bandeira comunista.

Entretanto, os anos seguintes trariam enormes desafios para a Casa Branca e sua pragmática política externa, em um cenário complexo, caracterizado pela difusão do marxismo, pelo desmoronamento do Império Colonial europeu e pela força crescente dos movimentos nacionalistas do Terceiro Mundo. Foi dentro desse contexto que a antiga Indochina Francesa atraiu a preocupação do governo de Washington. (VISACRO, 2009, p. 111)

Os EUA não podiam deixar os comunistas tomarem conta daquela nação, pois desde o governo francês já forneciam armamentos. Durante o início da Guerra do Vietnã, os norte-americanos prestavam apoio político, armamento e adestramento. O próximo passo foi o envio de assessores para auxiliar o ESV, em seguida a chegada de helicópteros com efetivos de Forças Especiais (FE), os Boinas Verdes, para realizarem operações clandestinas. “Em 1962, o número de consultores militares crescera para 12 mil.” (VISACRO, 2009, p. 113).

Em 1964, um incidente envolvendo o contratorpedeiro Maddox no golfo de Tonquim deu ao presidente Lyndon Johnson o pretexto, que tanto aguardava, para ampliar o envolvimento norte-americano no conflito. Em julho, tomou-se a decisão de enviar 125 mil homens para lutar na Indochina e, em agosto, iniciaram-se os bombardeios aéreos contra o território norte-vietnamita. Mesmo sem declaração formal, “começava” a Guerra do Vietnã. (VISACRO, 2009, p. 114)

Os Estados Unidos entraram na guerra sem contingentes de outros países, e sem poder se valer de seu poderio nuclear devido ao apoio que os Soviéticos davam a Hanói. Esse conflito contava com a peculiaridade de uma das maiores potências mundiais enfrentar uma força que não dispunha de tamanho arsenal e adestramento, porém munida de motivação inabalável.

O Exército Norte-Americano utilizava da guerra total:

Os profissionais militares norte-americanos apresentavam uma inclinação natural para um embate direto contra a União Soviética, fosse ele calcado no poderio aéreo e na força destrutiva dos arsenais atômicos ou em um confronto aberto contra as forças mecanizadas do Exército Vermelho na Europa Ocidental. Faltava-lhes a vocação para o combate irregular. (VISACRO, 2009, p. 112)

Porém, Hanói logo aprendeu a obter vantagem sobre o inimigo, se valendo do profundo conhecimento do terreno da região, embrenhando-se na selva, evitando embates decisivos devido o poderio norte-americano. Outro fator interessante foi a presença de armamentos extremamente primitivos como armadilhas que aumentavam o fator estressor dos soldados que realizavam patrulhas.

Os VC criaram, também, complexas linhas de túneis, além da trilha, caminho esse que passava por Laos e Camboja, que foi de decisória importância para a logística dos comunistas. O caminho ficou conhecido como “Trilha de Ho Chi Minh”.

Apesar das diversas vitórias no campo de batalha, os EUA não souberam conter o movimento antiguerra que se disseminava em seu território. A contra cultura teve grande impacto nesse quesito... o governo cada vez mais pressionado a respeito do envolvimento no conflito recebeu um severo golpe com a chamada “Ofensiva Tet”.

No dia 30 de janeiro de 1968, data em que os vietnamitas comemoram a chegada do ano novo lunar, quase cem mil guerrilheiros emergiram das sombras e realizaram ataques por todo o país. Valendo-se do período de chuvas torrenciais que comprometia a eficiência da Força Aérea norte-americana, os comunistas travaram combates em 36 capitais de província e 64 capitais de distrito. (VISACRO, 2009, p. 116)

Após o fim dos combates, os dados apontavam vitória norte-americana, porém, conceitos antes colocados em segunda mão pesaram, pois a ofensiva demonstrou que os VC possuíam capacidades de operar em cidades sob domínio dos EUA. Isso gerou, também, o questionamento a respeito do fim da guerra, pois a população americana não estava disposta a pagar o mesmo preço que os vietnamitas, determinados a unificar o país sobre uma bandeira

comunista. Tal fato pode ser exemplificado pelo fato de ser comum para os VC tatuarem em seus corpos: “nascido no Norte para morrer no Sul”. Ironicamente, a guerra não estava sendo perdida nas florestas e sim em próprio solo norte-americano.

Mesmo que a “contagem dos corpos” tenha dado a vitória tática aos Estados Unidos, não resta dúvida de que a ofensiva do Tet foi um desastre para o esforço de guerra norte-americano – uma derrota psicológica que repercutiria profundamente nos níveis estratégico e político. Anos mais tarde, o coronel Harry Summers Jr., do Exército dos Estados Unidos, pôde afirmar a um militar de igual patente do Exército Norte-vietnamita: “Vocês nunca nos derrotaram no campo de batalha”. Ao respondê-lo de forma simples e objetiva, o soldado comunista revelou a incompatibilidade do pensamento militar ortodoxo, invalidando os argumentos de seu interlocutor ocidental: “Pode ser, mas isso é irrelevante”. O impacto das imagens dos combates sobre a descontente opinião pública interna foi decisivo ao revelar dois aspectos essenciais do conflito. Primeiro, apesar de seu elevado custo e dos pronunciamentos oficiais, a Guerra do Vietnã estava muito longe de seu fim. E, segundo os Estados Unidos desempenhavam o papel de potência opressora. O resultado da ofensiva comunista sobre a opinião pública internacional foi igualmente danoso, levando o governo de Washington ao isolamento político. (VISACRO, 2009, p. 117).

Passado o conflito, o governo norte-americano chegou à conclusão de que a guerra se tornara insustentável. Washington começou, então, o processo de “vietnamização” da guerra. Agora, sua política seria agora retirar gradualmente as forças americanas, deixando o conflito nas mãos do governo do Vietnã do Sul.

2.3 JOINT UNITED STATES AFFAIRS OFFICE (JUSPAO)

O JUSPAO foi uma organização que possuía diversas agências e fornecia apoio integrado às operações ligadas à informação no Vietnã, de 1965 a 1972. O JUSPAO estava no comando dos assuntos ligados às Op Psc.

O JUSPAO conduziu uma grande quantidade de Op Psc durante a Guerra do Vietnã. Grande parte delas visava conquistar os corações e mentes do povo vietnamita, tanto da população, buscando seu apoio, como do inimigo, para que desistissem de sua causa.

James William Gibson afirma que “de 1965 a 1972, mais de cinquenta bilhões de folhetos foram distribuídos no Vietnã do Sul e do Norte e ao longo da Trilha Ho Chi Minh no Laos e no Camboja; essa vasta soma equivalia a mais de 1.500 panfletos por pessoa tanto no Norte quanto no sul.” (GIBSON, 1986).

Figura 11 - VC segurando panfleto da propaganda de salvo-conduto



Fonte: PSYWARRIOR

O Exército Norte-Americano desempenhou importante papel nas campanhas de Op Psc durante a guerra ao criar quatro batalhões de Op Psc, cada um possuindo seus próprios equipamentos, utilizados para impressão, fotografia e gravação de fita, contando até com veículos alto-falantes.

Na primavera de 1966, o congressista de Utah, David S. King, elogiou a importância do programa no Capitólio, declarando que “A verdadeira guerra, porém, não está sendo travada pelos corpos, mas pelas mentes dos VC. O trabalho da JUSPAO não é menos significativo porque recebe tão pouco reconhecimento. Em minha opinião, é nossa arma definitiva” (KING, 1966).

2.4 CAMPANHAS DE OP PSC DURANTE A GUERRA

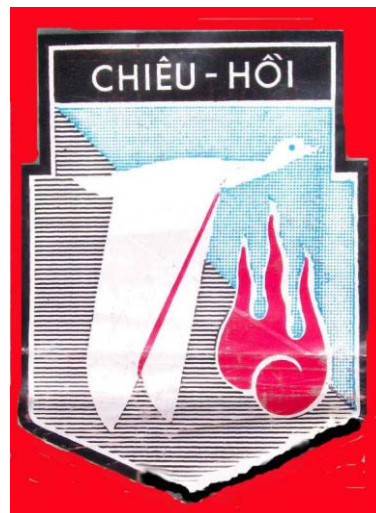
2.4.1 CHIEU HOI PROGRAM

O Programa Chieu Hoi (braços abertos) consistia em atividades destinadas a fazer os membros do VC a retornarem ao lado da República do Vietnã. O Programa Chieu Hoi

utilizava Op Psc dirigidas às forças militares VC, às famílias deles e à população localizada em seus domínios.

Essa campanha foi a maior e mais cara campanha de Op Psc dos 10 anos da Guerra do Vietnã. Segundo Elliot Harris, autor de “The UN-American Weapon - Psychological Warfare”, o custo médio para fazer com que um guerrilheiro desertasse era de 125 dólares. O gasto para matar um guerrilheiro vietcongue era de 400.000 dólares.

Figura 12 - Símbolo da campanha Chieu Hoi



Fonte: PSYWARRIOR

A pomba foi usada como símbolo para estimular os guerrilheiros a voltarem para casa com seus entes queridos. Esse símbolo foi escolhido, pois a cultura vietnamita possuía uma crença de que os pássaros sempre voltavam para seus ninhos, por isso as tropas de Op Psc adotaram a pomba branca, símbolo universal da paz, voando em direção ao fogo, que representava o calor da família e da volta ao lar.

Figura 13 - Panfleto de salvo conduto



Fonte: PSYWARRIOR

2.4.2 PROJECT QUICK SPEAK

Figura 14 – Aeronave C-47



Fonte: PSYWARRIOR

Aconteceram diversas operações voltadas para as Op Psc durante a guerra, principalmente o uso de panfletos, que tinha como objetivo persuadir os inimigos a se renderem sob a garantia de bom tratamento. Os panfletos buscavam, também, conquistar o apoio da população.

Um exemplo foi o projeto “Quick Speak”, conduzido pelo 5º Esquadrão de Comando Aéreo. Esse esquadrão consistia em dezesseis U-10 monomotores e quatro C-47, todos equipados com sistemas de alto-falantes e rampas que serviam para liberar os folhetos.

Os C-47 do 5º Esquadrão de Comando Aéreo foram equipados com alto-falantes gigantes montados para voar exclusivamente em missões de Op Psc. Essas aeronaves circulavam sobre a área-alvo a cerca de 3.500 pés, enquanto um tradutor transmitia os benefícios do Governo Sul-Vietnamita. Junto com mensagens de persuasão incitando a rendição, incentivando VC a retornarem para suas famílias.

Era anunciado, também, para que os inimigos não atirassem no alto-falante ou enfrentariam uma grande fúria, devido ao poder de fogo dos caça AC-47, que escoltavam os U-10. A reputação do poder de fogo dessas aeronaves se tornou conhecida, e a orientação das Forças VC passou a ser a de não atirar nas aeronaves. Durante os primeiros seis meses de 1966, o esquadrão lançou mais de 508 milhões de panfletos.

2.4.3 OPERAÇÃO “WANDERING SOUL”

Uma das tradições do Vietnã naquela época era a crença na “alma errante”. Essa crença era a que um indivíduo após morrer deveria ser sepultado em sua terra natal, ou a alma dessa pessoa vagaria sem rumo em sofrimento. Foi levantado pelas forças norte-americanas que a cultura vietnamita acreditava que, se alguém fosse enterrado inapropriadamente, sua alma vagaria eternamente. Inclusive, acreditavam que essas entidades podiam ser contactadas no aniversário de sua morte e perto do local de seu falecimento.

Durante a Guerra do Vietnã, foram feitos esforços para usar essa crença contra os combatentes do Vietnã do Norte e VC. Como era certo que eles morreriam longe do lar, seus corpos provavelmente nunca seriam levados para casa ou não receberiam tratamento adequado. Então, era fatídico que eles se tornariam uma alma errante após a morte.

Figura 15 - Panfleto mostrando um VC chorando por não fornecer enterro digno ao seu camarada falecido



Fonte: PSYWARRIOR

A operação foi intitulada de "Wandering Soul". Especialistas gravaram sons estranhos durante semanas. Eles eram semelhantes aos sons empregados em programas de terror no rádio. Os gritos tinham a intenção de representar as almas dos mortos em campo de batalha, que não estavam em paz por não serem enterrados adequadamente. E conforme a crença vietnamita, essa alma não descansaria até ser enterrada adequadamente. O objetivo desses sons era inserir pânico e perturbar a mente dos inimigos, fazendo jus a lema das Op Psc, que é conquistar corações e mentes, levando-os a se renderem, abandonarem seus postos ou até mesmo denunciarem suas posições ao atirar na direção dos sons.

Figura 16 - Soldado com mochila utilizada para reproduzir as gravações



Fonte: PSYWARRIOR

Helicópteros foram usados para transmitir as gravações. Eles imploravam aos combatentes VC a desertar. Esta campanha reproduziu sons e mensagens durante noites inteiras para assustar os inimigos que eram supersticiosos. Essa operação possuía aspecto inicial do Projeto "Quick Speak", onde induziam o inimigo a reagir às gravações, para que

fossem engajados. Panfletos também eram lançados para potencializar os efeitos das gravações que eram tocadas ao longo das noites.

Figura 17 - Helicóptero com equipamento de som instalado para reproduzir as gravações



Fonte: PSYWARRIOR

A operação “Wandering Soul” teve embasamento inteiramente espiritual, se valendo da religião e cultura dos vietnamitas. A técnica de Op Psc que pode ser evidenciada pelo Exército norte-americano é a Alegação de Sanção Divina, que se aproveita do caráter divino para persuadir o inimigo.

Naquela campanha em si, foram relatados que o medo era induzido na mente dos inimigos, gerando duas reações, o pavor de lutar, ou que disparassem em direção aos sons, revelando suas posições, tornando-os alvos fáceis.

2.4.4 DEATH CARDS

O Às de Espadas na Segunda Guerra Mundial foi utilizado pelos Estados Unidos como símbolo de boa sorte pela 101^o Airborne, devido à sua associação à fortuna. Tal símbolo acabou sendo resgatado durante essa campanha americana na Indochina.

Figura 18: Ás de Espadas preso no capacete de um soldado norte-americano no período da Guerra do Vietnã



Fonte: PSYWARRIOR

Essas cartas eram lançadas em solo norte-vietnamita antes de serem bombardeados. Os vietnamitas não tinham base cultural para temer o Ás de Espadas como símbolo da morte, e qualquer propaganda desse tipo, utilizando o símbolo seria inútil. Porém, o impacto que tais cartas tiveram foi justamente na moral dos próprios soldados norte-americanos, pois já havia uma mística da Segunda Guerra atrelada às cartas. Juntamente por isso, tais cartas passavam a sensação de superioridade aos soldados, que as levavam consigo nos capacetes, tendo também costume de colocar esses objetos na boca de inimigos mortos.

Figura 19: Combatente do Vietnã do Norte morto com Às de Espadas na boca



Fonte: PSYWARRIOR

Então, por que o ás de espadas era tão popular que alguns indivíduos ou unidades realmente os encomendavam aos fabricantes de cartas de baralho para colocar nos corpos de vietcongues e NVA mortos? A resposta parece ser, porque as tropas americanas simplesmente os amavam. Embora as cartas fossem alegadamente PSYOP anticomunistas, na verdade eram realmente PSYOP pró-americanas. As tropas americanas se divertiram com eles e adoraram a ideia de deixá-los nos corpos. Como os lobos, era uma maneira de marcar seu território. Proclamou-os os maiores e "piores" vermes no vale da morte. As cartas motivaram e encorajaram as tropas americanas muito mais do que aterrorizaram o inimigo. (FREIDMAN, tradução nossa.).

Figura 20 - Panfleto de uma caveira com um Às contendo a seguinte frase: “Vietcongue! Isso é um sinal de morte!”



Fonte: PSYWARRIOR

Figura 21: Helicópteros do Exército dos EUA no Vietnã com Ás de Espadas



Fonte: PSYWARRIOR

2.5 CONTRACULTURA AMERICANA

O movimento da contracultura, conhecido também como movimento Hippie, teve seu auge na década de 60, esse movimento teve seu início como uma negação da juventude da época ao estilo de vida e conceitos conservadores de seus pais, devido a isso possuía como principal característica a intensa aversão aos padrões estabelecidos pela sociedade capitalista e patriarcalista. “A contracultura funcionou como uma grande contestadora política e social, e lutava contra governos autoritários e contra a opressão social, feita por classe social, gênero e cor.” (BRAGA, 2021)

Imagem 22 - Jovens movidos pela contracultura protestando para o fim da guerra



Fonte: INTERCIONALIZE-SE

Os ideais da contracultura claramente iam de encontro ao capitalismo, com profundo descontentamento à guerra e movidos por ideais como:” Faça amor, não faça guerra”. Em meio à Guerra Fria tal filosofia estava beneficiando a União Soviética, pois o cenário em que a nação americana se encontrava era o de que parte de sua juventude enxergou seu próprio país como um invasor, lutando contra um povo que há décadas (desde a Guerra da Indochina) sofria para conquistar sua independência, negada por países imperialistas (EUA e França). Os EUA tinham pouco apoio da população para a guerra, com diversos movimentos ordenando a retirada das tropas norte-americanas do Vietnã, pressão essa que acabou culminando na saída do envolvimento norte-americano no Vietnã.

2.6 OP PUB AMERICANA A RESPEITO DA GUERRA

Diversas classes dos EUA estavam contrárias à guerra. O fator que influenciou isso foi à exposição da realidade da do conflito em sua perspectiva mais brutal, com imagens ao vivo sendo transmitidas pelo mais novo meio de comunicação em massa, a televisão.

Figura 23 - Filmagens de crianças atingidas por bombardeiros de napalm



Fonte: UOL

Figura 24 - General sul-vietnamita executando VC na frente das câmeras



Fonte: WIKIPEDIA

Além disso, os EUA foram seriamente taxados de imperialistas e hipócritas, pois os ideais de independência, uma vez conquistados após deixarem de ser colônia da Inglaterra, iam de encontro à causa de sua entrada no conflito, tendo em vista que o principal objetivo do Vietnã do Norte era tornar o país livre e unificá-lo.

Não eram apenas estudantes de esquerda e hippies que se opunham à guerra. Muitas pessoas eram contra, porque não havia consenso de que os Estados Unidos fossem vencer. Isso fomentou o crescimento da organização de Veteranos do Vietnam contra a Guerra e inspirou Jeannette Rankin, a primeira mulher eleita para o Congresso, a liderar 5.000 mulheres em marcha para o Capitólio. . (LEVY, 2018).

Somando-se aos pontos negativos, o fato da quantidade de vidas americanas perdidas em uma guerra na Ásia estava se tornando injustificável para mães e pais que viram seus filhos irem para um conflito em um lugar pouco conhecido antes do seu início.

Após a “Ofensiva Tet” a moral do Exército norte-americano foi abalada, pois o público viu tropas norte-americanas travando severas batalhas em diversas regiões do Vietnã do Sul, mostrando que a situação estava fora de controle.

Figura 25: Dois policiais militares dos EUA ajudam um colega ferido durante os combates no complexo da Embaixada dos EUA em Saigon durante a Ofensiva Tet



Fonte: NPR

Figura 26 - Protestos estudantis em abril de 1968 pelo fim da Guerra do Vietnã



Fonte: CONHECIMENTO CIENTÍFICO

Abril de 1968. Centenas de estudantes encorajados da Universidade de Columbia, muitos aliados a dois grupos – Estudantes por uma Sociedade Democrática (SDS) e Sociedade Afro-Americana de Estudantes (SAS) – tomam medidas diretas contra o que consideram políticas racistas e militaristas de sua universidade, barricando-se dentro de cinco prédios no campus. (CRONIN, 2018)

Figura 27 - Protestos em frente à Casa Branca pelo fim da Guerra no Vietnã



Fonte: RADIO PEÃO BRASIL

“Manifestantes reunidos na Casa Branca circulavam ao redor da cerca, carregando cartazes onde se lia “Pare a Guerra”, “Tragam os militares para casa agora”, “Nós choramos por nossos soldados, eles estão morrendo em vão.” (LEVY, 2018).

2.7 ANÁLISE DAS OPERAÇÕES

Na operação “Quick Speak” foi observado o uso da técnica de propaganda conhecida como Quadro Familiar, pois o objetivo era influenciar a moral do inimigo em lutar, fazendo-os estar constantemente pensando no calor do lar e de sua família que os aguardava, abalando a vontade de continuar no combate. A Repetição e Orquestração também foi utilizada com o intuito dos sentimentos citados serem constantemente repassados às mentes dos VC.

A técnica de Op Psc utilizada na campanha “Chieu Hoi” também foi o Quadro Familiar, pois o Exército norte-americano buscou persuadir os seus inimigos com o pretexto de que suas famílias sentiam sua falta por estarem longe, e que sua morte traria profunda tristeza aos seus entes. Tais propagandas utilizavam cenas que emanavam nos guerrilheiros lembranças de suas casas e entes queridos, gerando um desejo de abandonar o combate.

Na operação “Wandering Soul” ficou evidenciado o uso da técnica de Alegação da Sanção Divina, pois tal método visa atribuir caráter divino às campanhas. Se utilizando de

uma característica cultural dos vietnamitas, que era referente ao tratamento dado aos mortos, os Estados Unidos atuaram diretamente na mente dos VC que lutavam na guerrilha, fazendo-os imaginar seus camaradas de batalha falecidos falando com eles do além, deixando aqueles indivíduos com medo e reflexivos ao saírem para lutar.

Os Death Cards, que constituíram mais um fato do que uma operação em si, serviu como um vetor positivo para moral dos soldados norte-americanos. O emprego desse símbolo já utilizado por tropas americanas na Segunda Guerra Mundial como algo atrelado a sorte, foi altamente aceito. A técnica que se encaixa é a de boato, por se tratar de um símbolo supersticioso de sorte, que acabou conseguindo grande aceitação.

3 REFERENCIAL METODOLÓGICO

Foi realizada uma pesquisa do tipo descritiva valendo-se de diversas fontes a respeito das Op Psc, principalmente os Manuais que norteiam as doutrinas nacionais sobre tal assuntos. O manual C 45-4: Operações Psicológicas de 1999 foi a principal fonte de pesquisa da dessa monografia. Ele aborda as diversas técnicas de propaganda das Op Psc do Exército Brasileiro. Os livros Guerra Psicológica, de Linebarger e Guerra Irregular, de Alesandro Visacro foram de grande valia. O primeiro aborda as Op Psc ao longo da História, já o livro Guerra Irregular traz uma abordagem completa sobre a Guerra do Vietnã, os fatos que culminaram naquele conflito, as características dele e os motivos que desencadearam o desfecho da guerra. Diversos sites da Internet foram consultados, principalmente o Psywarrior de Hebert Friedman, militar da reserva especializado nas atividades de Op Psc. As fotografias do período serviram para dar vida ao trabalho, mostrando ao leitor o impacto que os cartazes faziam.

O objetivo foi indicar quais foram as técnicas de Op Psc da doutrina brasileira utilizadas na Guerra do Vietnã. Quanto à abordagem, o trabalho foi de cunho qualitativo, uma vez que foi analisado o conteúdo contido nas fontes, para resultados obtidos. Tratou-se de um estudo bibliográfico que, para alcançar seu objetivo, teve por método a leitura e seleção do material de pesquisa, bem como sua revisão, concretizando o processo de análise e síntese dos resultados do estudo. O delineamento de pesquisa contemplou as fases de levantamento e seleção da bibliografia; coleta dos dados, crítica dos dados, leitura analítica das fontes, argumentação e discussão dos resultados.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa possuía como objetivo apontar se doutrinas presentes nas Op Psc Brasileira que já eram empregadas na Guerra do Vietnã, visto que operações desse cunho foram empregadas em uma grande magnitude naquele conflito.

Naquela guerra observou-se que o Pub A das operações norte-americanas eram os combatentes inimigos e a população vietnamita. Os Veículos de Difusão das Mensagens foram diversos, para que as mensagens fossem propagadas, valendo citar os meios visual, áudio e audiovisual. Foi observado que o foco principal das operações dos EUA era atingir diretamente a motivação de combater da tropa inimiga, que se viam longe de suas casas, em um ambiente operacional de difícil adaptação, tendo muitas vezes que permanecer em condições precárias embrenhados nas selvas vietnamitas.

O objetivo das propagandas era o incentivo à deserção de sua causa por parte dos VC, lhes apresentando-lhes as duas opções que teriam que enfrentar, a reinserção na sociedade vietnamita sulista ou encarar a superioridade do poderio norte-americano. Porém, a moral combativa dos norte-vietnamitas era considerada superior à dos norte-americanos enviados para lá.

Após a pesquisa realizada e uma análise a respeito das informações levantadas, ficou evidente a presença de diversas técnicas de propaganda previstas em Manuais Brasileiros destinados as Op Psc naquela guerra.

Também foi levantado ao longo dos estudos que um dos objetivos que deveriam ter mais atenção dos EUA se tratava da Op Pub em próprio solo norte-americano. Pois, devido à falta de apoio por parte da população, diversos esforços antiguerra em solo norte-americano se iniciaram. A causa foi por não acreditarem que a vitória norte-americana estava perto, tendo em vista a duração da guerra e a falta de evidências da vitória.

Um dos fatores que pesou no rumo da guerra foi a evolução dos meios de notícias. Com a disseminação de imagens da guerra nas televisões, o público pode ver por vídeos o quão brutais eram os combates, e como ela impactava a vida dos civis vietnamitas.

Não tratar toda a informação que chegava em seu solo por meio das mídias foi prejudicial para a permanência das tropas norte-americanas na guerra. Se as Op Psc daquela época se destinassem também a aplicações em seu próprio território, provavelmente o descontentamento por parte de sua população seria reduzido, deixando o governo menos pressionado a “vietnamizar” o conflito.

REFERÊNCIAS

VISACRO, Alessandro. **Guerra Irregular: terrorismo, guerrilha e movimentos de resistência ao longo da história.** Ed. Contexto. 2009.

GIBSON, James. **The Perfect war: technowar in Vietnam.** Ed. Atlantic Monthly Press. 1986.

BRASIL, Ministério da Defesa. Exército Brasileiro. **C 45-4: Operações Psicológicas.** 3. Ed. Brasília: EGGCF, 1999.

BRASIL. Ministério da Defesa. Exército Brasileiro. **EB20-MC-10.213: Operações de Informação.** 1. Ed. Brasília: EGGCF, 2014.

LINEBARGER, Paul. **Guerra Psicológica.** Biblioteca do Exército-Editôra. 1962. 2º Edição.

EUA. Army. **FM 3-05.301 Psychological Operations Tactics, Techniques, and Procedures.** HQ Department of the Army, 2003.

WIKIPEDIA. **Joint United States Public Affairs Office.** 2022. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Joint_United_States_Public_Affairs_Office> Acesso em 15 jul. 2021.

FRIEDMAN, Hebert. **Project Quick Speak.** Disponível em: <<http://psywarrior.com/quick.html>> Acesso em: 16 jul. 2021.

FRIEDMAN, Hebert. **The Chieu Hoi Program of Vietnam.** Psywarrior. Disponível em: <<http://psywarrior.com/ChieuHoiProgram.html>> Acesso em: 17 jul. 2021.

FRIEDMAN, Hebert. **The “Wandering Soul” tape of Vietnam.** Psywarrior. Disponível em: <<http://www.psywarrior.com/wanderingsoul.html>> Acesso em 05 jan. 2022.

JOSH TURNER. **Wandering Soul Horror Short Film.** 2022. Disponível em: <<https://vimeo.com/367135481>> Acesso em: 20 jan. 2022.

FRIEDMAN, Hebert. **Propaganda Radio.** Psywarrior. Disponível em: <<http://psywarrior.com/PSYOPRadio.html>> Acesso em 19 jan. 2022.

ENCICLOPÉDIA DO HOLOCAUSTO. **A Propaganda política nazista.** Disponível em: <<https://encyclopedia.ushmm.org/content/pt-br/article/nazi-propaganda>> Acesso em 21 jan. 2022.

HOJE NA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL. **"Uma mentira repetida muitas vezes torna-se verdade!" – A máquina de propaganda alemã na guerra.** 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BzfwWrg4c5o>> Acesso em 25 jan. 2022.

WIKIPEDIA. **John F. Kennedy Special Warfare Center and School**. 2021. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/John_F._Kennedy_Special_Warfare_Center_and_School> Acesso em 25 jan. 2022.

SALA DE ARMAS. **1º Batalhão de Operações de Operações de Apoio à Informação (1º B OP PSICO)**. 2018. Disponível em: <<https://saladearmas-oficial.blogspot.com/2018/12/1-batalhao-de-operacoes-de-apoio.html>> Acesso em 25 jan. 2022.

WADE, Lisa. **Nazi Anti-Jewish Propaganda**. The Society Pages. 2010. Disponível em: <<https://thesocietypages.org/socimages/2010/02/03/nazi-anti-jewish-propaganda/>> Acesso em 27 jan. 2022.

SIMPLE HISTORY. **Death cards (The Vietnam War)**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ifDADhysl54>> Acesso em 29 jan. 2022.

PINTEREST. **A propaganda ideológica da Guerra Fria em 14 cartazes da época**. Disponível em: <br.pinterest.com/pin/796926096540885811/> Acesso em 7 fev. 2022.

FRIEDMAN, Hebert. **PSYOP Aliada da 1º Guerra Mundial**. Disponível em: <<http://psywarrior.com/WWIAllies.html>> Acesso em 7 fev. 2022.

BLOG: ENSINAR HISTÓRIA. **A propaganda ideológica da Guerra Fria em 14 cartazes da época**. Disponível em: <<https://ensinarhistoria.com.br/propaganda-ideologica-da-guerra-fria/>> Acesso em 22 fev. 2022.

FRIEDMAN, Hebert. **Notas de propaganda da Guerra Fria e da Insurgência**. Psywarrior. Disponível em: <<http://psywarrior.com/ColdWarInsurgencyBanknotes.html>> Acesso em 06 mar. 22.

The Sticking Place. **Colômbia 1968**. Disponível em: <paul.cronin@thestickingplace.com> Acesso em 13 mar. 2022.

CONHECIMENTO CIENTÍFICO. **Contracultura, o que é? Contexto histórico, surgimento e movimentos**. Disponível em: <<https://conhecimentocientifico.com/contracultura-o-que-e/>> Acesso em 22 mar. 2022.

RADIO PEÃO BRASIL. **Por trás dos protestos anti-guerra que varreram a América em 1968**. Disponível em: <<https://radiopeabrasil.com.br/por-tras-dos-protestos-anti-guerra-que-varreram-a-america-em-1968/>> Acesso em 15 mar. 2022.

INTERCIONALIZE-SE. **Vietnã, contracultura e Bob Dylan**. Disponível em: <<https://internacionalizese.blogspot.com/2011/03/vietna-contracultura-e-bob-dylan.html>> Acesso em 15 mar. 2022.

WIKIPEDIA. **Execução de Nguyễn Văn Lém**. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Execution_of_Nguy%E1%BB%85n_V%C4%83n_L%C3%A9m> Acesso em 15 mar. 2022.

UOL. **Ícone da guerra do Vietnã, vítima de napalm ameniza dor com laser**. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2015/10/24/icone-da-guerra-do-vietna-vitima-de-napalm-ameniza-dor-com-laser.htm>> Acesso em 16 mar. 2022.

NPR. **Vitória militar, mas derrota política: a ofensiva do Tet 50 anos depois.** Disponível em: <<https://www.npr.org/2018/01/29/580811124/military-victory-but-political-defeat-the-tet-offensive-50-years-later>> Acesso em 27 mar. 2022.

ENCICLOPÉDIA DO HOLOCAUSTO. **A Disseminação da informação jornalística nazista.** Disponível em: <<https://encyclopedia.ushmm.org/content/pt-br/article/writing-the-news>> Acesso em 29 mar. 2022.

A BÍBLIA. **Gedeão vence os midianitas.** Disponível em: <<https://www.aplicativodabiblia.com.br/nbv-jz-7>> Acesso em 01 abr. 2022.