

**MINISTÉRIO DA DEFESA
EXÉRCITO BRASILEIRO
GAB CMT EX – CIE
ESCOLA DE INTELIGÊNCIA MILITAR DO EXÉRCITO**



CURSO AVANÇADO DE INTELIGÊNCIAS PARA OFICIAIS

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC)



**REFLEXOS DO FENÔMENO FAKE NEWS PARA O PÚBLICO INTERNO DO
EXÉRCITO BRASILEIRO**

Brasília

2023

Cel ANSELMO TORRES FERNANDES NETO

**REFLEXOS DO FENÔMENO FAKE NEWS PARA O PÚBLICO INTERNO DO
EXÉRCITO BRASILEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Escola de Inteligência
Militar do Exército, como requisito para a
obtenção do Grau de Pós-graduação *Lato
Sensu* de **Especialização em Análise de
Inteligência.**

Orientador: Cel RODRIGO DE LIMA PAIVA

Brasília

2023

Cel ANSELMO TORRES FERNANDES NETO

**REFLEXOS DO FENÔMENO FAKE NEWS PARA O PÚBLICO INTERNO DO
EXÉRCITO BRASILEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Escola de Inteligência
Militar do Exército, como requisito para a
obtenção do Grau de Pós-graduação *Lato
Sensu* de **Especialização em Análise de
Inteligência.**

Aprovado em 29 de maio de 2023.

COMISSÃO DE AVALIAÇÃO:

RODRIGO DE LIMA PAIVA - Cel - Presidente
Escola de Inteligência Militar do Exército

ARON FERREIRA MACHADO - Cel - Membro
Escola de Inteligência Militar do Exército

RESUMO

Fake news, segundo *Collins Dictionary*, é a informação falsa, muitas das vezes sensacionalista, disseminada sob disfarce de notícias. Nesse sentido, tem sido verificado um aumento considerável da proliferação de *fake news*, sobretudo nos meios de comunicação, tais como em aplicativos de mensagens, internet e mídias sociais. Tal situação acarreta malefícios, causando problemas de toda ordem, inclusive para o Brasil. O Exército Brasileiro, instituição nacional de caráter permanente e regular, possui significativa quantidade de integrantes que, diariamente, têm acesso a todos os tipos de informações disponibilizadas pelos meios de comunicação. Sendo assim, militares, funcionários civis e seus dependentes podem ser alvos de *fake news*, o que, dentre outros aspectos, é temerário para a formação de opinião e o modo de agir, podendo resultar em posturas e procedimentos inadequados, além de contribuir para problemas institucionais. Desta forma, através de pesquisas bibliográficas nacionais e internacionais, este trabalho buscou analisar os Reflexos do Fenômeno *Fake News* para o Público Interno do Exército Brasileiro.

Palavras-chave: Exército Brasileiro. *Fake News*. Público Interno. Mídias Sociais.

ABSTRACT

Fake News, according to Collins Dictionary, is false information, often sensationalist, disseminated under the guise of news. In this sense, there has been a considerable increase in the proliferation of fake news, especially in the media, such as messaging apps, the internet and social media. This situation entails harm, causing problems of all kinds, including for Brazilians. The Brazilian Army, a permanent and regular national institution, has a considerable number of members who, on a daily basis, have access to all types of information made available by the media. Therefore, military personnel, civil servants and their dependents can be targets of fake news, which, among other aspects, is reckless for the formation of opinion and way of acting, and may result in inappropriate postures and procedures, in addition to contributing to institutional problems. In this way, through national and international bibliographic research, this work sought to analyze the Reflections of the Fake News Phenomenon for the Internal Audience of the Brazilian Army.

Keywords: Brazilian Army. Fake News. Internal Audience. Social media.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	7
2	O FENÔMENO FAKE NEWS.....	9
2.1	ANTECEDENTES.....	9
2.2	PROPAGAÇÃO DE FAKE NEWS.....	10
3	EXÉRCITO BRASILEIRO E AS FAKE NEWS.....	12
3.1	INSTITUIÇÃO EXÉRCITO BRASILEIRO.....	12
3.2	PÚBLICO INTERNO.....	14
4	CONSIDERAÇÕES PARA MITIGAR FAKE NEWS.....	17
4.1	AÇÕES ATUAIS.....	17
4.2	AÇÕES FUTURAS.....	20
5	CONCLUSÃO.....	22
	REFERÊNCIAS.....	24

1 INTRODUÇÃO

Segundo o Collins Dictionary (2017) as *fake news* foram definidas como sendo informações falsas que são disseminadas em forma de notícias, muitas das vezes de maneira sensacionalista. Nesse sentido, verifica-se um aumento significativo da proliferação de *fake news* nos meios de comunicação, tais como em aplicativos de mensagens, internet e mídias sociais.

Para Castells (2000), decorrente do advento da internet e da proliferação dos dispositivos móveis, originou-se um novo ambiente comunicativo caracterizado como Sociedade em Rede. Essa sociedade é conformada por uma estrutura social composta de redes ativadas pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), em que as redes não se limitam às fronteiras existentes entre países ou estados.

Conforme pesquisa realizada pela *Reuters Digital News Report*, **87%** dos brasileiros utilizam meios de comunicação online como fonte de informação, principalmente redes sociais, tais como o *WhatsApp*. Esse percentual é superior aos 67% que se informam pela televisão e, ainda, os 23% que utilizam jornais e revistas. Dessa forma, no Brasil, as *fakes news* têm reverberado principalmente nas redes sociais, com potencial para gerar danos a pessoas e instituições.

Observou-se, na mesma pesquisa, que existem pessoas utilizando mídias sociais e blogs para criar e difundir *fake news* com diversos propósitos, dentre eles o político. Isso é um fato, por si só, inadmissível.

Ressalta-se que o uso das mídias sociais se reveste do imediatismo e da celeridade com que as mensagens são propagadas. Nessa situação, verifica-se, também, que a transmissão e a retransmissão de mensagens são realizadas, muita das vezes, sem verificação prévia, contribuindo para a desinformação da sociedade.

O Exército Brasileiro, instituição nacional de caráter permanente e regular, possui significativa quantidade de integrantes que, diariamente, têm acesso a todos os tipos de informações disponibilizadas pelos meios de comunicação. Sendo assim, militares,

¹ Oficial de Infantaria do Exército Brasileiro - Academia Militar das Agulhas Negras. Pós-graduado em Ciências Militares - Escola de Aperfeiçoamento de Oficiais. Pós-graduado em Ciências Militares – Escola de Comando e Estado-Maior do Exército. Pós-graduado em Altos Estudos de Defesa – Escola Superior de Defesa. anselmotfneto@hotmail.com

funcionários civis e seus dependentes podem ser alvos de *fake news*, o que, dentre outros aspectos, é temerário para a formação de opinião e o modo de agir, podendo acarretar posturas e procedimentos inadequados, além de contribuir para problemas institucionais.

Salienta-se que o que o tema *fake news* é tão relevante que ele vem sendo tratado pelo Congresso Nacional Brasileiro há anos. Segundo a Agência Senado, atualmente, 17 propostas encontram-se sendo debatidas, objetivando implementar dispositivos legais no sentido de tipificar criminalmente a criação e a propagação de notícias falsas na internet e nas redes sociais.

Em virtude do exposto e em decorrência dos malefícios das *fake news*, é de fundamental importância realizar determinadas ações objetivando, sobretudo, preservar a instituição Exército Brasileiro e o seu público interno dessa realidade. Por conseguinte, este estudo teve como objetivo verificar quais os reflexos das *fake news* para o público interno do Exército Brasileiro (EB). Nesse sentido buscou-se caracterizar o fenômeno das notícias falsas (*fake news*), bem como apresentar os reflexos das *fake news* e apontar possíveis medidas para a sua mitigação no âmbito do público interno do EB.

Para tanto, este trabalho foi realizado por meio de uma pesquisa bibliográfica, baseando sua fundamentação teórico-metodológica na investigação sobre os assuntos relacionados ao tema proposto em livros, revistas e artigos de acesso livre ao público em geral, incluindo-se nesses aqueles disponibilizados pela rede mundial de computadores.

2 O FENÔMENO *FAKE NEWS*

2.1 ANTECEDENTES

Notícias falsas têm sido observadas ao longo da existência da humanidade, tendo obtido maior difusão por meio da evolução e da universalização dos meios de comunicação.

De acordo com Sproule (1997), os desafios que a mentira, a propaganda e as notícias falsas representam para as sociedades abertas são reconhecidos há várias décadas. Em uma coluna publicada no *The Atlantic*, em 1919, Walter Lippmann expôs uma visão abrangente dos problemas que a propaganda representava para a sociedade ocidental moderna.

Conforme Adam (2017), notícias falsas são prejudiciais à comunidade, tornando o mundo menos informado, além de corroer a confiança. Enfatizou, ainda, que as *fake news* não são um fenômeno novo, de forma que todos têm a responsabilidade de enfrentá-las.

Mais recentemente, sobretudo com o advento das mídias sociais, o fenômeno das *fake news* tem sido potencializado com considerável disseminação em um mundo cada vez mais globalizado e conectado.

Por ocasião das eleições presidenciais norte-americanas realizadas em 2016, o termo *fake news* passou a ser adotado mais comumente. Essa situação, segundo a BBC Brasil (2017), levou o referido termo a ser escolhido como a “Palavra do Ano 2017”, após a constatação do aumento de 365% do seu uso.

Considerando a publicação *Las Guerras de La Era de La Desinformación*, à medida em que há avançado a digitalização das sociedades, a luta de poder entre Estados alcançou o ciberespaço como novo campo de batalhas. Dessa forma, dentre outras situações, a propaganda política e a desinformação estão sendo amplamente inseridas na internet e nas redes sociais, ultrapassando as barreiras físicas entre os Estados e alcançando rapidamente pessoas de várias nacionalidades.

Conforme publicado pela *Netshare Marketing Criativo* (2018), notícias falsas ou *fake news* vem a ser o termo que define o fenômeno de divulgação de notícias sensacionalistas, tendo como propósito único espalhar mentiras, difamar ou prejudicar uma pessoa ou grupo.

Ainda segundo a referida publicação, no Brasil, o *Whatsapp*, *Facebook* e outras redes sociais digitais são considerados os principais meios de consumo de notícia, superando até mesmo os portais de notícias tradicionais e os sites oficiais, o que somente se repete na Índia.

2.2 PROPAGAÇÃO DE *FAKE NEWS*

Informações falsas disfarçadas de notícias têm criado sérias preocupações em muitos países. Alguns pesquisadores chamam isso de poluição da informação (Wardle & Hossein, 2017), manipulação da mídia (Warwick & Lewis, 2017) ou guerra de informação (Khaldarova & Pantti, 2016).

Outra evidência relacionada à difusão de notícias falsas, foi realizada pelo Jornal Estado de Minas, em 2018, na reportagem intitulada *Fake News: por que se espalham e como evitar?* Nessa publicação, pesquisadores do MIT concluíram que notícias falsas se espalham na internet seis vezes mais rapidamente que as notícias verdadeiras, sendo decorrente do comportamento das pessoas. Para chegar a essa conclusão, os cientistas estudaram um conjunto de cascata de rumores no *Twitter*, entre 2006 e 2017.

Verifica-se também, que, na contemporaneidade, a quantidade de informações disponibilizadas nos meios de comunicação aumentou de forma considerável, devido à explosão informacional em que a informação se prolifera e circula em uma quantidade e velocidade vultosas (BRISOLA; ROMEIRO, 2018, p. 3).

Conforme relatório formulado pela *We Are Social* e pela *Hootsuite*, observa-se que, anualmente, há um acréscimo na ordem de 100 milhões de pessoas que utilizam o aparelho celular para acessar a internet (*Global Digital Report*, 2019).

Considerando a *Netshare Marketing Criativo* (2018), uma pesquisa realizada pelo *Opinion Box* em parceria com o *Digitalks*, “33% dos entrevistados acreditam que as redes sociais têm mais notícias falsas do que verdadeiras e 62% concordam que a *internet* contribui para a difusão de informações falsas. Além disso, 76% utilizam *sites*, portais e *blogs* para ler e acompanhar notícias, e 74% usam as redes sociais”.

De acordo com uma recente pesquisa realizada por Gartner (2020), a maior parte dos indivíduos em países desenvolvidos consumirão mais informações falsas que verdadeiras por meio das redes sociais.

Decorrente dessa situação, certamente o aumento dos conteúdos *fake* afeta a sociedade como um todo, tanto as pessoas enquanto indivíduos como também os veículos, marcas e empresas que se comunicam com seus clientes e muitas vezes divulgam ou são alvos desse tipo de notícia.

Em relação aos conflitos modernos, as *fake news* estão sendo cada vez mais utilizadas, como pode-se perceber no conflito entre Rússia e Ucrânia. Essa situação certamente objetiva

criar condições para vencer a Guerra da Informação por meio da construção de narrativas visando obter vantagem militar no transcurso das operações militares, assim como também conseguir aceitação tanto da opinião pública internacional quanto das populações russa e ucraniana.

Na mesma direção, a *Revista do Centro de Estudios Estratégicos de Relaciones Internacionales* (2022), na publicação denominada *Fake News En El Conflicto De Rusia Y Ucrania*, explicitou que, desde o início do mencionado conflito, houve notícias falsas e propaganda circulando pelo ciberespaço, gerando uma guerra midiática. Tal situação visava deslegitimar o adversário, desconsiderando completamente a veracidade e objetividade, de modo a desinformar e legitimar ações.

Ainda na mesma publicação, foi evidenciado que palavras e informações tornaram-se armas eficazes de guerra que, dentre outros aspectos, geram desinformação, ao mesmo tempo que têm grande poder de influência no cenário global e sobre todos que cercam o conflito.

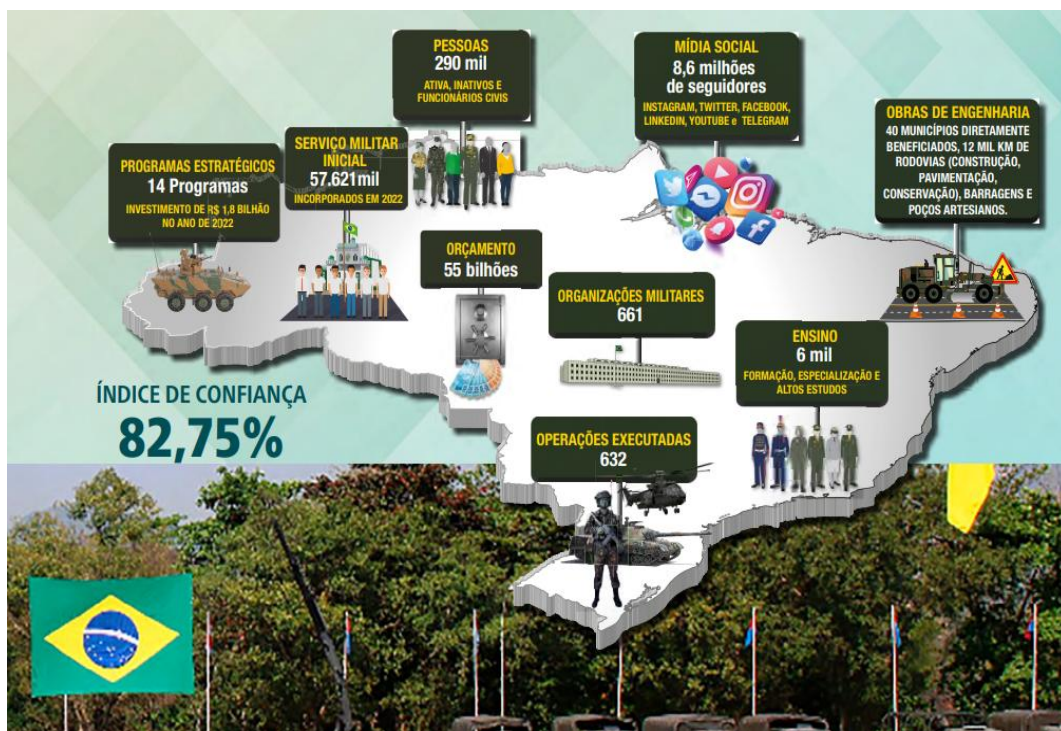
3 EXÉRCITO BRASILEIRO E AS *FAKE NEWS*

3.1 INSTITUIÇÃO EXÉRCITO BRASILEIRO

Por ser integrado por cidadãos brasileiros de todas as regiões do território pátrio, por estar comprometido com os valores da cultura brasileira e com os superiores interesses e aspirações da sociedade nacional, e ainda, pelo âmbito nacional de sua atuação, o Exército pertence à Nação Brasileira (Brasil, 2014).

Conforme publicado no Relatório de Gestão do Comando do Exército 2022, observa-se, na figura abaixo, uma síntese da constituição do EB. Nesse sentido, quanto ao seu público interno, ressalta-se que possui mais de duzentos e noventa mil integrantes, os quais têm acesso a variados tipos de mensagens e informações que tramitam nas mídias sociais e outros meios de comunicação.

Figura 1- Síntese da constituição do Exército Brasileiro 2022



Fonte: Brasil (2022, P.11), adaptado pelo autor.

Recentemente, o Exército Brasileiro ingressou nas mídias sociais para se tornar mais conhecido, utilizando ferramentas como *facebook*, *twitter* e *instagram* para sanar dúvidas e transmitir informações específicas sobre a Força Terrestre.

Dessa forma, por intermédio de pesquisas e estudos, o Exército estabeleceu, dentre outros objetivos, aproximar-se de um segmento de público importante que são os usuários das mídias sociais e que também são influenciadores da opinião pública.

As informações veiculadas pelo Exército nos meios de comunicação são, sobretudo, as de caráter institucional, além das que objetivam a sanar questionamentos.

Dessa forma, por meio da Portaria – EME/ C Ex N° 453, de 19 de julho de 2021, foram implementadas as Normas para Criação e Gerenciamento das Mídias Sociais no Âmbito do Exército Brasileiro. Esse documento, dentre outros aspectos, mencionou que, no âmbito do EB, as mídias sociais constituem importantes canais de comunicação com parcela considerável dos cidadãos, sendo, portanto, instrumento de transparência e de prestação de contas à sociedade. Nesse sentido, a gestão de mídias sociais está baseada em um processo de quatro fases denominadas planejamento; produção de conteúdo; interação com o público e análise de métricas.

Ademais, a mencionada portaria também estabeleceu que as mídias sociais em vigência, atualmente, no âmbito do EB, são *Facebook, Instagram, Twiter, YouTube, LinkedIn e Blog*. Para tanto, a escolha das mídias sociais depende do tipo de OM, do objetivo, da disponibilidade contínua de conteúdo, da equipe de especialistas que irá operá-las, das características de cada mídia social e de seu público específico, de forma que deverão ser atendidas as seguintes condições:

Figura 2- Criação e Gerenciamento das Mídias Sociais no Âmbito do EB

ESCALÃO/OM	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE	LINKEDIN	BLOG (3)
- Exército Brasileiro	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
- Órgão de Direção Geral - Órgão de Direção Operacional - Órgão de Direção Setorial	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO (1)	NÃO
- Comando Militar de Área	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO (1)	NÃO
- Órgão de Assistência Direta e Imediata ao Comandante do Exército - Divisão de Exército/Região Militar - Diretoria	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO (1)	NÃO
- Grande Unidade	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
- Academia Militar das Agulhas Negras - Escola de Sargentos das Armas - Instituto Militar de Engenharia	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO (1)	NÃO
ESCALÃO/OM	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE	LINKEDIN	BLOG (3)
- Demais Estabelecimentos de Ensino	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
- Colégio Militar (2)	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO (1)	NÃO
- Unidade	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
- Subunidade Isolada	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
- Tiro de Guerra	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO

Fonte: Brasil (2022, P.4)

Ressalta-se que as Organizações militares poderão criar as mídias sociais em conformidade com o preconizado pela citada portaria.

3.2 FAKE NEWS E O PÚBLICO INTERNO DO EXÉRCITO BRASILEIRO

O Exército Brasileiro, instituição nacional permanente e regular, está alicerçado na hierarquia, na disciplina e no culto de suas tradições, tendo o segmento humano como base do Sistema (Brasil, 2014).

Como instituição nacional e permanente, o EB possui o seu público interno constituído por militares da ativa e inativos, ex-combatentes e servidores civis, bem como, naquilo que couber, por seus dependentes e alunos dos Colégios Militares (Brasil, 2019).

Observando-se a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) direcionada ao acesso à *internet*, à televisão e à posse de telefone móvel celular para uso pessoal, referente ao ano de 2021, verifica-se que houve um acréscimo na quantidade de domicílios com *internet*, chegando a 90,0% das residências brasileiras. Dessa forma, considerável parte dos brasileiros, incluindo integrantes do público interno do Exército Brasileiro, tem acesso à *internet* e às mídias sociais, o que, dentre outros aspectos, evidencia a necessidade de combater *fakes news*.

Nos últimos anos, sobretudo em decorrência da polarização eleitoral nacional, é possível identificar a ocorrência de *fakes news* no Brasil. Essa situação contribui para a propagação de conteúdos maliciosos, o que, dentre outros aspectos, gera desinformação e malefícios para integrantes do público interno do EB.

Ao mesmo tempo, a difusão de *fake news* caracteriza-se por ser um comportamento inadequado, inclusive por parte de determinados integrantes do público interno do EB militares, o que, dentre outros malefícios, certamente contribui diretamente para o enfraquecimento do espírito de corpo.

Em relação ao espectro de atuação dos conteúdos maliciosos, verifica-se a sua evidência no artigo publicado por Claire Wardle (2018), no *First Draft News*, o qual foi intitulado “*Information Disorder: The Definitional Toolbox*”, conforme a figura abaixo:

Figura 3- Desordem da Informação



Fonte: Claire Wardle, Information Disorder. The Definitional Toolbox (2018).

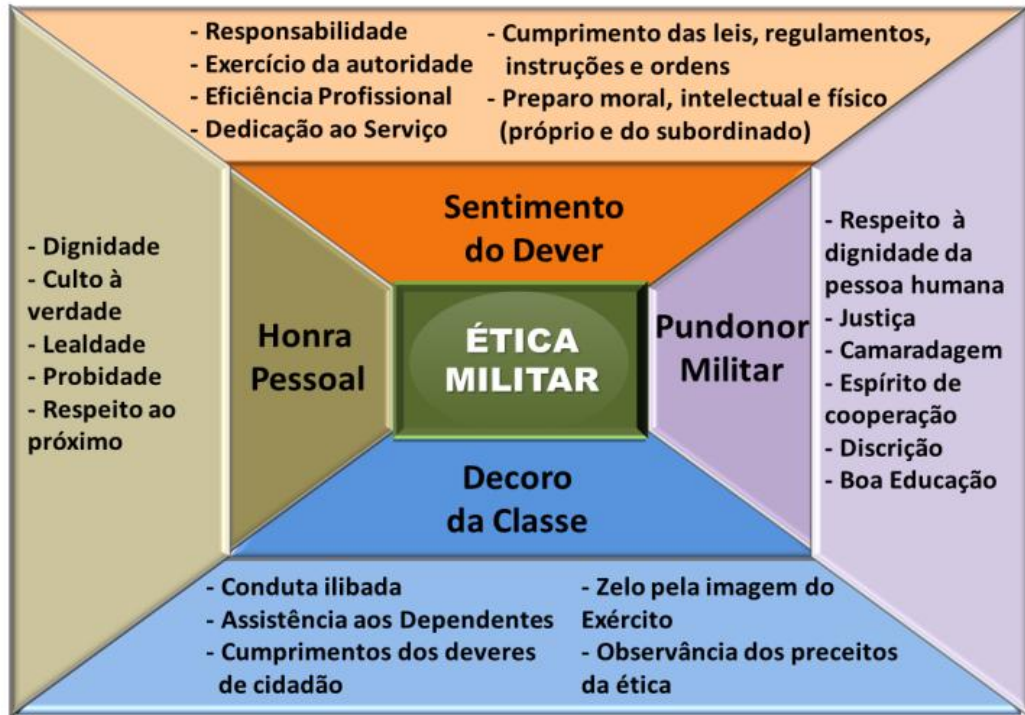
No que diz respeito à desinformação, nota-se que o seu potencial pode levar a uma percepção significativamente equivocada, incompleta ou distorcida da realidade, promovendo decisões e comportamentos inadequados (Brasil, 2017).

Dessa forma, percebe-se que os integrantes do público interno do Exército Brasileiro devem pautar sua conduta pessoal e profissional de forma ílibada e com base nos preceitos éticos e morais da profissão militar. Ao mesmo tempo, devem envidar todos os esforços visando abster-se de fazer parte de formulação ou propagação de *fake news*, uma vez que tal ação caracteriza-se como sendo um procedimento inadequado, contrariando normas, regulamentos e leis vigentes.

Ademais, em relação a determinadas características da profissão militar, ressalta-se que, ao ingressar nas Forças Armadas, o militar está sujeito a severas normas disciplinares e a estritos princípios hierárquicos, que condicionam toda a sua vida pessoal e profissional (Brasil, 2014). Nesse sentido, o sentimento do dever, o pundonor militar e o decoro da classe

impõem ao militar conduta moral e profissional irrepreensíveis, com a observância de preceitos de ética militar sintetizados na figura abaixo:

Figura 4- Síntese de preceitos da ética militar



Fonte: Brasil (2014, P 4-14).

4 CONSIDERAÇÕES PARA MITIGAR OS REFLEXOS DA FAKE NEWS

4.1 AÇÕES ATUAIS

A BBC News, na reportagem denominada *Google Search Changes Tackle Fake News And Hate Speech*, enfatizou que o Google está mudando a maneira como seu principal mecanismo de pesquisa funciona para ajudar a impedir a disseminação de notícias falsas e discurso de ódio. Nesse sentido, as mudanças envolvem diferentes medidas de classificação de sites, ao mesmo tempo que utiliza pessoas para verificarem se os resultados são precisos.

Em decorrência das *fake news*, houve questionamento das responsabilidades de gigantes da mídia social, como o *Facebook*, em fornecer uma plataforma onde a desinformação pode se espalhar rapidamente (Carlson, 2018; Johnson & Kelling, 2018). Em virtude dessa situação, vários governos em todo o mundo têm considerado intervenções legislativas para lidar com a disseminação de falsas notícias (Haciyakupoglu, Hui, Suguna, Leong e Rahman, 2018; Katsirea, 2018; Tambini, 2017), visando mitigar tal problema.

No sentido de realizar procedimentos visando não ser influenciado por *fake news*, pode-se, por exemplo, adotar procedimentos, tais como os explicitados na figura abaixo:

Figura 5- Como não cair nos boatos de internet



Fonte: Senado Federal (2016).

Em 2017, tendo em vista que o Exército Brasileiro e o seu público interno caracterizarem-se como parte significativa da sociedade moderna conectada, formulou-se, dentre outras ações, uma cartilha de orientação no sentido de orientar a família militar quanto aos cuidados mínimos necessários para uma navegação segura em ambiente de redes sociais e troca de mensagem, mitigando os riscos de de tornar-se vítima de atores hostis.

Figura 6- Cartilha de segurança



Fonte: Brasil (2017).

Posteriormente, em 2018, conforme observa-se na figura abaixo, o Exército Brasileiro, por meio Centro de Comunicação Social do Exército realizou uma campanha de utilidade pública denominada #COMBATAFAKENEWS.

Figura 7- #combatafakenews



Fonte: #COMBATAFAKENEWS (2018).

A referida campanha, sempre associando *fake news* com “desinformação”, objetivou estimular o pensamento crítico e a avaliação das informações que são consumidas da *internet*, seja por meio de aplicativos de troca de mensagens ou das redes sociais, contribuindo para a conscientização do público interno do EB.

No que diz respeito ao pensamento crítico, pode-se verificar que ele envolve a capacidade de argumentar, indagar e duvidar para a melhor compreensão de situações, permitindo conceber novas abordagens, perspectivas e soluções para os problemas militares (Brasil, 2019). Nesse sentido, ressalta-se que um dos aspectos mais relevantes da Inteligência Militar é justamente o de subsidiar a tomada de decisão do comandante, de modo que o conhecimento de inteligência deve ser oportuno, claro, preciso, preditivo e personalizado.

Ainda em relação ao público interno do EB, salienta-se que a Portaria – EME/ C Ex Nº 453, de 19 de julho de 2021, estabeleceu, dentre outras situações, que a criação de perfis pessoais é de livre arbítrio, sendo o criador do perfil responsável por todas as suas interações digitais, observando-se fielmente o prescrito no Estatuto dos Militares e no Regulamento Disciplinar do Exército (RDE), além do ordenamento jurídico vigente.

Mais recentemente, em março do corrente ano, houve a difusão da Diretriz do Comandante do Exército 2023-2026. Nesse documento, pode-se observar, como uma de suas premissas, justamente o fortalecimento da imagem do Exército como instituição de Estado, apolítica, apartidária, coesa, integrada à sociedade e em permanente estado de prontidão. Igualmente, observa-se que os quadros da Força devem pautar suas ações pela legalidade e legitimidade, mantendo-se coesos e conscientes das servidões da profissão militar, cujas

particularidades tornam os direitos e os deveres do cidadão fardado diferentes dos demais segmentos da sociedade.

4.2 AÇÕES FUTURAS

Conforme Kahneman (2022), os malefícios provocados pelas *fake news* são uma pequena amostra dos problemas que ainda estão por vir. Na percepção dele, a difusão de informações falsas será ampliada no próximo decênio.

Em 9 de fevereiro de 2023, por meio da Portaria -EME Nº 969, foi aprovada a Diretriz de Pessoal do Exército Brasileiro. Essa diretriz tem, como um de seus objetivos, implantar projetos e ações executivas que caracterizem a maior ênfase na Dimensão Humana da Força, em conformidade com os Objetivos Estratégicos do Exército.

A referida portaria ressalta que, em relação aos recursos humanos do EB, os quais, conforme Figura 8, encontram-se nacionalmente capilarizados nas áreas de oito comandos militares, haverá internalização, com maior vigor, dos valores militares, como fundamentos imutáveis e universais do Exército Brasileiro, que se manifestam pelo patriotismo, enaltecendo determinados atributos, tais como a lealdade, o amor à profissão das armas, a probidade, a verdade e o sentimento do dever.

Figura 8- Comando Militares de Área do Exército Brasileiro



Fonte: Brasil (2023).

Por sua vez, a publicação doutrinária EB20-MF-07.101 apresenta o Conceito Operacional do Exército Brasileiro (COEB), descrevendo como a Força Terrestre (F Ter), como integrante de esforços conjuntos, combinados e interagências, será empregada, face aos desafios futuros, no horizonte de 2040 (Brasil, 2023).

Na mesma publicação, verifica-se, dentre outros aspectos, que haverá um incremento da presença de ferramentas tecnológicas e ações no ambiente informacional, tais como Inteligência Artificial, *boots*, *deepfake*, *trools*, *fake news*, etc com potencial para influenciar no alinhamento da mensagem, dificultando o processo de comunicação institucional.

Face ao exposto, infere-se que, brevemente, haverá um incremento na difusão de mensagens em um mundo cada vez mais conectado, sobretudo por meio de tecnologias da informação.

Dessa forma, a disseminação de informações será realizada cada vez mais de forma instantânea, podendo, inclusive, conter *fake news*, o que é indesejável.

Infere-se, também, que o público interno do EB terá pleno acesso às informações que tramitam sobretudo em redes sociais, o que demanda atenção de todos principalmente quanto ao conteúdo e à veracidade das mensagens, buscando evitar a utilização de *fake news*.

Nesse sentido, visando a aprimorar a conscientização do público interno do EB e a mitigar os malefícios de notícias falsas, sugere-se a consolidação ou a implementação das seguintes ações:

- Inserção do assunto *Fake News* na Capacitação Técnica e Tática do Efetivo Profissional;
- Inclusão da temática *Fake News* nas grades curriculares de cursos e estágios para militares recém-ingressados no Exército Brasileiro;
- Abordagem do assunto *Fake News* nas pautas de reuniões e estágios setoriais; e
- Abordagem da temática *Fake News* no Processo de Desenvolvimento da Contraineligência.

5 CONCLUSÃO

Em um mundo cada vez mais globalizado e conectado, as *fake news* têm sido propagadas principalmente em meios de comunicação, tais como aplicativos de mensagens, *internet* e mídias sociais, causando desinformação.

No Brasil, atualmente, a maior parte das pessoas utiliza meios de comunicação *on line* como fonte de informação em um ambiente comunicativo caracterizado como Sociedade em Rede. Nesse ambiente, tramita uma grande quantidade de informações onde a transmissão e a retransmissão de mensagens são realizadas, muita das vezes, sem verificação prévia, o que contribui para a propagação de *fakes news* com potencial para resultar em danos a pessoas e instituições.

Ressalta-se que, conforme estudo concretizado neste trabalho, visualiza-se a potencialidade de ocorrência de maior difusão de *fake news* nos próximos anos, o que certamente resultará em situações ainda mais indesejáveis para a sociedade e para as instituições brasileiras.

O Exército Brasileiro, instituição nacional de caráter permanente e regular, possui um público interno com mais de duzentos mil integrantes que, diariamente, tem acesso a todos os tipos de informações disponibilizadas pelos meios de comunicação. Dentre essas informações, podem existir *fake news* que, além de acarretar desinformação, certamente têm potencial para contribuir para determinadas situações no ambiente militar, como indisciplina e enfraquecimento do espírito de corpo.

Importante salientar que, em conformidade com as leis, normas e regulamentos vigentes, os integrantes do público interno do Exército Brasileiro devem alicerçar sua conduta pessoal e profissional de forma ilibada e em consonância com os preceitos éticos e morais da profissão militar. Dessa forma, dentre outros aspectos, é fundamental envidar esforços sobretudo no sentido de não formular ou propagar *fake news*, uma vez que tal ação caracteriza-se como sendo um comportamento inadmissível.

Face ao exposto e com a finalidade de combater as *fake news* no âmbito do público interno do Exército Brasileiro, sugere-se a consolidação ou a implementação de determinadas ações, tais como a inserção da temática *Fake News* na Capacitação Técnica e Tática do Efetivo Profissional; nas grades curriculares de cursos e estágios para militares recém-

ingressados no Exército Brasileiro; no Processo de Desenvolvimento da Contraineligência e nas pautas de reuniões e estágios setoriais.

Ao final deste trabalho, pode-se inferir a pertinência da realização de estudos visando levantar os reflexos das *fake news* para o público interno do Exército Brasileiro. Assim, verificou-se, então, a relevância de que seja realizado, com efetividade, o enfrentamento às *fake news*, o que certamente mitigará ainda mais os problemas decorrentes de notícias falsas no âmbito do público interno do Exército Brasileiro, contribuindo para um maior fortalecimento dessa tão relevante instituição militar brasileira.

REFERÊNCIAS

ADAM, Mosseri. **Working to stop misinformation and false news**. 2017. Disponível em: <https://about.fb.com/news/2017/04/working-to-stop-misinformation-and-false-news/>. Acesso em: 20 abr.2023.

BRASIL. Exército Brasileiro. Comando de Operações Terrestres. **Manual de Contrainteligência**. EB70-MC-10.220. 1. ed. Brasília, DF, 2019.

BRASIL. Exército Brasileiro. Comando de Operações Terrestres. **Manual de Inteligência**. EB70-MC-10.227. 1. ed. Brasília, DF, 2015.

BRASIL. Exército Brasileiro. Comando de Operações Terrestres. **Manual de Produção do Conhecimento de Inteligência**. EB70-MT-10.401.1. ed. Brasília, DF, 2019.

BRASIL. Exército Brasileiro. Comando do Exército. **Instruções Gerais para as Publicações Padronizadas do Exército**. EB10-IG-01.002. 1. ed. Brasília, DF, 2011.

BRASIL. Exército Brasileiro. Estado-Maior do Exército. **Manual de Comunicação Social**. EB20-MF-03.103. 2. ed. Brasília, DF, 2017.

BRASIL. Exército Brasileiro. Estado-Maior do Exército. **Manual de Fundamentos EB20-MF10.101**. O Exército Brasileiro, 1ª Edição, 2014.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal – Secretaria de Editoração e Publicações.

BRASIL. Exército Brasileiro. Gabinete do Comandante do Exército. **Plano de Comunicação Social do Exército 2020/2023**. Brasília, DF: CCOMSEx. (2020b).

BRASIL. Exército Brasileiro. Centro de Comunicação Social do Exército. **Combate à desinformação**. Brasília/DF. Disponível em: http://https://www.eb.mil.br/esclarecimento_publico_interno . Acesso em: 01 maio. 2023.

Brasil. Exército Brasileiro. Estado-Maior do Exército. **Manual de Fundamentos Conceito Operacional do Exército Brasileiro**. Operações de Convergência 2040_EB20 – MF-07.001,1ª Edição, 2023.

BRASIL. **Portaria – EME/ C Ex N° 453, de 19 de julho de 2021**. Aprova as Normas para Criação e Gerenciamento das Mídias Sociais no Âmbito do Exército Brasileiro.

BRASIL. **Portaria – EME N° 969, de 9 de fevereiro de 2023**. Aprova a Diretriz de Pessoal do Exército Brasileiro.

BRASIL. Exército Brasileiro. **Diretriz do Comandante do Exército 2023-2026**. Disponível em <http://www.cciex.eb.mil.br/images/diretrizes/diretrizcmteb22.pdf>. Acesso em: 01 maio 2023.

BRASIL. Exército Brasileiro. **Plano Estratégico do Exército 2020-2023**. Disponível em: https://www.eb.mil.br/documents/10138/12613702/PLANO-ESTRATEGICO-DO-EXERCITO_2020-2023.pdf/4f7b5e74-8af8-d404-e822-4e742bd76872?version=1.0. Acesso em: 30 abr. 2023.

BRASIL. Exército Brasileiro. **Relatório de Gestão do Comando do Exército 2022**. Disponível em: <https://www.calameo.com/exercito-brasileiro/read/00123820631af56ab77ff>. Acesso em: 01 maio 2023.

BRISOLA, A. C.; ROMEIRO, N. L. A competência crítica em informação como resistência: uma análise sobre o uso da informação na atualidade. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação [S. l.]**, v. 14, n. 3, p. 68–87, 2018. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/100164>. Acesso em: 19 abr. 2023.

COMO não cair em Boatos da Internet. Disponível em: <https://twitter.com/senadofederal/status/1001553771783045120>. Acesso em: 17 mar. 2023.

Carlson, M. Facebook in the news: social media, journalism, and public responsibility following the 2016 Trending Topics controversy. **Digital Journalism**, v.6, n. 1, p. 4–20. Disponível em: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/3331>. Acesso em: 21 abr. 2023.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. v. 1. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. Disponível em: <https://globalizacaoeintegracaoregionalufabc.files.wordpress.com/2014/10/castells-m-a-sociedade-em-rede.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2023.

CANDELAS, Miguel. **La propaganda em los conflictos geopolíticos: de la guerra psicológica a la guerra más allá de los límites**. Disponível em: https://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2023/DIEEEE02_2023_MIGCAN_Propaganda.pdf. Acesso em: 3 abr.2023.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. Barueri: Faro, 2018. Acesso em: 3 abr. 2023.

EL CRUCIAL papel de la desinformación en la invasión rusa a ucrania. Disponível em: <https://www.france24.com/es/rusia/20220225-guerra-ucrania-desinformacion-noticias-falsas>. Acesso em: 3 abr. 2023.

ENTRAMOS no combate às “Fake News”, Entramos no combate à “desinformação”. Disponível em: https://www.eb.mil.br/exercito-brasileiro?p_p_id=101&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&_101_struts_action=%2Fasset_publisher%2Fview_content&_101_assetEntryId=9143783&_101_type=content&_101_groupId=8032597&_101_urlTitle=entramos-no-combate-as-fake-news-entramos-no-combate-a-desinformaca-

5&_101_redirect=http%3A%2F%2Fwww.eb.mil.br%2Fexercito-brasileiro%3Fp_p_id%3D3%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dmaximized%26p_p_mode%3Dview%26_3_keywords%3Ddia%2Bda%2Bintantaria%26_3_advancedSearch%3Dfalse%26_3_groupId%3D0%26_3_delta%3D20%26_3_assetTagNames%3Dcampanha%26_3_resetCur%3Dfalse%26_3_andOperator%3Dtrue%26_3_struts_action%3D%252Fsearch%252Fsearch&inheritRedirect=true Acesso em: 22 abr. 2023.

FAKE News: origem, usos atuais e regulamentação. Disponível em: <http://www.iea.usp.br/noticias/fake-news-origem-usos-atuais-e-regulamentacao>. Acesso em: 01 maio 2023.

FAKE news: por que se espalham e como evitar? Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2018/03/14/interna_tecnologia,944119/fake-news-por-que-se-espalham-e-como-evitar.shtml. Acesso em: 01 maio 2023.

FAKE News: Disponível em: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news>. Acesso em: 01 maio 2023.

FAKE News to Grow Multifold, AI to Create 2.3 Million Jobs in 2020: Gartner. Disponível em: <https://www.gadgets360.com/social-networking/news/fake-news-to-grow-multifold-ai-to-create-2-3-million-jobs-in-2020-gartner-1759443>. Acesso em: 01 maio 2023.

Fake News En El Conflicto De Rusia Y Ucrania. **Revista del Centro de Estudios Estratégicos de Relaciones Internacionales.** Disponível em <https://www.ceeriglobal.org/wp-content/uploads/2023/01/Revista-CEERI-Global-N2-1-208-225.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2023.

'FAKE NEWS' é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695>. Acesso em: 01 maio 2023.

FAUSSES nouvelles, manipulation de l'information: comment lutter contre les "fake news"? Disponível em: <https://www.vie-publique.fr/eclairage/24108-fausse-nouvelles-manipulation-comment-lutter-contre-les-fake-news>. Acesso em: 3 abr. 2023.

FICHEIRO: Como identificar notícias falsas (How To Spot Fake News). Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Como_identificar_not%C3%ADcias_falsas_\(How_To_Spot_Fake_News\).jpg](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Como_identificar_not%C3%ADcias_falsas_(How_To_Spot_Fake_News).jpg). Acesso em: 19 mar. 2023.

GOOGLE search changes tackle fake news and hate speech. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/technology-39707642>. Acesso em: 01 maio 2023.

GUIDE du bon usage des réseaux sociaux. Disponível em: <https://www.defense.gouv.fr/aides-demarches/guide-du-bon-usage-reseaux-sociaux>. Acesso em: 3 abr. 2023.

HACIYAKUPOGLU, G., HUI, J. Y., SUGUNA, V. S., Leong, D., & Rahman, M. F. B. A. (2018). **Countering fake news: A survey of recent global initiatives.** Singapura: S. Rajaratnam School of International Studies—Nanyang Technological University. Disponível em: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/3331>. Acesso em: 21abr. 2023.

HAUGHEY, Miguel Terán. **Esta ha sido la primera condena en España por difundir "fake news": 15 meses de prisión, multa e inhabilitación.** Disponível em <https://www.eleconomista.es/tecnologia/noticias/12028033/11/22/esta-ha-sido-laprimera-condena-en-espana-por-difundir-fake-news-15-meses-de-prision-multa-e-inhabilitacion-.html>. Acesso em: 18 mar. 2023.

JOHNSON, B. G., & Kelling, K. Placing Facebook: 'Trending,' 'Napalm Girl,' 'fake news' and journalistic boundary work. **Journalism Practice**, v. 12, n. 7, p. 817–833, 2018. Disponível em: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/3331>. Acesso em 21 abr. 2023.

KEMP, Simon. **Digital in 2019: global internet use.** 2019. Disponível em <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. Acesso em 20 abr. 2023.

KHALDAROVA, I., & Pantti, M. Fake News. **Journalism Practice**, v. 10, n. 7, p. 891–901, 2016. Disponível em: https://oxfordre.com/communication/display/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809?fbclid=IwAR2sgsaPZpAujWem5zK3pLccXF_OZaEe173VWynKoGZzxaCZRrJqdWiN O-M. Acesso em: 21 abr. 2023.

KATSIREA, I. 'Fake news': Reconsidering the value of untruthful expression in the face of regulatory uncertainty. **Journal of Media Law**, v. 10, n. 2, p. 159–188, 2018. Disponível em: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/3331>. Acesso em: 21 abr. 2023.

KLEINSMITH, Eric. **Fake News and Data Mining: Mapping Today's Media for Intel Analysis.** 2017. Disponível em: <https://apuedge.com/fake-news-and-data-mining-mapping-todays-media-for-intel-analysis/>. Acesso em: 18 mar. 2023.

LAS GUERRAS de la era de la desinformación. Disponível em: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20180429/443014307399/guerra-desinformacion-hibrida-fria-fake-news-ruisa.html>. Acesso em: 3 abr. 2023.

LAS GRANDES 'fake news' de la guerra en Ucrania. Disponível em: <https://www.mdzol.com/mundo/2022/4/30/las-grandes-fakenews-de-la-guerra-en-ucrania-240003.html>. Acesso em: 3 abr. 2023.

MARIGUETTI, Joyce. **Fake news serão um problema ainda maior no futuro, alerta Nobel de Economia.** 2022. Disponível em: <https://www.agazeta.com.br/brasil/fake-news-serao-um-problema-ainda-maior-no-futuro-alerta-nobel-de-economia-0822>. Acesso em: 01 maio 2023.

NEVES, Eduardo Borba; DOMINGUES, Clayton Amaral. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica.** Centro de Estudos de Pessoal. Escola de Aperfeiçoamento de Oficiais: Rio de Janeiro, 2007.

O FENÔMENO Fake News e sua Marca. 2018. Disponível em: <https://netshare.com.br/fenomeno-fake-news-marca/>. Acesso em: 01 maio 2023.

PANDEMIA de desinformação: as fake news no contexto da Covid-19 no Brasil. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/47085/2219-9461-1-PB.pdf;jsessionid=6A4064C9554DC4D8D0C98A41C513E24F?sequence=2>. Acesso em: 19 mar. 2023.

PANORAMA de tendencias geopolíticas: Horizonte 2040. Segunda edición. Disponível em: <https://publicaciones.defensa.gob.es/panorama-de-tendencias-geopoliticas-horizonte-2040-segunda-edicion-libros-papel.html>. Acesso em: 3 abr.2023.

PROJETOS em análise no Senado combatem desinformação e fake news. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/noticias/materias/2022/09/26/projetos-em-analise-no-senado-combatem-desinformacao-e-fake-news>. Acesso em: 17 mar. 2023.

SKILLYOONEED. Critical Thinking and Fake News, 2018. Disponível em: <https://www.skillsyouneed.com/learn/fake-news.html>. Acesso em: 18 mar. 2023.

SPROULE, M. J. **Propaganda and democracy:** The American experience of media and mass persuasion. Cambridge, UK: Cambridge University Press. Disponível em : https://oxfordre.com/communication/display/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809?fbclid=IwAR2sgsaPZpAujWem5zK3pLccXF_OZaEe173VWynKoGZzxaCZRrJqdWiNO-M. Acesso em: 21 abr. 2023.

TAMBINI, D. **Fake news:** Public policy responses. London: The London School of Economics and Political Science. Disponível em: <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/3331>. Acesso em: 21 abr. 2023.

THE ATLANTIC. Disponível em: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1919/11/the-basic-problem-of-democracy/569095/>. Acesso em: 19 jun. 2023.

UN NOUVEAU type d'arme sans précédent: les deepfakes. Disponível em: <https://iatranshumanisme.com/2023/03/09/un-nouveau-type-darme-sans-precedent-les-deepfakes/>. Acesso em: 3 abr. 2023.

VILELA CAMPOS, Lorraine. **O que são as Fake News.** Disponível em <https://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/o-que-sao-fake-news.htm> Acesso em: 19 mar. 2023.

Wardle, C., & Derakhshan, H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. **Strasbourg: Council of Europe report DGI (2017).** Disponível em: https://oxfordre.com/communication/display/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809?fbclid=IwAR2sgsaPZpAujWem5zK3pLccXF_OZaEe173VWynKoGZzxaCZRrJqdWiNO-M. Acesso em: 21 abr. 2023.

Wardle, Claire. **Information Disorder: The Definitional Toolbox**. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/infodisorder-definitional-toolbox/>. Acesso em: 22 abr.2023.

Warwick, A., & Lewis, R. **Media manipulation and disinformation online**. New York: Data & Society. Disponível em: https://oxfordre.com/communication/display/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809?fbclid=IwAR2sgsaPZpAujWem5zK3pLccXF_OZaEe173VWynKoGZzxaCZRrJqdWiN O-M. Acesso em: 21 abr. 2023.

YOSHIMURA, Letícia. **O fenômeno fake news e sua marca**. Disponível em: <http://netshare.com.br/fenomeno-fake-news-marca/>. Acesso em: 17 mar. 2023.

90% dos lares brasileiros já tem acesso à internet no Brasil, aponta pesquisa. Disponível em <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/90-dos-lares-brasileiros-ja-tem-acesso-a-internet-no-brasil-aponta-pesquisa>. Acesso em: 19 mar. 2023.

87% dos brasileiros utilizam meios de comunicação online. Disponível em: <https://blog.mackenzie.br/vestibular/atualidades/fake-news-conheca-o-impacto-na-sociedade/>. Acesso em: 01 maio 2023.