



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

KAROLINE MARIA FERNANDES DA COSTA E SILVA

**JOGO MEIAS#VERDADES: A CONTRIBUIÇÃO DA TEORIA DA INOCULAÇÃO
PSICOLÓGICA NA PREVENÇÃO DA DESINFORMAÇÃO ON-LINE E
RADICALIZAÇÃO DA POLÍTICA BRASILEIRA**

Recife

2024

KAROLINE MARIA FERNANDES DA COSTA E SILVA

**JOGO MEIAS#VERDADES: A CONTRIBUIÇÃO DA TEORIA DA INOCULAÇÃO
PSICOLÓGICA NA PREVENÇÃO DA DESINFORMAÇÃO ON-LINE E
RADICALIZAÇÃO DA POLÍTICA BRASILEIRA**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de doutora em Ciência da Informação. Área de Concentração: Informação, Memória e Tecnologia. Linha de Pesquisa: Comunicação e Visualização da Memória.

Orientadora: Profa. Dra. Nadi Helena Presser

Coorientadora: Profa. Dra. Luciana Monteiro-Krebs

Recife

2024

FICHA CATALOGRÁFICA

Silva, Karoline Maria Fernandes da Costa e.

Jogo Meias#Verdades: a contribuição da teoria da inoculação psicológica na prevenção da desinformação on-line e radicalização da política brasileira / Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva. - Recife, 2024.

243f.: il.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, 2024.

Orientação: Nadi Helena Presser.

Coorientação: Luciana Monteiro-Krebs.

Inclui referências e apêndices.

1. Desinformação on-line; 2. Teoria da inoculação psicológica; 3. Método prebunking; 4. Serious Games; 5. jogo Meias#Verdades. I. Presser, Nadi Helena. II. Monteiro-Krebs, Luciana. III. Título.

KAROLINE MARIA FERNANDES DA COSTA E SILVA

JOGO MEIAS#VERDADES: A contribuição da Teoria da Inoculação Psicológica na prevenção da desinformação on-line e normalização da extrema direita na política brasileira

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, como requisito para a obtenção do título de Doutora em Ciência da Informação. Área de concentração: Informação, Memória e Tecnologia.

Aprovada em: 30/09/2024

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª Nadi Helena Presser (Orientadora)

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Prof. Dr. Fabio Mascarenhas e Silva (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Prof. Dr. Igor Soares Amorim (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Prof. Dr. Jonathas Luiz Carvalho Silva (Examinador Interno)

Universidade de Federal do Cariri (UFCA)

Prof. Dr. David Geerts (Examinador Externo)

Katholieke Universiteit Leuven (KU LEUVEN)

Profª Drª Flávia Tavares Gasi (Examinador Externo)

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC)

Prof. Dr. Rodrigo Felipe Rodrigues do Carmo (Examinador Externo)

Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

AGRADECIMENTO

Escrever essa tese foi uma jornada épica, auxiliada por muitas mãos. É a culminância dos últimos cinco anos de minha vida, fruto de meu empenho em entender o Brasil profundo, das desigualdades, e o Brasil tecnológico, campeão no uso das redes sociais. Um trabalho que contou com o suporte, sobretudo emocional, de muita gente, a começar pelos meus amados pais, Maria Goretti e Inaldo José, irmãs, Kattiane e Kênia, e sobrinhos e “game testers”, Ayshinha e Ernestinho. Padre Vicente, com quem debati parte considerável de minhas ideias. Minhas amigas e amigos, especialmente Karina Ferreira, com quem sempre pude contar nessa caminhada.

Dado esse histórico, talvez seja apropriado que eu agradeça, em primeiro lugar, à minha orientadora, Nadi Presser, que tornou minha pesquisa possível e dividiu comigo vários momentos de amizade e trabalho. Da mesma forma, agradeço à minha coorientadora, Luciana Monteiro-Krebs, que me deu valiosas contribuições e gentilmente articulou com colegas do Mintlab (KU Leuven) a minha estadia como pesquisadora visitante no doutorado-sanduíche, uma experiência inesquecível. Aliás, não poderia deixar de agradecer aos colegas que me receberam lá: David, Bieke, Victor, Elisa, Emilie, Bruno, Eva, Aeleacs, Maarten, Priscilla e Ales.

Agradeço ainda aos professores que contribuíram durante esse processo, como Célio Santana, Fábio Mascarenhas, Natan Sobral, Leilah Bufren, Májory Karoline, Marcos Galindo, Raimundo Nonato, Yvana Fechine, Paolo Demuru e Rodrigo Carmo. Também agradeço a Francisco Noberto, Anna Carla, Felipe Medeiros, Manoel Medeiros, meus colegas do PPGCI, pelos momentos compartilhados juntos. Há um pouco de vocês nesse texto. E, claro, Suzana Wanderley, secretária do PPGCI, pela imensa paciência em me atender desde o primeiro contato, quando recebeu minha inscrição para a seleção do doutorado. Aos membros da banca, por aceitarem fazer parte dessa construção.

Imensamente grata ao time maravilhoso que se formou em torno do projeto Meias#Verdades, em especial, Cecília Ceci, Gabriel Candido, Thamires Oliveira, Cacá (Jam das Minas), colegas jornalistas que ajudaram a divulgar minha pesquisa e mobilizar voluntários para que eles pudessem participar do nosso experimento. Acima de tudo, gratidão a Deus e Cecinha (Nossa Senhora da Conceição).

RESUMO

A desinformação ameaça democracias no mundo inteiro. Em busca de enfrentamento ao problema, estudos contemporâneos têm buscado compreender até que ponto intervenções preventivas com base no método *prebunking*, sobretudo com o uso de jogos, são eficazes em conferir resistência cognitiva contra os conteúdos falsos e rumores que se propagam em ambiente virtual. Esta tese, particularmente, foca no combate às peças desinformativas disseminadas por grupos políticos alinhados à extrema direita no contexto político brasileiro, destacando as aplicações da Teoria da Inoculação Psicológica como recurso de combate aos efeitos da desordem informacional. Para atingir esse objetivo, buscou-se: a) identificar as principais estratégias de desinformação disseminadas nas redes sociais brasileiras a partir de grupos de extrema direita; b) aplicar o método *prebunking* de inoculação ao *design* do protótipo do jogo sério Meias#Verdades e, por fim, c) avaliar a eficiência do protótipo construído em estimular literacia midiática frente à desinformação. Para construir o jogo sério Meias#Verdades, o estudo utilizou-se de métodos mistos, executados em quatro etapas: 1) identificação das estratégias de desinformação nas redes sociais brasileiras, por meio da Análise de Conteúdo das peças desmascaradas como mentirosas pela Agência Lupa, organização jornalística independente que atua na checagem de rumores na Internet; 2) categorização desse material em taxonomias (Polarização; Falsa Identidade; Emoção; Difamação e Conspiração); 3) incorporação do material levantado ao design do protótipo do jogo sério, que, por sua vez, foi construído com base na estrutura de avaliação de jogos sérios Serious Games Design Assessment Framework (SGDA). Por fim, 4) validou-se a ferramenta em um experimento qualitativo com a aplicação de questionários com voluntários (N=55) e interpretação de dados por meio de estatística descritiva (Teste T pareado). Os resultados empíricos desta investigação evidenciam, estatisticamente, que a capacidade das pessoas de identificarem as peças desinformativas trabalhadas no jogo aumenta após a intervenção de inoculação presente no design de Meias#Verdades.

Palavras-chave: Desinformação on-line; Teoria da Inoculação Psicológica; método *prebunking*; *Serious Games*; jogo Meias#Verdades.

ABSTRACT

Disinformation threatens democracies around the world. In order to cope with the problem, contemporary studies have sought to understand to what extent preventive interventions based on the prebunking method, especially with the use of games, are effective in conferring cognitive resistance against false contents and rumors that are propagated on digital environment. This thesis, in particular, focuses on combating disinformation disseminated by political groups aligned with the far right in the Brazilian political context, highlighting the applications of the Theory of Psychological Inoculation as a resource to combat the effects of informational disorder. To achieve this objective, we sought to: a) identify the main disinformation strategies disseminated on Brazilian social networks from extreme right-wing groups; b) apply the prebunking method of inoculation to the design of the prototype of the serious game Meias#Verdades and, finally, c) evaluate the efficiency of the prototype built in stimulating media literacy in the face of disinformation. To build the serious game Meias#Verdades, the study used mixed methods, carried out in four stages: 1) identification of disinformation strategies on Brazilian social networks, through Content Analysis of the pieces unmasked as liars by Agência Lupa, an independent journalistic organization that works in the verification of rumors on the Internet; 2) categorization of this material into taxonomies (Polarization; False Identity; Emotion; Defamation and Conspiracy); 3) incorporation of the material collected into the design of the serious game prototype, which, in turn, was built based on the Serious Games Design Assessment Framework (SGDA). Finally, 4) the tool was validated in a qualitative experiment with the application of questionnaires with volunteers (N=55) and data interpretation through descriptive statistics (paired T-test). The empirical results of this research highlights, statistically, that people's ability to identify disinformation content applied on in the game increases after the inoculation intervention present in the design of Meias#Verdades game.

Keywords: Online Disinformation; Psychological Inoculation Theory; Prebunking method; Serious Games; Meias#Verdades game.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Roberto Alvim em pronunciamento oficial.....	53
Figura 2 -	Captura de tela de post do Instituto Brasil-Israel.....	54
Figura 3 -	Bolsonaro, Beatrix von Storch e Sven von Storch posam para foto no Planalto.....	55
Figura 4 -	Bolsonaro e aliados em live.....	56
Figura 5 -	Filipe Martins gesticula atrás do senador Rodrigo Pacheco em sessão no Senado.....	56
Figura 6 -	Bandeira neonazista exibida durante ato pró-Bolsonaro.....	57
Figura 7 -	Bandeiras de inspirações nazista e neonazista.....	57
Figura 8 -	Imagem de Bolsonaro no site neonazista Econac em 2004.....	58
Figura 9 -	Marielle Franco em discurso na Câmara do Rio de Janeiro.....	61
Figura 10 -	Thiago Shutz em seu canal no YouTube, Red Cast.....	62
Figura 11 -	Extremista Jake Angeli durante a invasão ao Capitólio (EUA).....	63
Figura 12 -	Captura de tela da conta do antigo Twitter de Jack Donovan.....	64
Figura 13 -	Tweet de Jair Bolsonaro com passagem bíblica.....	69
Figura 14 -	Integrantes da organização ultraconservadora católica, Arautos do Evangelho.....	71
Figura 15 -	Tweet de Donald Trump associou a vacina ao autismo.....	74
Figura 16 -	Tweet publicado por Olavo de Carvalho.....	74
Figura 17 -	Tweet de Jair Bolsonaro sobre o combate ao “marxismo cultural”.....	75
Figura 18 -	Bolsonaristas reivindicaram “voto impresso auditável” no Recife.....	78
Figura 19 -	Situações possíveis em contexto de desordem informacional.....	85
Figura 20 -	Captura da tela inicial do jogo Bad News.....	95
Figura 21 -	Barra com contador de followers e credibility do Bad News.....	95
Figura 22 -	Captura de tela do jogo Go Viral!.....	96
Figura 23 -	Tela inicial do Breaking Harmony Square.....	97
Figura 24 -	Tweet de Trump atacando a imprensa norte-americana.....	99
Figura 25 -	Captura de tela do jogo Choose Your Own Fake News.....	115
Figura 26 -	Captura de tela do jogo Troll Factory.....	116
Figura 27 -	Captura de tela de conteúdo desmascarado pela Agência Lupa..	122
Figura 28 -	Esboços do protótipo em pauta quadriculada.....	129

Figura 29 - Corvo convida jogador a “espalhar meias verdades”.....	129
Figura 30 - "Mad Crow" interage com jogador.....	130
Figura 31 - Sistema de recompensas (followers, likes e Rewards).....	130
Figura 32 - Roteiro do jogo Meias#Verdades no Twine.....	131
Figura 33 - Menu inicial do jogo Meias#Verdades.....	131
Figura 34 - Corvo Capiroto explica o objetivo do jogo.....	132
Figura 35 - Início da primeira fase (Polarização).....	132
Figura 36 - Reportagem sobre o jogo no jornal impresso Folha de Pernambuco.....	134
Figura 37 - Reportagem exibida em rede nacional, na TV Cultura.....	134
Figura 38 - Reportagem na versão impressa do Jornal do Comercio.....	135
Figura 39 - Conta do Instagram da rádio CBN Recife.....	135
Figura 40 - Card de recrutamento de voluntários.....	136
Figura 41 - Corvo Capiroto convida jogador a "espalhar meias verdades”.....	139
Figura 42 - Jogador ganha likes e seguidores ao postar conteúdo polarizador.....	140
Figura 43 - Exposição da ameaça no level 3 (Emoção) no design do jogo.....	143
Figura 44 - Demonstração da refutação preventiva aplicada ao design do jogo.....	144
Figura 45 - Tutorial do jogo Meias#Verdades.....	145
Figura 46 - Ícones criados para orientar escolhas dos jogadores.....	146
Figura 47 - Interface do jogo simula rede social.....	146
Figura 48 - Distintivos correspondentes às fases do Meias#Verdades.....	149
Figura 49 - Corvo Capiroto tem conta "suspensa", perdendo seguidores e likes.....	150
Figura 50 - Corvo Capiroto incorpora estereótipo do vilão.....	151
Figura 51 - Vilão clama por "Nossa Senhora da Manipulação".....	151
Figura 52 - Balões de texto com fonte Comic remete à estética do HQ.....	153
Figura 53 - Ícone de mão com indicador orienta ações a serem executadas..	154
Figura 54 - Corvo Capiroto convida jogador para o experimento.....	159
Figura 55 - Instruções para participação da pesquisa no design do jogo.....	159
Figura 56 - Mensagem sob forma de post no questionário pré-jogo.....	159
Figura 57 - Mensagem usada como pergunta de controle.....	161

Figura 58 - Perguntas sociodemográficas no questionário pós-jogo.....	162
Figura 59 - Equação do Teste T de Student.....	165
Figura 60 - Equação para a estatística com Teste T de amostras pareadas...	165
Figura 61 - Intervenção para desinformação moral-emocional.....	168
Figura 62 - Tratamento pré-jogo para a estratégia Emoção.....	168
Figura 63 - Tratamento pós-jogo para a estratégia Emoção.....	168
Figura 64 - Intervenção para a estratégia de Falsa Identidade.....	171
Figura 65 - 2ª intervenção para a estratégia Falsa Identidade.....	171
Figura 66 - Tratamento pré-jogo para Conspiração.....	174
Figura 67 - Tratamento pós-jogo para Conspiração.....	174
Figura 68 - Intervenção para a técnica de Conspiração.....	174

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Panorama dos partidos de extrema direita na Europa.....	34
Quadro 2 - Reprodução de peças desinformativas desmascaradas pela Agência Lupa.....	124

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Gráficos box plot das variáveis de desinformação e controle.....	167
Gráfico 2 - Teste T pareado para análise da variável Emoção.....	169
Gráfico 3 - Teste T pareado para análise da variável Difamação.....	170
Gráfico 4 - Visualização do Teste T pareado para a variável Falsa Identidade.....	172
Gráfico 5 - Gráfico para o tratamento Polarização.....	173
Gráfico 6 - Gráfico do tratamento da estratégia Conspiração.....	175

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AfD	Alternativa para a Alemanha
AIE	Aparelhos Ideológicos de Estado
AL	Alagoas
ANTRA	Associação Nacional de Travestis e Transexuais
CI	Ciência da Informação
CDB	Centro Dom Bosco
IA	Inteligência Artificial
IFCN	<i>International Fact-Checking Network</i>
IHC	Interação Humano-Computador
MDB	Movimento Democrático Brasileiro
MOBILE	Movimento Brasileiro Integrado pela Liberdade de Expressão Artística
MPF	Ministério Público Federal
ONG	Organização Não Governamental
PEC	Proposta de Emenda à Constituição
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PF	Polícia Federal
PGR	Procuradoria Geral da República
PP	Partido Progressista
PR	Partido Republicanos
PSL	Partido Social Liberal
PSOL	Partido Solidariedade
PT	Partido dos Trabalhadores
PVV	Partido da Liberdade (Holanda)
RPG	<i>Rolerplaying Game</i>
SGDA	<i>Serious Game Design Assessment Framework</i>
STF	Supremo Tribunal Federal
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
TFP	Sociedade Brasileira de Defesa da Tradição, Família e Propriedade
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
UDC	União Democrática Cristã (Brasil)
UDC	União Democrática do Centro (Suíça)

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	15
1.1	PROBLEMÁTICA.....	22
1.2	JUSTIFICATIVA.....	25
1.3	OBJETIVOS.....	27
1.3.1	Objetivo geral.....	28
1.3.2	Objetivos específicos.....	28
1.4	ESTRUTURA DA TESE.....	28
2	REVISÃO TEÓRICA.....	31
2.1	A ASCENSÃO GLOBAL DA EXTREMA DIREITA E A EXPERIÊNCIA BRASILEIRA.....	31
2.1.1	A Vitória de Jair Bolsonaro e a “Normalização” da extrema direita no <i>Mainstream</i> da Política Brasileira.....	39
2.1.2	O Governo Bolsonaro como representante da nova extrema direita brasileira.....	49
2.1.3	O “Flerte” do Governo Bolsonaro com grupos Neonazistas.....	52
2.1.4	A Institucionalização da Misoginia.....	59
2.1.5	A Instrumentalização da Fé Cristã como Estratégia de Manipulação.....	67
2.1.6	O Desprezo pelo Pensamento Técnico-Científico.....	73
2.1.7	Eleições 2022: “Voto Impresso Auditável” e Intervenção Militar..	78
2.2	A DESINFORMAÇÃO ON-LINE E O COMBATE AO PROBLEMA A PARTIR DA TEORIA DA INOCULAÇÃO PSICOLÓGICA.....	81
2.2.1	Conceitos de Desinformação, <i>Misinformation</i>, <i>Mal-Information</i> e <i>Fake News</i>.....	81
2.3	A TEORIA DA INOCULAÇÃO PSICOLÓGICA: CONTEXTO HISTÓRICO E NOVAS FORMAS DE APLICABILIDADE PRÁTICA...	87
2.3.1	Origens da teoria da inoculação.....	88
2.3.2	A Teoria da Inoculação Psicológica aplicada ao contexto da desinformação: o método <i>prebunking</i>.....	91
2.3.3	O modelo de inoculação <i>technique-based</i> de exposição de estratégias de persuasão comuns nas redes sociais.....	94

2.3.4	Categorias de manipulação comuns nas redes sociais.....	98
2.3.4.1	Difamação (<i>discrediting</i>).....	98
2.3.4.2	Emoção (<i>emotion</i>).....	101
2.3.4.3	Falsa Identidade (<i>impersonation</i>).....	104
2.3.4.4	Polarização (<i>polarization</i>).....	105
2.3.4.5	Conspiração (<i>conspiracy</i>).....	108
2.4	JOGOS: ENTRETENIMENTO, INFORMAÇÃO E DESINFORMAÇÃO.....	110
2.4.1	Jogos on-line como plataforma do extremismo.....	112
2.4.2	Jogos digitais para a mudança social.....	114
2.4.3	<i>Fake News Games</i> - jogos digitais estimulam competência midiática contra a desinformação.....	115
2.4.4	Jogos Sérios: treinamento para situações reais em ambiente seguro.....	118
3	METODOLOGIA.....	121
3.1	FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS.....	136
3.2	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	137
3.3	DESIGN DO JOGO A PARTIR DA ESTRUTURA SGDA.....	140
3.3.1	Propósito.....	141
3.3.2	Conteúdo e informações.....	145
3.3.3	Mecânica.....	148
3.3.4	Ficção e narrativa.....	150
3.3.5	Estética e gráficos.....	152
3.3.6	Enquadramento.....	154
3.4	DESENHO EXPERIMENTAL.....	154
3.5	COLETA DE DADOS COM OS VOLUNTÁRIOS.....	157
3.6	ASPECTOS ÉTICOS E LEGAIS.....	162
4	ANÁLISE, DISCUSSÃO E INFERÊNCIAS DOS RESULTADOS.....	164
4.1	HIPÓTESE 1 - O EFEITO DA INOCULAÇÃO.....	166
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	177
	REFERÊNCIAS.....	182
	APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO VIRTUAL (TCLE).....	215

	APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO PRÉ-JOGO.....	218
	APÊNDICE C - QUESTIONÁRIO PÓS-JOGO.....	221
	APÊNDICE D - PROTOCOLO DE ENTREVISTA UTILIZADO PARA OS TESTES DE USABILIDADE.....	227
	APÊNDICE E - LINKS COM RELAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO DESMASCARADA PELA AGÊNCIA LUPA.....	228

1 INTRODUÇÃO

Um mapa do *Google Trends* mostra que, a partir da segunda metade do ano de 2016, as pessoas passaram a pesquisar extensivamente pelo termo “*fake news*”. (Wardle e Derakhshan, 2018). Naquele mesmo ano, o dicionário Oxford elegeu o termo “pós-verdade” como o verbete anual mais significativo, o político e empresário Donald Trump tornou-se presidente dos Estados Unidos e a campanha do *Brexit* pela saída do Reino Unido da União Europeia sagrou-se vitoriosa. Tais fatos, indubitavelmente conectados, suscitaram o chamado a uma ciência das “*fake news*”, no sentido de compreender as vulnerabilidades dos indivíduos no contexto da desinformação compartilhada nas redes sociais (Lazer *et al.*, 2018). A influência das notícias falsas em processos eleitorais se mostrou absolutamente evidente sobretudo a partir da explosão, em 2018, do escândalo mundial envolvendo a venda ilegal de dados de milhões de usuários do *Facebook* para a empresa Cambridge Analítica (contratada tanto pela campanha de Trump quanto pelo *Brexit*). A reportagem assinada pela jornalista Carole Cadwallard, publicada nos jornais *The Guardian* e *The New York Times*, denunciou que a Cambridge Analítica teria usado os dados obtidos para criar um sistema que permitiu influenciar as escolhas do eleitorado, principalmente a partir da disseminação de conteúdos falsos e/ou distorcidos.

Foi também em 2018 que o candidato de extrema direita, Jair Messias Bolsonaro, elegeu-se 38º presidente do Brasil, em uma campanha controversa e movida a notícias falsas. O esquema ilegal de disparo em massa de *fake news* via aplicativos de troca de mensagens como o *Whatsapp*, patrocinado por empresários pró-Bolsonaro, foi revelado pela jornalista da Folha de S. Paulo, Patrícia Campos Mello (Alessi e Viejo, 2019).

Estudos anteriores destacam que a partilha de desinformação on-line está fortemente correlacionada com o partidarismo de direita (Nikolov, Flammini e Menczer, 2021; Basol *et al.*, 2021), embora o fenômeno também seja verificado, em menor grau, entre pessoas identificadas à esquerda. A presente investigação reflete sobre a desinformação em ambiente digital a partir do contexto político brasileiro, particularmente, levantando as fragilidades, no âmbito da educação informacional, que permitiram a ascensão – e normalização - da extrema direita no país, simbolizada pelo Governo Bolsonaro (2019-2022). Neste trabalho busca-se não só discutir a questão, mas, substancialmente, oferecer uma ferramenta capaz de estimular literacia

mediática entre usuários das redes sociais. Para tanto, recorre-se ao método *prebunking* (Roozenbeek e van der Linden, 2019), que, inspirado na Teoria da Inoculação Psicológica (McGuire, 1961), oferece uma solução contra a desinformação sob o viés cognitivo. Portanto, explora-se, nas próximas linhas, as possibilidades dessa abordagem, especialmente por meio da linguagem dos jogos, em conferir “imunização” psicológica frente às estratégias de manipulação disseminadas virtualmente por grupos extremistas e/ou radicais.

Embora derrotado nas eleições de 2022 pelo atual presidente de esquerda, Luís Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), pressupõe-se que, no contexto atual do Brasil pós-bolsonarista, experimenta-se, conforme conceitua Wodak (2021), um ambiente de “*shameless normalization*” (normalização sem vergonha, em tradução livre) da ideologia e do *modus operandi* de extrema direita na sociedade brasileira. Em outras palavras, um cenário de “destabuização” de discursos racistas, misóginos, lgbtqfóbicos, narrativas conspiratórias como a “ameaça comunista” e o negacionismo climático, além do uso sistemático de táticas de desinformação on-line como estratégia eleitoral.

A normalização de discursos extremistas com base em estratégias de desinformação, acompanhada da absoluta ausência de constrangimento moral na política não é em si uma novidade do atual contexto de “pós-verdade”, o qual os fatos estão mais associados às crenças pessoais e emoções (D’ancona, 2018; Silva, 2018). Historicamente, as relações entre verdade e política sempre se estruturaram em uma “velha e complicada história”, como argumentou Hannah Arendt (1967). No entanto, a essa altura, não resta dúvidas de que a difusão deliberada de desinformação, em sua ampla definição, desempenha papel estratégico nos processos eleitorais das democracias, desafiando sociedades a pensar em maneiras de neutralizar os efeitos nefastos do caos informacional.

Conteúdos fraudulentos e/ou distorcidos, produzidos com uso de Inteligência Artificial (IA), como por exemplo, as *deepfakes*, desmantelam a noção de verdade na Internet, confundindo até mesmo os mais especializados. A inexistência de regulamentação significativa das *Big Techs*¹ contribui para o cenário de desestabilidade das massas que, digitalmente interconectadas, passaram a ser o motor de sua própria manipulação. No contexto brasileiro, o multibilionário Elon Musk,

¹ O termo *Big Tech* foi criado em 2012 para definir as maiores empresas de tecnologia do mundo, à época, e surgiu primeiramente no jornal francês Le Monde. Fonte: Revista Forbes (2023).

que controla a plataforma X (antigo *Twitter*), travou uma cruzada contra o poder Judiciário, chegando a ser incluído como investigado no inquérito das milícias digitais por ordem do ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Alexandre de Moraes, após o perfil institucional do X postar que bloqueou "determinadas contas populares no Brasil devido a decisões judiciais", em abril de 2024. (Galf, 2024). O incidente reacendeu a discussão em torno da regulamentação das redes sociais no País, mas, dias depois, o presidente da Câmara dos Deputados, deputado federal por Alagoas (AL), Arthur Lira, do Partido Progressista (PP), anunciou a criação de um grupo de trabalho para discutir uma lei que regule o setor, em substituição ao Projeto de Lei (PL) 2.630, que estava tramitando no Congresso Nacional desde 2020. Um indicativo de que a regulamentação das plataformas digitais está longe de alguma definição a curto prazo.

Neste cenário de desordem informacional, é preciso conceituar desinformação e situações correlacionadas, como *misinformation*, *mal-information* e *fake news*. No campo da Ciência da Informação (CI), contribuição clássica vem do filósofo Don Fallis (2014), que define "desinformação enquanto informação falsa cuja função é a de enganar alguém." Nessa perspectiva, mentiras, notícias falsas ou teorias de conspiração são formas de desinformação, posto que a fonte pretende que a informação seja enganosa, beneficiando-se. Em suma, embora possam diferir em termos de como essa função foi dada, todas as instâncias de desinformação são unificadas pelo fato de terem uma determinada função: a intenção de enganar. E, pelo fato de essa função ter sido dada, as informações não são enganosas por acaso, ou por acidente. Todavia, informações mal acuradas, incompletas ou mesmo sátiras², às vezes podem ser enganosas, mas a fonte das informações não pretendia enganar as pessoas nem se beneficiar sistematicamente das pessoas que são enganadas. Se as pessoas são enganadas, é apenas um acidente. É o que o autor classifica como *misinformation*. Wardle e Derakhshan (2018) destacam uma terceira categoria, associada a conteúdos que, embora baseados na realidade, são manipulados para difamar a imagem de pessoas, organizações ou países (*mal-information*). Já o vocábulo *fake news* é descrito por Araújo (2021) e Lewandowsky *et al.* (2020) como um conteúdo falso que se utiliza da linguagem jornalística para enganar. O uso do

² A exemplo do Jornal Sensacionalista (<https://www.blogs.oglobo.globo.com/sensacionalista>), The Piauí Herald (<https://piaui.folha.uol.com.br/herald/>) e dos sites The Onion (<https://www.theonion.com>) e The Babylon Bee (<https://babylonbee.com>).

termo, no entanto, é criticado por alguns acadêmicos, principalmente por que a expressão ganhou conotação pejorativa, como apontam Ordway (2018) e Recuero e Escossia (2019).

Faz-se nesta tese uma reflexão em torno das relações entre o cenário de desordem informacional e o atual o processo de normalização da extrema direita na política brasileira. Argumenta-se neste trabalho que a naturalização de discursos extremistas, propagados por grupos políticos, desenrola-se a partir de uma ampla rede digital, que se utiliza de estratégias de desinformação para manter o eleitorado ideologicamente e emocionalmente mobilizado – uma sistemática conceituada aqui como “ecossistema de desinformação pós-bolsonarista”, sobre a qual, novos atores readaptam a pauta da nova extrema direita, disseminada nos últimos anos.

Estudos como o de Serelle e Soares (2021), que relacionam a disseminação de desinformação de intenções políticas a partir de formas culturais como *memes*, *gifs*, áudios, vídeos, entre outros, sugerem que a difusão sistemática de conteúdos fraudulentos desempenha papel estratégico nos processos eleitorais – e um território propício para o avanço do caos desinformativo e dos discursos radicais e excludentes. Marcadamente associada às trágicas experiências do nazifascismo, de acordo com Silva *et al.* (2014), a extrema direita distancia-se da direita tradicional pela intolerância e pela violência de suas ações, pois continua apresentando muitos traços originais do contexto de sua emergência: irracionalismo, anticomunismo, nacionalismo, defesa de valores e instituições tradicionais, intolerância à diversidade cultural, étnica e sexual. Com Miguel (2021), entende-se a extrema direita brasileira atual como um fenômeno específico, “que se inspira em elementos da retórica dos fascismos clássicos, adaptando-as às condições da esfera pública contemporânea, marcada pela presença de bolhas discursivas muito fechadas e pela emergência da “pós-verdade”.

Diante dos riscos iminentes à democracia, amortecer os danos da desordem informacional é tarefa fundamental e, há alguns anos, iniciativas civis e governamentais têm surgido para combater esse cenário. O jornalismo tradicional brasileiro se reconfigurou, a exemplo das seções Fato ou Fake, das Organizações Globo, e Estadão Verifica, criadas para analisar o grau de veracidade de rumores que circulam pelas redes sociais. Agências de checagem de fatos também ampliam a capacidade de desmascarar notícias falsas que inundam o meio digital. No âmbito governamental, destaca-se o Programa Permanente Contra a Desinformação, criado

pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e, no atual governo Lula, a campanha “Brasil Contra a Fake News”.

Embora contribuam para reduzir os danos da desinformação, pesquisas focadas na chamada “psicologia das *fake news*” (van der Linden e Roozenbeek, 2020; Greifeneder *et al.*, 2021), revelam as limitações dessas ferramentas, enfatizando processos cognitivos como por exemplo o “efeito de influência contínua da desinformação”, um processo relacionado à retenção de mensagens epistemologicamente falsas na mente humana, mesmo quando desmascaradas. (Lewandowsky *et al.*, 2012). Em alguns casos, as pessoas não só se negam a crer nas evidências expostas, como também, adquirem verdadeira aversão aos fatos corrigidos (Linden *et al.*, 2020; 2022). Além disso, talvez o ato de correção de desinformação tenha um efeito muito pequeno sobre a audiência (Maertens *et al.* 2021) e, desta maneira, se faz necessário não só compreender as motivações psicológicas que estimulam indivíduos a absorverem e espalhar mensagens falsas e/ou maliciosas, como buscar soluções de enfrentamento ao problema também sob viés cognitivo.

Neste sentido, é pertinente investigar formas de *desmascarar previamente* a desinformação que contamina o debate político - um tipo de solução que tem recebido consideravelmente menos atenção neste debate (Pereira *et al.* 2024). Na última década, todavia, pesquisadores do Norte Global têm adotado um conjunto de procedimentos, chamado na literatura científica recente como “*prebunking*” (pré-desmascaramento, em tradução livre), no contexto da desinformação nas redes sociais. Pesquisas anteriores (Roozenbeek e van der Linden, 2018; 2019; 2020; Roozenbeek, Van der Linden e Nygren, 2020; Basol *et al.* 2021) têm apontado a eficácia de ferramentas *gamificadas* ou jogos de inoculação em prevenir as pessoas contra as estratégias de manipulação mais comuns disseminadas nas mídias sociais.

A abordagem *prebunking*, aplicada de maneira pioneira por Roozenbeek e van der Linden (2019), se baseia nos conceitos clássicos da Teoria da Inoculação Psicológica, introduzida nos Estados Unidos dos anos de 1960 pelo cientista da psicologia social Willian McGuire. O estudioso, que à princípio, atuava “ao lado dos persuasores”, redirecionou seu programa na tentativa de entender como conferir proteção à influência (McGuire e Papageorgis, 1964) e, utilizando-se da analogia à vacina biológica, formulou seu modelo de resistência cognitiva, postulando que, assim como uma inoculação biológica injeta uma versão enfraquecida de um vírus para

permitir que a pessoa construa resistência contra ataques futuros, uma inoculação atitudinal alerta o indivíduo sobre um iminente ataque atitudinal (gerando ameaça) e apresenta e refuta argumentos contrários enfraquecidos, para, assim, construir resistência. (Compton & Pfau, 2005).

Classificada como "a teoria avó da resistência à mudança de atitude" (Eagly e Chaiken, 1993; Compton e Pfau, 2005), o pressuposto da inoculação impulsionou uma história dinâmica nas Ciências Sociais e Humanas, sobretudo em campanhas de marketing e saúde pública. Pesquisas mais recentes têm retomado o interesse em compreender melhor como a inoculação confere resiliência cognitiva à desinformação, com abordagens que exploram o funcionamento preciso dos seus conceitos centrais: (1) um aviso prévio, que provoca ameaça e motivação para defender suas próprias atitudes e (2) uma refutação preventiva (ou *prebunking*) dos argumentos persuasivos (Compton, 2013; Compton e Pfau, 2005).

Estudos empíricos têm apresentado resultados promissores envolvendo intervenções com o uso de jogos no combate à desinformação a partir da abordagem *prebunking*, cujo princípio é desmascarar previamente uma desinformação, oferecendo argumentos explicativos que permitam uma refutação ativa desses conteúdos, especialmente antes que estes se enraízem na memória de indivíduos (Roozenbeek *et al.*, 2023; Lewandowsky e van der Linden, 2022). Jogos de inoculação são, de acordo com vários desses trabalhos, geralmente eficazes na redução da crença na desinformação. (Cook *et al.*, 2017; Iyengar *et al.*, 2022; Lu *et al.* 2023; Traberger *et al.*, 2022; Roozenbeek *et al.*, 2021; 2022; Basol *et al.* 2024).

Uma inovação nas pesquisas em *prebunking* é a aplicação do modelo com base na exposição de técnicas de manipulação (*technique-based model*), que muitas vezes estão subjacentes a um espectro mais amplo de desinformação nas redes sociais, resolvendo o problema de limitar a intervenção cognitiva a situações específicas de desinformação. (Cook *et al.*, 2017; Roozenbeek e van der Linden, 2018; van der Linden *et al.*, 2021). O modelo foi aplicado aos jogos: Bad News (Roozenbeek e van der Linden, 2019), Breaking Harmony (Roozenbeek e van der Linden, 2020) e Go Viral! (Basol *et al.*, 2021).

A partir de tais estudos, os pesquisadores verificaram que jogos ou ferramentas *gamificadas* são um meio promissor para intervenções de resistência à desinformação, devido ao potencial valor de entretenimento e volume de absorção voluntária dos jogos, bem como o baixo nível de esforço cognitivo necessário para

completá-los. Com efeito, concluíram os cientistas, quanto mais tempo e esforços forem canalizados no aprendizado sobre quais as estratégias de manipulação mais utilizadas nas peças desinformativas, mais eficaz será a intervenção e, conseqüentemente, o efeito de “imunização”.

Com base dos pressupostos descritos acima, esta investigação avança nas pesquisas envolvendo o método *prebunking* com base na Teoria da Inoculação Psicológica, ao testar o método no contexto brasileiro, especificamente como mecanismo de combate à desinformação on-line e disseminação de narrativas excludentes operacionalizadas pela extrema direita. Metodologicamente, utiliza-se de investigação descritiva para avaliar as possibilidades de aplicação empírica desse paradigma à linguagem dos chamados jogos sérios (*serious games*). Portanto, neste estudo, construiu-se e validou-se o protótipo de um jogo de inoculação, pensado a partir do modelo instituído no Bad News, para atender às particularidades da realidade brasileira.

Batizado de Meias#Verdades (expressão idiomática que caracteriza, na língua portuguesa, uma afirmação que omite parte dos fatos, principalmente com o objetivo de enganar alguém), o jogo digital criado nesta tese tem como proposta oferecer à sociedade brasileira uma ferramenta de estímulo à literacia midiática, ampliando a discussão em torno de estratégias preventivas contra a desinformação e normalização do radicalismo que contaminam o debate político e ameaçam a democracia brasileira.

A interpretação dos dados coletados, com base nos métodos aqui descritos, leva às seguintes conclusões preliminares: de maneira geral, o protótipo do jogo Meias#Verdades é eficaz em conferir resistência cognitiva frente às principais estratégias de desinformação encontradas nas redes sociais, apresentando dados estatisticamente significativos a partir da amostra trabalhada, conforme demonstrar-se-á ao longo deste trabalho. Além disso, após a intervenção proposta, os indivíduos não só diminuem sua vulnerabilidade com relação à desinformação, como também, aprimoram noções de identificação de credibilidade da fonte – importante para o discernimento entre “notícias reais” e “notícias falsas”.

1.1 PROBLEMÁTICA

Esta tese intenciona aprofundar estudos em torno de soluções preventivas de enfrentamento à desinformação on-line, levantando suas lacunas, possibilidades e limitações. Busca-se problematizar a seguinte questão: **até que ponto intervenções com base no método *prebunking*, sobretudo com o uso de jogos, são eficazes em conferir resistência cognitiva contra a desinformação on-line, especialmente propagada pela extrema direita, no contexto político brasileiro?** Esta pergunta de pesquisa foi então traduzida na subseqüente hipótese testável: **A intervenção delineada no jogo *Meias#Verdades*, com base no método *prebunking* de inoculação, é eficaz em reduzir a vulnerabilidade de indivíduos em acreditar e compartilhar desinformação on-line.**

A análise em torno do fenômeno da desinformação on-line se inicia, portanto, a partir de uma breve revisão teórica em torno dos atores sociais e conexões em rede entre indivíduos no contexto digital. As redes sociais são uma consequência imediata do surgimento da Internet e, posteriormente, do amplo acesso aos dispositivos móveis, como os smartphones. Esses elementos trouxeram mudanças profundas para a sociedade, como a possibilidade de conexão e sociabilização através das ferramentas de Comunicação Mediada por Computador (CMC). A evolução desses recursos permitiu que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar-se com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros. Recuero (2010) define rede social como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos - os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). “Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir de conexões estabelecidas entre os diversos atores”, (Recuero, 2010, p. 24).

Hur (2019) destaca que a comunicação mediada por computador produz novos processos psicossociais e subjetividades, os quais se refletem também, nas práticas políticas, que instituíram novos “mecanismos de controle pelos quais a vida cotidiana está marcada” - um estágio mais avançado da biopolítica conceituada por Foucault, axiomatizada por algoritmos e orquestradas pelas *Big Techs* (Hur, 2019, p. 99). Em suas reflexões sobre as novas trocas sociais no âmbito da Internet, Lévy (2010) preconizou que a contemporaneidade atingiria, por fim, um estágio de

ciberdemocracia - uma economia que faz o melhor uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's). Contraditoriamente, a comunicação mediada por computadores contribui para catalisar as hoje bem documentadas distopias informacionais que atingem as democracias do mundo ocidental, constituindo pedra angular para a compreensão da atual Sociedade da Desinformação (Nathansohn e Brisola, 2020).

As redes sociais e as tecnologias digitais tornaram a produção e difusão de desinformação mais fácil e veloz. Poderosos sistemas de IA, tais como o *ChatGPT*³, desenvolvido pela empresa *OpenAI*, usam algoritmos e texto preditivo para criar conteúdo com base em instruções. Se usados de maneira maliciosa, podem representar uma “mudança profunda na história da vida na Terra”, conforme alertou um grupo de acadêmicos, políticos e empresários do setor tecnológico, em carta aberta divulgada em março de 2023. O documento com mais de mil assinaturas, entre as quais, a do bilionário Elon Musk, apontou que poderosos sistemas de inteligência artificial podem gerar desinformação e substituir empregos por automação. (MUSK..., 2023).

Conteúdos criados intencionalmente com o objetivo de enganar têm evoluído mais rapidamente do que nossa habilidade de os compreender ou controlar. Peças definidas a partir de expressões como *fake news* (notícias falsas, no senso comum) e as chamadas *deepfakes* (tipo de mídia sintética, em vídeo ou voz, manipulada por inteligência artificial), tecnicamente mais complicadas de serem verificadas em sua autenticidade, confundem a audiência, em um ambiente onde a diferença do que vem a ser realidade ou ficção é quase imperceptível.

Agências de *fact-checking* (checagem de fatos) representam uma resposta da atividade jornalística à desinformação. Na academia, ferramentas que associam a inteligência artificial e a linguística possibilitam o combate automático de desinformação a partir da identificação de padrões de *layout* de páginas com conteúdo potencialmente enganoso, combinando informações léxicas, sintáticas, semânticas e de legibilidade (Freire e Goldschmidt, 2019). Iniciativa proposta pela comunidade acadêmica é o *Debunking Handbook* (Lewandowsky *et al.*, 2020), manual escrito por 20 estudiosos, que reúne as melhores práticas de desmascaramento de

³ O ChatGPT é um sistema de conversação alimentado por inteligência artificial, especificamente pelo modelo de linguagem GPT (Transformador Generativo Pré-treinado). Ele foi desenvolvido pela OpenAI e é capaz de compreender e gerar texto em diversos estilos e contextos. (CHATGPT, 2024).

desinformação. A versão mais atual deste trabalho é a de 2020 e pode ser baixada em vários idiomas, dentre eles, português.

Apesar das várias propostas de *debunking* (desmascaramento, em inglês), Lewandowsky *et al.* (2020) apontam as limitações dessas ferramentas, demonstrando que, isoladamente, são insuficientes para mitigar os estragos provocados pela desinformação, que se propagam de maneira muito mais veloz do que seus eventuais efeitos de correção. Experimento conduzido por Vosoughi, Roy e Aral (2018), por exemplo, observou que rumores falsos se espalham mais amplamente, rapidamente e profundamente pelas redes sociais do que a informação verdadeira, checada posteriormente. Em outras palavras, é improvável que a verificação dos fatos atinja as mesmas pessoas que foram afetadas pela desinformação original e “consequentemente, informações falsas podem alcançar mais pessoas do que a informação verdadeira checada, principalmente em ‘câmaras de eco’ e ambientes homogêneos (bolhas).” (Lewandowsky *et al.*, 2020, p. 6, tradução da autora).

Uma câmara de eco é aqui entendida como “uma estrutura epistêmica social na qual vozes dissidentes relevantes são ativamente excluídas e desacreditadas criando ambiências de homofilia.” (Ferreira, 2022, p. 1). Essa homofilia mostra-se, na explicação do autor, quando os usuários de plataformas de redes sociais interagem e associam-se apenas a outros semelhantes com exposição seletiva às mensagens.

Ainda sob a ótica da Psicologia Social, trazida ao debate no *Debunking Handbook*, Lewandowsky e colegas (2020) mencionam estudos sobre os efeitos cognitivos da correção de desinformação. Tais pesquisas constataam que, apesar de submetidos a um desmascaramento, indivíduos podem continuar retendo tal conteúdo na mente, em um fenômeno descrito como “efeito de influência contínua da desinformação” (Ecker; Lewandowsky; Chadwick, 2020). Como tal, não é possível esperar que as verificações de fatos desfaçam de forma confiável e abrangente os danos causados pela exposição à desinformação; os mitos podem permanecer em nossas redes de memória mesmo depois de se mostrarem falsos.

Além disso, a depender do contexto sociopolítico, ironicamente, o desmascaramento da desinformação também pode provocar uma maior rejeição e reforçar tais crenças, tornando-os mais suscetíveis à desinformação (Roozenbeek; van der Linden, 2021). Isso quer dizer que a exposição repetida à desinformação aumenta sua fluência e familiaridade e, portanto, tem o efeito colateral de aumentar a crença das pessoas à desinformação, mesmo sabendo que esta é falsa – um

fenômeno conhecido como “efeito de verdade ilusória” (Fazio *et al.*, 2015). Ou seja, se uma história enganosa se tornar *viral* nas mídias sociais e for postada por diferentes fontes, as pessoas poderão vê-la várias vezes, e isso, por sua vez, pode fazer a história parecer mais crível para as pessoas que a veem.

E, finalmente, há algumas evidências de que as pessoas não gostam de serem corrigidas e podem responder negativamente às tentativas de desmascarar a desinformação (Roozenbeek; van der Linden, 2021). Assim, pode-se presumir que o fornecimento de intervenções baseadas em evidências, permanece não muito eficaz (Agle *et al.*, 2020; Pennycook *et al.*, 2020). Roozenbeek e Van der Linden (2019) assinalam então que é necessário considerar métodos para evitar que a desinformação se enraíze (*prebunking*), focando em estratégias preventivas na construção de resistência às tentativas de manipulação, com vistas a torná-las menos eficazes. Essa possibilidade se alicerça na teoria da Inoculação Psicológica aplicada ao contexto da desinformação on-line.

A Teoria da Inoculação Psicológica postula que é possível construir resistência cognitiva contra futuras tentativas de persuasão introduzindo preventivamente uma versão para atenuar e/ou enfraquecer um argumento específico. Assim como uma vacina biológica confere resistência contra uma bactéria, vírus ou outro microrganismo, ativando a produção de anticorpos, o mesmo pode ser alcançado com “anticorpos mentais” e informações (Mcguire, 1961b). Ou seja, ao expor preventivamente as pessoas a uma versão enfraquecida de um contra-argumento e, subsequentemente, refutar esse argumento, a resistência atitudinal pode ser conferida contra futuras tentativas de persuasão.

1.2 JUSTIFICATIVA

O uso de intervenções preventivas contra a desinformação permanece pouco explorado na academia. Neste sentido a justificativa científica que sustenta essa investigação se apoia na ideia de construção de novos e sólidos conhecimentos sobre o combate ao fenômeno que favoreça o desenvolvimento de literatura científica nos campos da Ciência da Informação e da Comunicação, contribuindo ainda para outros campos do conhecimento, como o da Psicologia. O presente este estudo inova ao aplicar, de maneira pioneira na ciência brasileira, o método *prebunking* ao *design* do jogo sério (*serious game*) Meias#Verdades, cujo protótipo foi desenvolvido nesta tese.

A aventura proposta pela ferramenta simula uma rede social a qual os jogadores são apresentados a cinco técnicas de desinformação presentes nas redes sociais, classificadas a partir das seguintes categorias: 1) Polarização; 2) Falsa Identidade; 3) Emoção; 4) Difamação e 5) Conspiração. Essas técnicas de desinformação mencionadas foram identificadas após a Análise de Conteúdo (AC) das mensagens apontadas como falsas e postadas na conta de Instagram da Agência Lupa (organização jornalística independente especializada na checagem de fatos).

Por conseguinte, o jogo Meias#Verdades, oferece uma ferramenta lúdica de estímulo à literacia midiática, sob o viés do paradigma *prebunking*, cuja abordagem alerta usuários sobre conteúdos duvidosos, ao mesmo tempo em que oferecem treinamento cognitivo de prevenção a tais estratégias de desinformação. O intuito é treinar usuários a reconhecer previamente os padrões semânticos dessas mensagens para que eles, de maneira autônoma, adquiram “resistência” à influência persuasiva das chamadas *fake news*.

Esta tese também enverga uma justificativa social urgente. Bobbio (2009, p.30) refere-se a uma definição mínima de democracia como sendo “um conjunto de regras que estabelecem quem está autorizado a tomar as decisões coletivas e com quais procedimentos”. Além de defender a existência de regras e procedimentos, é preciso, aponta o autor, uma terceira condição: “aqueles que são chamados a decidir ou eleger os que deverão decidir devem ser colocados diante de alternativas reais e postos em condições de escolher entre uma e outra (Bobbio, 2009, p. 32). Para garantir o regime democrático é fundamental assegurar a efetividade dos direitos constitucionais destinados àqueles que são chamados a decidir, dentre estes, o direito à informação. O funcionamento de uma democracia depende, portanto, de uma sociedade bem-informada.

Neste ano em que vários países de tradição democrática decidiram seus representantes, o (GLOBAL... (2024) declarou que a desinformação constituiria uma das principais ameaças à sociedade para os próximos anos. Na última década, acadêmicos, instituições públicas e organizações de notícias também têm alertado para os riscos de colapso de democracias em escala global em virtude da propagação de conteúdos falsos de maneira deliberada e intencional. A desinformação pode prejudicar a saúde pública (Swire-Thompson; Lazer, 2020; van der Linden, 2022), as atitudes em relação à ciência (van der Linden *et al.*, 2017) e a lisura do processo eleitoral. Desta maneira, a relevância social desta pesquisa se justifica pela urgência

em estimular o letramento midiático em nossa sociedade, a partir da entrega de uma ferramenta lúdica de resistência cognitiva frente à desinformação, sob a forma do jogo de inoculação Meias#Verdades).

Além de discutir sobre o fenômeno da desinformação, é preciso refletir também sobre a *práxis* jornalística e códigos deontológicos que orientam a profissão e o fazer jornalístico. A experiência da autora no manejo da informação como jornalista profissional tende a agregar valor a este estudo, justificando-o quanto à sua importância científica. Os quase 20 anos atuação como jornalista, com passagens por veículos de comunicação da imprensa tradicional local e de alcance nacional, tais como Rádio CBN, TV Band News, Jornal do Commercio (JC) e Rede TV, possibilitou a esta pesquisadora vivenciar as particularidades da informação – e desinformação - em amplos aspectos, especialmente a partir das rotinas produtivas próprias do trabalho como repórter das referidas emissoras. O contato com inúmeras histórias, dramas, tragédias, acontecimentos políticos e socioeconômicos viabilizaram a construção de um considerável repertório e criaram condições para refletir sobre a complexidade da qualidade da informação e seus efeitos sobre a sociedade.

Os estudos desenvolvidos durante a Pós-Graduação em Teoria e Ciência Política, na Universidade Católica de Pernambuco e, posteriormente, no Mestrado em Comunicação no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM/UFPE) forneceram uma base científica adequada para avançar nos estudos no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCI/UFPE), permitindo ampliar o olhar em torno do fenômeno da desinformação e suas ainda imensuráveis consequências políticas.

Por fim, há de se destacar a motivação acadêmico-profissional da autora (pesquisadora, docente e jornalista profissional). Particularmente, o que provocou maior inquietação por investigar os efeitos nocivos da desinformação propagada pela extrema direita na sociedade brasileira foi a observação pessoal da degradação generalizada do sistema democrático, das relações interpessoais, da crise de verdade e da “normalização” do extremismo, intensificada após a experiência do governo bolsonarista. Tentar compreender que mecanismos provocaram tantas fissuras na sociedade e, principalmente, buscar desenvolver possibilidades de combater esse cenário, somam-se aos argumentos que sustentam a execução dessa investigação.

1.3 OBJETIVOS

Ciente do importante papel da academia na busca de soluções para os problemas da sociedade, esta tese objetiva fornecer uma solução criativa contra a desinformação on-line, a partir dos seguintes objetivos:

1.3.1 Objetivo geral

Propor, a partir da Teoria da Inoculação Psicológica no contexto da desinformação on-line e radicalização da política brasileira, a aplicabilidade do método *prebunking* de inoculação ao design do jogo sério Meias#Verdades.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Identificar as principais estratégias de desinformação disseminadas pelas redes sociais brasileiras a partir de grupos de extrema direita;
- b) Aplicar o método *prebunking* de inoculação ao *design* do jogo sério Meias#Verdades adaptado à realidade brasileira;
- c) Investigar a eficácia de intervenções preventivas de inoculação com uso dos jogos em estimular resiliência cognitiva frente à desinformação on-line.
- d) Demarcar a relação entre a Teoria da Inoculação Psicológica e o jogo Meias#Verdades como recurso de combate à desinformação.

1.4 ESTRUTURA DA TESE

A tese estrutura-se em cinco seções, de caráter epistemológico, teórico, metodológico e conclusivo, a saber:

Na primeira seção são descritas as características da pesquisa, a partir da apresentação do tema, problemática, justificativa, objetivo geral e específicos. Neste sentido, discute-se o atual cenário de desordem informacional, com foco no problema da desinformação a partir do seu uso ferramenta política pela extrema direita no contexto brasileiro e, em seguida, propõe-se o debate sobre formas de prevenção da desinformação nas redes sociais e estímulo à literacia midiática a partir de

intervenções inspiradas na Teoria da Inoculação Psicológica (McGuire, 1961). Explora-se o conceito do método *prebunking* de inoculação (Roozenbeek; van der Linden, 2019), a partir dos seus elementos básicos: *aviso prévio* e refutação preventiva. Destaca-se o poder dos jogos em educar, treinar e, como defende-se neste estudo, “vacinar” indivíduos contra as chamadas *fake news*.

A segunda seção é dedicada à revisão teórica, onde os temas levantados na introdução são descritos à luz da ciência. As principais produções acadêmicas em torno dos conceitos de desinformação, *misinformation*, *mal-information* e *fake news* são abordados. Com base em estudos anteriores (Nikolov; Flammini; Menczer, 2021; Basol *et al.*, 2021) e, principalmente, considerando a experiência sociopolítica brasileira durante o Governo Bolsonaro (2019-2022), a investigação direciona uma discussão sobre a ameaça às instituições democráticas a partir da instrumentalização de estratégias de desinformação disseminadas on-line por grupos de extrema direita para fins eleitorais. Neste sentido, a tese acessa definições elementares vindas da Ciência Política sobre direita e esquerda (Bobbio, 1995; Konder, 2009;), extremismo e radicalismo (Mudde, 2021), nacionalismo e populismo (Eatwell; Goodwin, 2020). Além de investigar as contribuições da Teoria da Inoculação, avalia-se o potencial da linguagem dos jogos em educar contra a desinformação, tomando-se como ponto de análise a ideia em torno dos *serious games* como ferramenta lúdica de promoção da literacia midiática.

A terceira seção é dedicada aos procedimentos metodológicos mistos utilizados neste trabalho. Para cumprir os objetivos (geral e específicos), o estudo aplica, inicialmente, a técnica de Análise de Conteúdo (AC) à conta de Instagram da Agência Lupa (organização jornalística especializada na checagem de rumores disseminados nas redes sociais), com recorte temporal entre 1º de outubro de 2018 (campanha eleitoral) e 31 de dezembro de 2022 (fim do Governo Bolsonaro). Esse levantamento se fez necessário para que o estudo pudesse compreender quais estratégias de desinformação estavam sendo disseminadas pela extrema direita. O material coletado foi então classificado em cinco taxonomias: 1) Polarização; 2) Falsa Identidade; 3) Emoção; 4) Difamação e 5) Conspiração.

Cumprida essa etapa, iniciou-se a construção do protótipo do jogo sério Meias#Verdades, o qual aplicou-se, em seu *design*, o modelo *prebunking* de inoculação (Roozenbeek; van der Linden, 2019). O protótipo, por sua vez, foi delineado com base no modelo de avaliação de jogos sérios Serious Games Design

Assessment Framework (SGDA), um conjunto de procedimentos desenvolvido por Mitgutsch e Alvarado (2012) para orientar *game designers* na construção de um jogo sério com base na interligação de seus elementos, quais sejam: 1) Propósito; 2) Mecânica; 3) Conteúdo e Informações; 4) Estética e Gráficos; 5) Ficção e Narrativa e 6) Enquadramento.

No decorrer do desenvolvimento do piloto de Meias#Verdades (entre julho de 2023 a janeiro de 2024) foram aplicados testes de usabilidade ao protótipo físico e digital, até que a ferramenta foi considerada pronta para ser testada por voluntários. Para analisar a eficácia do método *prebunking* em inocular contra a desinformação, foram aplicados dois questionários (um antes do início do jogo e outro ao final) os quais os participantes foram apresentados tanto a mensagens contendo as estratégias desinformativas previamente identificadas (Polarização, Falsa Identidade, Emoção, Difamação e Conspiração), quanto a mensagens “neutras”, ou seja, construídas sem qualquer carga de manipulação. Foram criadas frases semelhantes a manchetes com linguagem jornalística, a fim de entender a percepção dos voluntários em torno de notícias “reais” e falsas no contexto digital.

O experimento em torno do jogo de inoculação foi conduzido entre janeiro e março de 2024. Para recrutar os voluntários optou-se pelo método de amostragem não-probabilística aleatória. A pesquisa foi amplamente divulgada nas redes sociais, grupos de pesquisa e mídia tradicional, tendo sido noticiada em veículos de comunicação de abrangência local (Pernambuco) e nacional. Conforme será detalhado, incorporamos o método *prebunking* ao *design* do protótipo Meias#Verdades e nele, aplicamos dois questionários (um antes do início do jogo e outro ao final). Detalha-se como a estrutura SGDA foi incorporada ao *design* do jogo. Para investigar a eficácia da ferramenta em produzir o efeito de inoculação pretendido, o experimento utilizou-se do método estatístico Teste T pareado, usado para avaliar se haveria uma diferença significativa entre as médias dos grupos avaliados (grupo pré-jogo e pós-jogo). Para a interpretação desses dados, a tese recorreu ao *software R*, bastante recomendado em estudos científicos por meio de estatística.

A quarta seção apresenta então a análise, discussão e inferência dos resultados, correlacionando-os à revisão teórica, sobretudo a fim de comprovar a hipótese inicial. Traduz-se a pesquisa em gráficos e tabelas, com o intuito de esclarecer didaticamente os dados obtidos.

Por fim, a quinta seção expõe as considerações finais desta tese, refletindo sobre o percurso investigativo adotado, apontando os êxitos e limitações da pesquisa e, principalmente, sugerindo futuros trabalhos no sentido de ampliar o debate na academia brasileira em torno de criativas intervenções preventivas dedicadas a amortecer os impactos da desinformação e promoção do acesso democrático à literacia midiática. Como elementos pós-textuais, as referências, anexos e apêndices da pesquisa foram incorporados ao final.

2 REVISÃO TEÓRICA

Esta seção apresenta as lentes que guiaram todo o processo de investigação deste estudo. Está distribuída em quatro eixos de discussão, a começar com um debate em torno da ascensão da extrema direita em nível global na última década, com recorte para a experiência brasileira a partir do governo Bolsonaro (2019-2022) (incluindo o mês de outubro de 2018, correspondente à reta final da campanha presidencial). Apresenta-se a ideia de “normalização da extrema direita” (Wodak, 2021), a qual, argumenta-se aqui, foi acelerada por um conjunto específico de técnicas de desinformação, que se configuraram no que se nomeia neste estudo como “ecossistema da desinformação bolsonarista”. Discute-se o estado da arte em torno das diversas categorias relacionadas à desinformação. Em seguida, apresenta-se o conceito da Teoria da Inoculação Psicológica e abordagens atuais no contexto da desordem informacional. Por fim, discute-se a centralidade dos jogos na sociedade contemporânea e o uso dos chamados *Serious Games* como meios promissores de intervenção cognitiva frente à desinformação e estímulo à literacia midiática.

2.1 A ASCENSÃO GLOBAL DA EXTREMA DIREITA E A EXPERIÊNCIA BRASILEIRA

Nesta seção, situa-se o governo de Jair Messias Bolsonaro (2019-2022) como a expressão da extrema direita contemporânea brasileira. Sob o comando do ex-presidente, o dito bolsonarismo adquiriu ares de institucionalidade e, por diferentes e complexos motivos, alcançou a simpatia de eleitores de perfis multifacetados, agrupados, subjetivamente em torno dessa ideologia. Conceitua-se extrema direita, explorando seus matizes intelectuais em nível mundial e correlações com a experiência brasileira. Por meio de levantamento bibliográfico, consultas a reportagens, artigos e pesquisas realizadas por institutos e laboratórios científicos específicos, identifica-se neste estudo as principais narrativas utilizadas pelo bolsonarismo, bem como estratégias de acomodação e normalização da agenda da extrema direita no contexto pós-bolsonaro.

Embora não haja uma definição generalista em torno do conceito de “extrema direita”, é possível encontrar um denominador-comum que permita uma compreensão razoável. No campo da ciência política, o conceito de “direita” se situa, segundo

Konder (2009), no entendimento do lugar de setores da sociedade privilegiadas social e economicamente e que, pelo discurso e ação política, buscam conservar seus privilégios por meio da manutenção do sistema socioeconômico vigente. Em consonância com a academia tradicional, Mudde (2021) define “extremismo” como a antítese da democracia. “Em suma, o extremismo rejeita a crença na soberania popular, normalmente executada por meio de um sistema de eleição de uma pessoa, um voto”. (Mudde, 2021). Por outro lado, o autor conceitua radicalismo como estando em oposição à democracia liberal (ou constitucional).

Neste sentido, Mudde (2021) destaca que o radicalismo aceita a democracia procedimental, enquanto o extremismo não. No entanto, o radicalismo questiona o valor positivo do pluralismo e as limitações constitucionais à soberania popular. Embora os horrores dos campos de concentração nazistas tenham contribuído para uma reação contrária à extrema direita no passado e para que esse pensamento desaparecesse da política dominante por muitas décadas, Sedgwick (2019) observa que um novo pensamento liberal domina o Ocidente. Um *status quo* que tem se reconfigurado desde o início deste século XXI.

As razões para essa guinada à extrema direita são muitas e complexas, pois, termos como fascismo e neonazismo são muito usados para distinguir essa nova configuração da extrema direita, “mas podem ser limitadas a certos contextos” (Sedgwick, 2019, p. 14). A ascensão dessa categoria política, especialmente nos Estados Unidos e em muitos países da Europa e da América Latina, reflete um fenômeno socioeconômico e cultural que vai além do extremismo, da intolerância e das ideias violentas. Sem dúvidas, uma parcela importante de cidadãos e cidadãs identificados com partidos da direita radical descambam para o racismo, a LGBTfobia, misoginia e xenofobia, e muitos deles possuem valores “ultraconservadores”.

No entanto, é preciso considerar aspectos mais amplos nesta análise, como o fato de a maioria dos seus eleitores, partidos e líderes expressarem ansiedades públicas legítimas, disseminadas por diferentes áreas. (Eatwell; Goodwin, 2020, p.17). Há muitas diferenças entre as conjunturas do passado e as do presente. A atual extrema direita europeia, por exemplo, é muito diversa - uma variedade que vai de partidos abertamente neonazistas, como o Aurora Dourada na Grécia, a forças burguesas perfeitamente bem integradas ao jogo político institucional, como o suíço União Democrática do Centro (UDC). (Lowy, 2015, p. 653). Em novembro de 2023, a inesperada vitória do populista de extrema direita Geert Wilders e o seu Partido da

Liberdade (PVV), catapultada, principalmente, pela retórica anti-islâmica e anti-imigração, surpreendeu uma Holanda tradicionalmente marcada pelo acolhimento de todos os credos e culturas. Giorgia Meloni, líder do partido nacionalista Irmãos da Itália, foi eleita a primeira mulher premiê daquele país, em 25 de setembro de 2022, angariando 26% dos votos (G1 Mundo, 2022). Sua coalização, que incluiu a também ultraconservadora agremiação A Liga, de Matteo Salvini, representou a maior guinada à direita da Itália desde a Segunda Guerra Mundial. Em sua campanha, inclusive, a candidata escancarou as raízes fascistas de seu partido ao recuperar o lema "Deus, pátria e família", que popularizou Mussolini. Não por acaso, a frase também foi sistematicamente explorada pelo ex-presidente Bolsonaro. Também em 2022, o atual premiê da Hungria, Viktor Orbán, político conhecido por ter estabelecido uma autocracia no país, foi reeleito pela 4ª vez.

A escalada da extrema direita na França é uma tendência aparente há alguns anos. As eleições municipais de 2014 superaram mesmo as previsões mais pessimistas. Naquela ocasião, socialistas sofreram derrota histórica e viram ao menos oito prefeituras passarem para as mãos de partidos de direita, entre os quais, o nacionalista e antissistema Frente Nacional (hoje chamado de Reunião Nacional), presidido por Marine Le Pen (El País, 2014). Nas Eleições para o Parlamento Europeu daquele ano, dos 74 deputados franceses eleitos, 24 eram da Frente comandada por Le Pen.

Também no Reino Unido a direita radical xenófoba encontrou ecos, com a aprovação do *Brexit* (abreviação para "*British Exit*" - saída britânica, na tradução literal para o português - em referência à decisão britânica de deixar a União Europeia). O extremismo avançou até mesmo no país que deu ao mundo o nacional-populismo⁴ por intermédio do nazismo, quando, em 2017, a sigla Alternativa para a Alemanha (AfD) ficou em terceiro lugar na votação para o *Bundestag* (o parlamento alemão), o que deu ao partido o direito de ocupar 94 (13,3%) das 709 cadeiras do Parlamento.

Como se sabe, em comum, lideranças como Orbán, Meloni e Le Pen compartilham da aversão aos imigrantes – bandeira que unifica grande parte da extrema direita contemporânea não só no continente europeu, uma vez que o

⁴ Segundo Roger Eatwell e Matthew Goodwin (2018, p.3), o nacional-populismo é uma ideologia que prioriza a cultura e os interesses nacionais de um país e, igualmente, promete dar voz às pessoas que não se sentem representadas na política atual.

xenofobismo também pavimentou a vitória do candidato republicano Donald Trump nas eleições presidenciais norte-americanas de 2016.

No Oriente Médio, um Parlamento de maioria ultraconservadora e retórica xenofóbica com relação aos árabes (principalmente de origem palestina) conduziu de volta ao poder Benjamin Netanyahu, que, eleito primeiro-ministro de Israel em dezembro de 2022, iniciou o governo mais à direita da história do país. Em abril de 2023, milhares de israelenses foram às ruas protestar contra a proposta do premiê de reformar do Judiciário – medida apontada como um meio de levar o País a um modelo autoritário. (G1, 2023). Em 07 de outubro daquele ano, um novo capítulo do secular conflito entre Israel e Palestina teve início quando o grupo palestino extremista Hamas promoveu uma série ataques inesperados em território israelense, assassinando ao menos 1.404 pessoas e sequestrando outras centenas. A contraofensiva por parte de Israel, por sua vez, deixou, até fevereiro de 2024, mais de 30 mil mortos que ocupavam a chamada Faixa de Gaza. (G1 Mundo, 2024).

Paradoxalmente, a temática racista é uma característica que diferencia a atual extrema direita europeia dos movimentos fascistas dos anos 1930. Lowy (2015) pontua que, no passado, tais movimentos não eram abertamente xenófobos (com exceção da Alemanha), o que se aplica, ao menos até antes de 1938, aos movimentos liderados por Mussolini, na Itália, Franco, na Espanha e Salazar, em Portugal. Outra diferença é de caráter econômico: a burguesia, na atualidade, é favorável à globalização capitalista neoliberal e hostil ao nacionalismo econômico - um “conteúdo básico de qualquer projeto fascista”.

Muitos dos partidos da nova extrema direita mundial são inclinados a medidas autoritárias, como o aumento da repressão policial e reintrodução da pena de morte para combater a “insegurança” (usualmente associada a imigrantes). No entanto, narrativas como neoliberalismo, democracia parlamentar, antissemitismo, homofobia, misoginia, são retóricas que se diferenciam, a depender do contexto sociocultural. (Lowy, 2015, p. 653-654). No contexto europeu, o autor ensaia uma tipologia a partir de pelo menos três tipos diferentes, conforme ilustramos no Quadro 1.

Quadro 1 - Panorama dos partidos de extrema direita na Europa:

Tipologia	Exemplos	Características
I - Partidos de caráter diretamente fascista e/ou neonazista	Aurora Dourada (Grécia); Jobbik (Hungria); Setor Direito (Ucrânia); Partido Nacional Democrata (Alemanha). Aqui	Seus fundadores se consideram herdeiros dos movimentos fascistas dos anos 1930. Diretamente conectadas

	também se incluiria a recente criação francesa "nacional-socialista" e a antissemítica Reconciliação Nacional.	a esses partidos, gangues racistas atacam grupos como judeus e ciganos. No Leste Europeu, tais grupamentos são raivosamente anticomunistas.
II. Partidos semifascistas (possuem raízes e fortes componentes fascistas, mas não podem ser identificados com o padrão fascista clássico)	Frente Nacional (França); FPÖ (Áustria); Vlaams Belang (Bélgica).	Seus primeiros fundadores tinham ligações estreitas com o fascismo histórico, mas suas lideranças atuais tentam "modernizá-los", substituindo, por exemplo, antisemitismo por islamofobia.
III. Partidos de extrema direita que não possuem origens fascistas	Lega Nord (Itália); União Democrática do Centro (Suíça), Ukip (Partido de Independência do Reino Unido), Partido da Liberdade (Holanda); Partido Progressista (Noruega); Partido dos Verdadeiros Finlandeses e Democratas Suecos.	Em sua maioria, são partidos que compartilham da retórica anti-imigrante e da islamofobia.

Fonte: Adaptado de Lowy (2015).

Como se pode observar, no contexto europeu, muitas das agremiações políticas possuem similaridades, mas é preciso levar em consideração que essas não são estruturas estáticas, ao contrário, estão em constante movimento. Lowy (2015) escrutina que, na Europa Oriental, as antigas "Democracias Populares", como o húngaro *Jobbik*, o Partido da Grande Romênia e o *Atak*, da Bulgária, têm algumas características comuns que são, em certa medida, distintas dos seus equivalentes no Ocidente, como o fato de o "bode expiatório" ser menos o imigrante estrangeiro do que as minorias nacionais tradicionais (judeus e ciganos) e compartilharem fortemente da retórica anticomunista – uma possível explicação para este fator pode residir na desastrosa "transição" para o capitalismo quando do colapso da União Soviética. (Lowy, 2015, p. 656).

Diferentemente da Europa, onde movimentos de extrema direita vêm ganhando terreno paulatinamente há mais de duas décadas, na América Latina a extrema direita não conseguiu ser eleitoralmente competitiva nas primeiras décadas após a redemocratização (a partir dos anos 1980). Historicamente marcada pelo pensamento e atuação da esquerda, a América Latina alimentou visões, desejos, utopias, lutas e debates em praticamente todo o mundo, por suas experiências e contribuições teóricas às ideologias posicionadas à esquerda do espectro político. Nos últimos anos, grande parte da América do Sul foi governada por uma esquerda mais moderna, com vitórias surpreendentes, tais como as de Gabriel Boric, no Chile, do

guerrilheiro Gustavo Petro, na Colômbia e de Pedro Castillo, um professor e sindicalista no Peru. Com a volta de Luiz Inácio Lula da Silva, que derrotou a extrema direita de Jair Bolsonaro no Brasil, sobraram apenas Uruguai, Paraguai e Equador governados pela direita – três países pequenos, aliás, enquanto os grandes elegeram governos de esquerda (MILZ, 2023). Esse cenário, entretanto, está mudando rapidamente. Enquanto no Chile o governo do esquerdista Boric sofreu um duro golpe em eleição para Constituinte, na Argentina, as eleições presidenciais de outubro de 2023 conduziram ao poder o economista de extrema direita Javier Milei, da coligação A Liberdade Avança.

Algumas questões de fundo podem auxiliar na compreensão do avanço da agenda da extrema direita globalmente. Eatwell e Goodwin (2020, p.22), trazem à baila o conceito de “nacional-populismo”. Antes de avançar nesse debate, se faz necessário esmiuçar os termos que formam o vocábulo. De modo geral, o nacionalismo está ligado à ideia de nação e à noção de identidade (Santos, 2018, p. 274). Já o conceito de “populismo”, mais complexo e, muitas vezes, controverso, tem sido usado nos círculos acadêmicos como chave explicativa para englobar movimentos, partidos e lideranças sob uma mesma categoria, ainda que distintos. O presente estudo adota as interpretações alinhadas às premissas da teoria clássica do populismo, sem fugir à crítica de seu uso indiscriminado.

De maneira geral, o emprego do conceito de populismo remete à necessidade de expressar alguma “disfunção” na prática da democracia (Cassimiro, 2021, p. 2).

Ferreira (2001, p. 64) estipula que, nos anos 1950 e 1960, a teoria da modernização teve um grande impacto sobre a construção do conceito de populismo. Influenciados por esse paradigma, os sociólogos argentinos Gino Germani e Torcuato di Tella, definiram o populismo como um período de transição entre a sociedade tradicional (rural e agrária) e a sociedade moderna (urbana e industrial) – um período em que as populações rurais, “politicamente inexperientes e acostumadas às relações clientelistas”, se deslocavam do campo para a cidade. (Batistella, 2012, p. 469-470).

Gomes (2001, p. 24-25) analisa que o populismo é um fenômeno vinculado à proletarianização dos trabalhadores rurais que ainda não tinham adquirido consciência de classe e não participam ativamente da política. Ademais, o termo está igualmente associado à perda de representatividade das classes dominantes, que, em crise, precisam conquistar apoio das classes trabalhadoras emergentes. Um terceiro elemento complementa as condições para o estabelecimento de um modelo político

populista: o surgimento de um líder, carregado de carisma, capaz de mobilizar as massas e empolgar o poder. Neste mesmo viés interpretativo, Debert (1979, p.1) completa que o líder populista não aparece como um verdadeiro político, mas, sobretudo, como um aproveitador da ignorância popular, e as massas, na sua irracionalidade, não constituem fundamento para qualquer tipo de política.

Destaca-se que, dentre as correntes que defendem as premissas clássicas do conceito de populismo, há outros dois grupos: os que defendem o abandono do termo – sobretudo pela sua imprecisão conceitual e conotação pejorativa – e os que defendem a sua utilização, porém, desconsiderando argumentos da concepção clássica do populismo, tais como: manipulação, passividade dos trabalhadores, ausência de consciência de classe.

Ernesto Laclau (2005, p. 150) é contrário à tese de que o populismo seja fruto de uma transição econômica das classes rurais para as urbanas, assim como rejeita a ideia de que o conceito de populismo assuma conotação pejorativa. Para o intelectual argentino, o populismo pode ser definido não como um tipo de movimento, com determinada orientação ideológica, mas como uma lógica política, que pode operar em diferentes bases sociais. No entanto, trata-se de um fenômeno que surge em momentos de crise de hegemonia, quando as interpelações populares-democráticas não atendidas são articuladas por alguma classe ou fração de classe contra o bloco de poder dominante. Genericamente, na América Latina, a definição de populismo, dos anos 1930 até os anos 1960, correspondia algo bem específico: governos de retórica anti-imperialista ou movimentos ao redor de figuras carismáticas e que angariavam amplo apoio popular, como Getúlio Vargas, no Brasil, e Juan Domingo Perón, na Argentina. No contexto europeu, Lowy (2015 p. 659) recomenda evitar o uso do termo populismo para caracterizar a extrema direita internacional, sob o argumento de que este transforma-se em um eufemismo que ajuda, deliberadamente ou não, a legitimá-la, tornando-a mais aceitável, enquanto se evitam termos como: racismo, fascismo, xenofobia. Afinal, quem não seria a favor do povo contra as elites?

Discutidos os conceitos de populismo e feitas suas ressalvas, retoma-se aqui a análise de Eatwell e Goodwin (2020) em torno da ascensão do “nacional-populismo” (vocábulo entendido neste trabalho como sinônimo de extrema direita). Os autores observam que o fenômeno gira em torno de quatro mudanças sociais principais e que causam crescente preocupação entre milhões de pessoas no Ocidente:

- a) a desconfiança, no contexto da democracia liberal, das elites políticas tradicionais e das instituições democráticas, que aos poucos alimentou a sensação de que muitos cidadãos não tinham mais voz no diálogo nacional;
- b) a crença de que políticos liberais estão “erodindo a nação” ao encorajar a imigração;
- c) a maneira como a economia globalizada aumentou a sensação de “privação seletiva” entre aqueles que sempre tiveram privilégios – sobretudo a classe média branca;
- d) os elos cada vez mais fracos entre os partidos dominantes tradicionais e seus eleitores, que tornam a política cada vez mais caótica e imprevisível.

Embora a eleição de Emmanuel Macron e as derrotas de Trump e Bolsonaro signifiquem importantes indicativos de que a “onda marrom”, como é chamada a escalada da extrema direita, esteja enfraquecendo no mundo, Eatwell e Goodwin (2020) apostam que, na verdade, esta é uma força que veio para ficar e que há evidências desse movimento:

O nacional-populismo não é um protesto-relâmpago. (...) A Ascensão do nacional-populismo é parte de um desafio mais amplo ao liberalismo. Os críticos argumentam que os liberais priorizaram os indivíduos à custa da comunidade, focaram demais em debates secos, transacionais e tecnocráticos e perderam de vista as lealdades nacionais. Por essas razões, o mainstream liberal continuará a ter dificuldade de conter esses movimentos. (...) um número crescente de nacional-populistas defende certos aspectos de políticas tradicionalmente de esquerda, incluindo a expansão do Estado e a promoção do bem-estar social para aqueles nascidos no país, excluindo os imigrantes. Isso está tornando ainda mais difícil para os sociais-democratas de centro-esquerda reconquistarem seus eleitores. (Eatwell; Goodwin, 2020, p. 28-29).

A movimentação fluida e amplitude da pauta do nacional-populismo em diferentes contextos sociopolíticos mundiais permite que se recuse a postura simplista de concluir que seus apoiadores se encaixam, em sua maioria, no estereótipo do “velho branco raivoso”. Tampouco pode-se inferir que a maioria de seus eleitores é formada por uma massa de desempregados e pessoas de baixa renda e iletradas. Embora varie de país para país, a extrema direita se amalgama de maneira ampla na sociedade, atraindo votos de trabalhadores, conservadores de classe média, mulheres, comunidade LGBTQIA+ e jovens. As últimas eleições brasileiras refletem

essa abordagem, embora haja diferenças substanciais entre a extrema direita mundial e a brasileira.

Assim sendo, embora simbolicamente derrotada pelo campo da esquerda nas eleições presidenciais de 2022, a extrema direita brasileira, representada institucionalmente pelo governo do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro (2019-2022), continua mobilizando parte importante do eleitorado, reacomodando sua agenda ao *mainstream* da política. No entanto, as eleições municipais brasileiras de 2024 (divulgadas após a defesa desta tese) rechaçaram a consolidação de uma possível nova direita, que apoia no radicalismo e performa uma postura centrista e moderada – acompanhando a tendência no Norte Global.

2.1.2 A vitória de Jair Bolsonaro e a “normalização” da extrema direita no *mainstream* da política brasileira

Neste estudo, concorda-se com a análise de Ribeiro (2020), que situa o bolsonarismo (movimento ideológico em torno de Jair Messias Bolsonaro e apoiadores) enquanto fenômeno político da extrema direita contemporânea, surgido no Brasil com a ascensão da popularidade do ex-presidente eleito em 2018. Mesmo com a derrota de Bolsonaro em 2022, a composição do Congresso Nacional nesse pleito, de maioria conservadora e situada à direita, é um indicativo de que, também nos trópicos, a onda marrom veio para ficar – e, argumenta-se nesta tese, não desabrochou com o bolsonarismo. Para entender a ascensão da nova extrema direita brasileira é preciso olhar para o passado, investigando a conjuntura sociopolítica e econômica que acompanha parte das insatisfações de natureza socioeconômica e política, e que pavimenta a extrema direita mundial.

De acordo com o filósofo Paulo Eduardo Arantes (2014) as manifestações de junho de 2013 foram responsáveis pela eclosão da “nova direita” no país. A insatisfação de milhares de brasileiros nas ruas, naqueles dias, viria a se tornar um dos fenômenos mais importantes do Brasil contemporâneo. Nascia então uma “direita não convencional e não contemplada pelos esquemas tradicionais da política”. O bolsonarismo amalgama muitos aspectos da extrema direita mundial. Consoante Pinheiro-Machado e Freixo (2019), o movimento se caracteriza por uma visão de mundo ultraconservadora, que prega o retorno aos valores tradicionais e assume uma

retórica nacionalista e patriótica. (Pinheiro-Machado; Freixo, 2019). De fato, as narrativas associadas às manifestações dos bolsonaristas, sobretudo nas redes sociais, coadunam com temáticas como: a defesa da família tradicional, patriotismo, conservadorismo, autoritarismo, negacionismo científico, defesa do porte de armas, rejeição aos direitos humanos (principalmente das minorias), defesa de valores antidemocráticos e o culto à figura de um líder (Bolsonaro), frequentemente chamado de “mito”. Todavia, o contexto histórico o qual a direita radical se afirmou no Brasil enseja que suas particularidades sejam destacadas com relação à *Radical Right* internacional.

A primeira delas consta do fato que, enquanto na Europa existe, em muitas regiões, uma tradição antissemita e uma continuidade política e ideológica entre movimentos neofascistas e o fascismo dos anos 1930, o mesmo não ocorre no Brasil. Isto é, a versão brasileira do fascismo (o integralismo), chegou a ter bastante peso nos anos 1930, mas a extrema direita brasileira atual tem pouca relação com essa matriz antiga. Ainda que grupos neofascistas desafiem cada vez mais a democracia no país, não é nada comparável ao Aurora Dourada grego, por exemplo. Outra diferença a se considerar é que no Brasil não existem partidos que defendem abertamente o racismo, não obstante o país não seja nenhuma democracia racial. Contudo, Michel Lowy (2015) destaca algumas equivalências, como:

- a) o tema da luta contra a corrupção das elites políticas tradicionais;
- b) a ideologia repressiva e o culto da violência policial, defendida pela chamada “Bancada da Bala”, fortemente representada no Congresso Nacional;
- c) a intolerância com as minorias sexuais, em particular a população LGBTQIA+ - um tema galvanizado por evangélicos neopentecostais.

Por outro lado, o autor enuncia um fator que não tem um equivalente direto na Europa, e que parece ser o elemento mais preocupante da extrema direita no Brasil: o apelo aos militares. “O chamado a uma intervenção militar, o saudosismo da ditadura militar, é sem dúvida o aspecto mais perigoso da recente agitação de rua conservadora no Brasil”. (Lowy, 2015, p. 662-663). Os atos golpistas de 8 de janeiro de 2023 viriam a confirmar essa análise. Sobre a demanda de parte da população pelo retorno da ditadura militar no país, Chauí (2016) analisa que, ao contrário da pretensa imagem de uma cultura nacional formada pela cordialidade, a sociedade brasileira é autoritária e violenta, com estruturas enraizadas de hierarquização e de

sedução pela autoridade. Schwarcz (2019, p. 23) destaca que, sobretudo em momentos de crise política, se evoca no país o sonho da “concordia” do Regime Militar, como se o período carregasse consigo soluções mágicas para os problemas estruturais do Brasil.

A violência e o autoritarismo, na verdade, estão intrínsecos à própria formação histórica do Brasil, que, no passado, dizimou populações inteiras de indígenas e impôs séculos de vigência do violento sistema escravocrata, que pressupunha o poder de um ser humano sobre outro, criando hierarquias entre brancos e negros escravizados. Sobre o bolsonarismo, Schwarcz (2019) analisa que este é um movimento que, na verdade, tem raízes no nosso passado escravocrata, que, por sua vez, se alicerçou no espectro do colonialismo e nas estruturas do “mandonismo” e do patriarcalismo. “Talvez estejamos vivendo mais um novo capítulo dessa nossa história autoritária, com uma convincente guinada conservadora e reacionária que surgiu das urnas no pleito de 2018”. (Schwarcz, 2019, p. 225).

Na crítica de Souza (2019), a eleição de Jair Bolsonaro em 2018 foi um protesto da população brasileira, financiado e produzido pela “elite colonizada e sua imprensa venal”. Um protesto contra o progresso material e moral da sociedade brasileira desde 1988 e que foi aprofundado a partir de 2002.” (Souza, 2019). Na concepção do sociólogo, o “protesto” baseou-se na retórica da suposta luta contra a corrupção. Ou seja, a corrupção política, como tem defendido Souza em todas as oportunidades, é a única legitimação da elite brasileira para manipular a sociedade e tornar o Estado seu banco particular – uma narrativa, conforme destacamos anteriormente, capitalizada com êxito pela extrema direita internacional.

Bolsonaro é um representante típico da baixa classe média raivosa, cuja face militarizada é a milícia, que teme a proletarização e, portanto, constrói distinções morais contra os pobres tornados “delinquentes” (supostos bandidos, prostitutas, homossexuais etc.) e seus representantes, os “comunistas”, para legitimar seu ódio e fabricar uma distância segura em relação a eles. (Souza, 2019, grifos do autor).

A retórica anticorrupção, por sua vez, sempre foi utilizada demagogicamente pelas elites políticas, inclusive para justificar o Golpe Militar de 1964, conforme analisa Motta (2016), em sua investigação em torno das charges na grande imprensa da época. O pesquisador destaca a ênfase de jornais como Estado de São Paulo e O

Globo - entusiastas da “Revolução” nos anos iniciais do regime autoritário - nos expurgos empreendidos pelo novo regime, que tinham como alvo a cassação de figuras estelares do universo político brasileiro, como o ex-presidente Juscelino Kubitschek, entre tantos outros, sob o argumento do combate à corrupção.

Notadamente, a narrativa da “limpeza moral e ética” como estratégia política costumava seduzir sobremaneira a classe média real brasileira. No entanto, o discurso, entrelaçado a outras temáticas nativas desta nova extrema direita, cativou também as classes baixas que, supõe-se, não têm muita oportunidade de se politizarem e superarem o estado de passividade frente às relações clientelistas. A questão interessante passa a ser como e por que setores de quase todas as classes sociais passaram a seguir Bolsonaro e permitiram sua eleição. Novamente, evita-se aqui enquadrar o eleitor bolsonarista no estereótipo do “velho branco raivoso”, em busca de uma leitura que reflita a complexidade em torno da emergência do bolsonarismo.

Poucos meses antes do resultado das eleições presidenciais de 2018, uma pesquisa na qual foram ouvidas mais de 1.000 pessoas, entre o início de 2016 e o fim de 2018, coordenada por Kalil (2018), apontou uma multiplicidade de perfis e segmentos da sociedade. Por meio de uma abordagem classificada por ela como “caleidoscópica”, a pesquisadora observou ainda a forma como estes perfis se tornaram presentes nas mobilizações observadas em campo (nas ruas e nas redes), em favor de Jair Bolsonaro. Os perfis foram agrupados de acordo com marcadores de classe social, raça/etnia, identidade de gênero, religião, formas de engajamento e crenças. A perspectiva defendida por Kalil (2018) é a de que a corrupção e o “cidadão de bem” foram figurações centrais.

O “cidadão de bem” passou a designar aquele que, além de ter uma conduta individual “correta” e saber se comportar nas manifestações, se distingue dos “bandidos” (corruptos) ou de quem apoia bandidos. Assim, o “cidadão de bem” refere-se a um conjunto de condutas dos indivíduos na vida privada, a um conjunto de formas específicas de reivindicação política na vida pública e a um conjunto particular de temas e agendas que passaram a ser consideradas como legítimos (Kalil, 2018, p. 9, grifos da autora).

As variações do conceito de “cidadão de bem” persistiram no tempo e encontraram, especialmente no ano de 2016, um refinamento de sentido na combinação com o discurso anticorrupção. A categoria antes utilizada para denotar

um modo de conduta adequado, seja na vida privada seja na vida “cívica”, passou, assim a ser usada para diferenciar formas de protesto (“violentos” ou “pacíficos”) e em seguida, para evocar pautas de reivindicação contra (as pessoas de bem) ou a favor da corrupção (os bandidos). Trata-se de uma noção específica de pessoa e um sentimento de pertencimento a uma forma correta de estar no mundo, explica a antropóloga.

Portanto, a figura do “cidadão de bem” é ao mesmo tempo central e caleidoscópica, pois se adequa com facilidade a contextos e dinâmicas heterogêneas. Ou seja, se desdobra em outros perfis de apoiadores e eleitores de Jair Bolsonaro que Kalil (2018) tipifica. A perspectiva foi a de construir modelos para pensar os eleitores de modo a compreender melhor, identificar e hierarquizar diferentes dimensões mobilizadas na escolha do voto, muitas delas, engajadas pelo medo - que, como se sabe, foi o terreno no qual proliferou a desinformação.

A partir da mobilização destes medos, a chave de leitura de Kalil (2018) se deu a partir de dois elementos estruturantes que, embora com variações, se organizam em torno da combinação dos termos “comunismo” e “ideologia de gênero” – uma construção absolutamente rejeitada pela comunidade acadêmica.

No caso do comunismo, na prática, tem sido alvo de acusações tanto posições de esquerda, centro e de centro direita para expressar um temor sentido frente a uma ideia de “esquerda”, associada à pobreza, ao autoritarismo, à corrupção, ao “bolivarianismo”, ao petismo etc. Da mesma forma, a “ideologia de gênero” tem sido mobilizada para expressar um amplo espectro de acusações que vão desde pedofilia, transfobia, até críticas ao ensino de sexualidade nas escolas. (Kalil, 2018, p. 12, grifos da autora).

Às vésperas das eleições de 2018, Kalil tipificou os votantes em Bolsonaro a partir dos seguintes perfis:

- a) As pessoas de bem: instituições fortalecidas para o fim da impunidade: localizam na corrupção e na impunidade os maiores problemas do Brasil. Este perfil comporta um amplo espectro de posições, sendo a mais conhecida as que clamam pela volta da ditadura militar ou uma intervenção militar temporária e constitucional;
- b) Masculinidade viril: armas para os civis fazerem justiça com as próprias mãos: defendem que a justiça deveria ser exercida pelo próprio cidadão. Este perfil enxerga a violência urbana como o maior problema social e se vê como um

sujeito constantemente ameaçado. Vislumbram no porte de armas uma solução, pois acreditam que os cidadãos devem ter condições de se defender e de praticar justiça, quando necessário;

- c) *Nerds, gamers, hackers e haters*: a construção de um mito: com alta popularidade entre jovens, este grupo é composto majoritariamente por homens entre 16 e 34 anos. O perfil destes conservadores concentra-se em fóruns restritos, jogos on-line e caixas de comentários de sites de cultura *pop* em que é possível verificar falas tradicionalistas e intolerantes sobre personagens específicos do mundo dos *games*, quadrinhos e filmes. Além do mundo do entretenimento e jogos, a figura dos *haters* e *trolls* se faz presente nos comentários de portais de notícias e outras ações cibernéticas como ataques a determinadas páginas ou perfis. Agindo geralmente de forma organizada, costumam fazer campanhas de assédio on-line contra perfis progressistas, feministas, lésbicas e gays. Um dos casos mais famosos, que reuniu homens do mundo inteiro, o #GamerGate⁵, foi uma tentativa de barrar a participação de mulheres nos games e plataformas on-line de jogos. A campanha se estendeu por outros segmentos do ramo, como quadrinhos, conhecido como #ComicsGate e a campanha de boicote a filmes cuja abordagem são as questões de gênero e o racismo;
- d) Militares e ex-militares: guerra às drogas como solução para a segurança pública: homens e mulheres que têm ou tiveram carreira dentro de corporações policiais e Forças Armadas (policiais, delegados, cabos, generais, majores e bombeiros). Lançam mão de seus cargos e conhecimento para propagar as ideias relacionadas à segurança pública e, também, participar da vida política. No tema da criminalidade, este perfil critica a ascensão de facções criminosas como Primeiro Comando da Capital (PCC) e Comando Vermelho (CV), vinculam esse fenômeno à despreocupação dos governos de esquerda com o tema da segurança pública, em especial, o problema do tráfico de drogas;

⁵ GamerGate foi uma campanha online misógina de assédio e uma reação de simpatizantes da direita política contra o feminismo, a diversidade na cultura dos videogames. Foi conduzido primeiro por meio da hashtag "#Gamergate", em 2014. Teve como alvo mulheres da indústria de videogames, principalmente a crítica de mídia feminista Anita Sarkeesian e as desenvolvedoras de videogames Zoë Quinn e Brianna Wu, entre outras. A campanha de assédio incluiu ameaças de estupro, doxing (publicar informações privadas sobre alguém na internet sem sua permissão, especialmente de forma a revelar informações pessoais) e também de morte (Mortensen; Sihvonen, 2022).

- e) Femininas e “bolsogatas”: mulheres “empoderadas” para além do “mimimi”: perfil composto pela nova geração de “mulheres da direita”, mais presentes na classe média e média alta e elites. Elas são jovens, faixa etária dos 20 a 30 anos, sem filhos ou com filhos pequenos, com diploma em áreas diversas, atuam no mercado em diferentes profissões. São mulheres independentes financeiramente que construíram sua imagem e discurso sob a perspectiva do crescimento individual. Ou como afirmam, sem precisar do “mimimi”, conhecido por elas como o “discurso de vitimização” da mulher. Usam o termo “femininas” para se contrapor às “feministas”. Seu lema é “sou feminina, mas não sou feminista”;
- f) Mães de direita: por uma escola sem “ideologia de gênero”: formam um perfil de mulheres entre 30 e 50 anos, com filhos em idade escolar entre o ensino fundamental e o ensino universitário. De classe média baixa, com filhos tanto na escola pública quanto particular, mas predominantemente pública. Podem ser casadas, divorciadas ou chefes de família monoparental. Para este perfil, a educação (especialmente pública) é o grande campo de batalha político e ideológico. Elas afirmam não serem preconceituosas com a comunidade LGBTQIA+. Para este grupo, a questão não está na orientação sexual em si das pessoas, mas na forma como expressam sua sexualidade em público. De acordo com esta perspectiva, gays, lésbicas, bi e transexuais deveriam “viver entre os seus”;
- g) Homossexuais conservadores: “homem é homem”, não importa se gay ou hétero: se reconhecem como “gays de direita” porque são “direitos” (e não apenas “gays da direita”). A maioria deste perfil é formada por homens, poucas mulheres lésbicas são vistas em meio ao grupo. Este perfil se combina com a “pessoa de bem” na crença de que apenas as pessoas LGBTQIA+ que sofrem violência são aquelas que “dão pinta” ou “não se dão o respeito”. São gays contra o movimento LGBTQIA+, com forte presença dos “pais de família” desiludidos com a maneira com que o movimento LGBTQIA+ tradicional tem pautado as demandas do grupo. A base comum para este perfil é o discurso “anticorrupção” e a defesa do extermínio de “bandidos” com penas mais rígidas. Questões relacionadas aos direitos LGBTQIA+ ficariam em segundo plano dada a urgência de pautas relacionadas aos “interesses da nação”. Este perfil tende a naturalizar o discurso “anti gay afeminado”, ou seja, uma pessoa

- homossexual deveria manter a “compostura” perante as pessoas mais velhas e crianças, para não oferecer exemplos de “vulgaridade em público”;
- h) Etnias de direita: minorias perseguidas por se posicionarem a favor de Bolsonaro: composto por homens e mulheres, negros, indígenas, orientais, imigrantes, este perfil (pouco numeroso e muito diverso) começou a se tornar visível após as denúncias de que a direita e a extrema direita não comportavam entre seus militantes e representantes políticos, pessoas negras, indígenas, quilombolas e orientais. A atuação deste perfil é orientada pela ideia de que os governos de esquerda teriam fragmentado uma “unidade nacional” e que Bolsonaro teria como proposta um “governo unificador” baseada na ideia de que “o Brasil é um só”, como expressava o jargão propagado pelo próprio candidato. Alguns são contra as cotas, muitos são contra o “vitimismo”;
 - i) Estudantes pela liberdade: Esses estudantes não se veem contemplados pelo ambiente escolar ou acadêmico e se sentem privados da participação em grêmios e centros acadêmicos em razão de posicionamentos políticos. Dentre os alunos de ensino médio privado há aqueles contrários às políticas cota que privilegiem certas camadas sociais em detrimento de outras. Para estes, o mérito é o que deve imperar. Especificamente em relação aos cursos de humanidades, fazem fortes críticas à uma “educação doutrinadora”, que não respeita os valores que os alunos trazem de casa, ou, até mesmo, de sua formação política independente. Vislumbram a “doutrina marxista” como uma grande ameaça à educação imparcial liberal, fazem coro a discursos sobre o “marxismo cultural” e da escola enquanto uma forma de reprodução da ideologia comunista;
 - j) Periféricos de direita: os "pobres" que desejam o "Estado mínimo": são profissionais de carteira assinada, autônomos, pequenos empreendedores, desempregados e outros trabalhadores. Um discurso presente entre pessoas deste perfil é o de que o início da participação em manifestações políticas no espaço público é recente, em geral, após o ano de 2016 no contexto do impeachment. O grupo caracteriza-se pela revolta e pela denúncia da violência e da impunidade que são por eles vividas em regiões periféricas da cidade e/ou questões específicas como violência contra mulheres e crianças, estupro, problemas econômicos, desemprego, corrupção e ainda sobre a má qualidade dos serviços públicos. Segundo esta perspectiva, as posturas e propostas “de

esquerda” não dão conta de resolver ou não davam a atenção necessária para estas questões, com ênfase especial à questão da segurança pública. Ou seja, ainda que se identifiquem, em alguns casos, como “pobres”, buscam manter uma distinção em relação aos mais pobres, caso dos beneficiários do Bolsa Família que, para eles, teriam pouca perspectiva crítica em relação à situação do país. Sobre a redução do papel do Estado - já que são pessoas que dependem dos serviços públicos -, na percepção de parte dos entrevistados, a defesa do Estado mínimo significa que o Estado deveria intervir o mínimo possível em questões consideradas como o campo da religião ou da vida íntima (leia-se moral) e não necessariamente implicariam em uma redução de serviços públicos, como a educação e a saúde. Compreender esse elemento nos ajuda a lidar com discursos aparentemente contraditórios em que pessoas que dependem diretamente do sistema público defendem o Estado mínimo;

- k) Meritocratas: o antipetismo dos liberais que “venceram pelo próprio mérito” este perfil é caracterizado por pessoas de classe média alta e elites, com alto nível de escolarização. São empresários, advogados, médicos, intelectuais, professores, e outras profissões que se apoiam em alguma forma de autoridade. Como o nível educacional é uma forma de distinção, enfatizam como “venceram pelo próprio mérito”. Este perfil assume um dos discursos mais convictos principalmente contra a corrupção, tendo como expressão um acentuado antipetismo. Possuem uma visão mais racional e esclarecida a respeito de um projeto de Estado neoliberal ou Estado mínimo. Defendem redução ou corte de programas sociais, tendem a ver estes programas ou como privilégios ou como formas de tornar as pessoas pouco produtivas. São contra cotas e direitos dos territórios indígenas e se expressam com a máxima “é preciso ensinar a pescar e não dar o peixe”. Para a maioria dos meritocratas, as discussões relacionadas à gênero, sexualidade e identidades são secundárias;
- l) Influenciadores digitais: liberais e conservadores “salvando o Brasil de se tornar uma Venezuela” estão próximos do perfil meritocrata, mas são aqueles que produzem conteúdo para as redes sociais, como Youtube, Instagram e Facebook. Podem se lançar como candidatos na política após alcançar um público relativamente numeroso. Para parte destas pessoas, é preciso “arrumar a casa” e cuidar da corrupção para que depois possam ser implementados os

- projetos com que realmente concordam. Possuem uma forte repulsa ao “comunismo”, “às ideologias de esquerda” e aos movimentos sociais ou quaisquer grupos que possuam preocupações com as minorias sociais;
- m) Líderes religiosos: a defesa da família contra o “kit gay” e outros pecados: o líder religioso é um perfil que tem grande importância pelo papel que exerce como influenciador e como propagador de campanha e interesses, por esta razão, pode se sobrepor ao perfil do influenciador. Este perfil agrega figuras como padres, pastores, missionários, cantores evangélicos e indivíduos que têm importância e voz no meio religioso (especialmente cristão) considerado um propagador exatamente por sua posição de influência e por seu discurso gerar repercussão. São formadores de opinião e podem ser detentores de grandes canais de comunicação como TV, cinema, rádios e outras plataformas de entretenimento religioso ou não religioso. Este perfil também diz respeito aos líderes religiosos de menor alcance em pequenas cidades, periferias, e pequenas comunidades. Repudiam a “ideologia de gênero”, que é vista como pecado e degeneração dentro das instituições religiosas. São extremamente críticos ao feminismo, especialmente, na questão do aborto. Nesse contexto, seu discurso deixa claro que pautas defendidas pelo movimento feminista, movimento LGBTQ e projetos de discussão de gênero e sexualidade nas escolas estão promovendo a “destruição da família tradicional”;
- n) Fiéis religiosos: perfil que se expressa pela pluralidade religiosa - são evangélicos, católicos, espíritas, entre outras crenças. Muitas vezes são indivíduos que colocam a religião e suas crenças como balizas de suas opiniões políticas. Como não há uma faixa etária, classe e nem mesmo um gênero que prevaleça neste grupo, este perfil se sobrepõe aos demais. Possuem a percepção de que a “família tradicional” vem sendo ameaçada nos últimos tempos e que o PT corroborou para que isso acontecesse, sobretudo com aquilo que propunham para a educação das crianças, levando “ideologia de gênero” e o “kit gay” para dentro das escolas. Acreditam que nos últimos tempos houve, no Brasil, uma inversão de valores onde há defesa do criminoso e não da vítima, o aumento do incentivo ao consumo de drogas, ao aborto e a promiscuidade por parte de jovens esquerdistas e feministas;
- o) Monarquistas: o retorno a um passado glorioso. Desejam conformar um ideal de “passado glorioso”, que é evocado seja pelos tempos imperiais, seja pelo

tempo dos militares. Em ambos os casos, se busca reforçar a “manutenção da ordem”. Assim, como a glorificação dos tempos da ditadura militar, a figura dos monarquistas ajuda a construir imagens de um passado utópico em relação a um futuro caótico e distópico (relativo à distopia, ou a um país ou uma sociedade em que tudo está organizado de uma forma opressiva, assustadora ou totalitária). Possuem um profundo desprezo pelas correntes de ideias à esquerda e pela Teologia da Libertação, que para o grupo, agiria na ilegalidade “amordaçando a nação e excluindo fatos do passado histórico monárquico”. De acordo com o grupo, o regime monárquico seria uma saída para acabar com “tudo que está aí”;

- p) Isentos: “política não se discute”. O perfil composto pelos indivíduos que não expõem suas opiniões publicamente, exceto em círculos de amigos restritos e reuniões familiares. Pensam que algo precisa ser mudado e isso se materializaria com a saída do PT do governo. Este perfil repudia a violência e é formado também por aqueles que têm vergonha de admitir que votariam em Bolsonaro ou por aqueles que tendem a acompanhar o voto de seus familiares. Em seu discurso, também está presente uma forte repulsa à corrupção, o que na verdade alimenta seu antipetismo, argumentam que a corrupção passou dos limites e que ela é uma das maiores responsáveis pela crise econômica do país.

Como se lê nos perfis identificados por Kalil (2018), assim como no período ditatorial, os sentimentos anticorrupção e anticomunismo, reciclados sob o antipetismo e aversão à esquerda, podem ser analisados pelo viés sociológico e pelo papel da imprensa na manipulação da opinião pública, como bem ressaltou Lacombe (2022). A colunista do portal UOL comparou o destaque dado pela grande mídia aos casos de corrupção investigados durante as gestões do PT em relação a incidentes “muito mais graves” ocorridos em outros governos. Por exemplo, *mensalão* e *petrolão* são escândalos revelados durante administrações petistas e a imprensa deu a eles seus devidos tamanhos, diferentemente dos nomes dados a outros esquemas, como o “orçamento secreto”, que veio à tona durante a gestão Bolsonaro (LACOMBE, 2022).

O incessante destaque que os escândalos de corrupção do PT tiveram na imprensa nos últimos anos reforçou significativamente o sentimento antipetista.

2.1.3 O Governo Bolsonaro como representante da nova extrema direita brasileira

Pieper (2022) enumera ao menos três chaves de leitura que podem auxiliar na compreensão em torno de qual espectro político e ideológico se enquadrou o ex-presidente Jair Bolsonaro: a) o elogio ao militarismo e à ditadura militar no recente passado brasileiro; b) o ataque aos direitos das mulheres e da comunidade LGBTQIA+ e o desprezo pelas minorias étnicas, como indígenas e negros. O autor distinguiu o então presidente Jair Bolsonaro e seu governo. Pelo fato de haver uma série de restrições institucionais que limitavam a capacidade de ação de Bolsonaro, o professor classificou seu governo como de *direita radical* e não de *extrema direita*, dentro da família ideológica da direita radical populista. Antes de lançar seu argumento sobre as diferenças entre a persona Bolsonaro e seu governo instituído, recupera-se aqui a conceituação de *direita radical* e de *extremismo*, sob o método científico.

Um conceito clássico de democracia dá conta desta como um sistema político o qual o poder é exercido pelo povo, a partir da eleição de seus representantes. Mudde (2021) aponta, conquanto citou-se aqui anteriormente, extremismo como a antítese da democracia, pela rejeição à soberania popular. Em contraponto, Mudde define o radicalismo como estando em oposição à democracia liberal (ou constitucional), sem, no entanto, eliminar suas instituições clássicas e sistema de pesos e contrapesos, tais como a imprensa e o sistema Judiciário. É importante notar que, nesta definição, o radicalismo aceita a democracia procedimental, ao passo que o extremismo não. (Mudde, 2010, p.3, grifos da autora).

A direita radical se coloca em discurso como antissistema, mas não abre mão de adequações que permitam sua participação em disputas eleitorais, e, necessariamente, não faz apologia ao extremismo e ao fascismo histórico, apesar de apresentar agendas políticas antidemocráticas em torno de questões políticas e culturais. Assim, sendo, quando a extrema direita está no poder, tende a minar a democracia liberal em doses homeopáticas, como aconteceu na Hungria sob o governo de Orbán. Retomando a linha argumentativa de Magalhães (2022), pode-se descrever Bolsonaro, individualmente, como um líder de extrema direita, já que, com frequência, fez apologia ao período mais violento da ditadura militar brasileira e não aceitou as “regras do jogo da democracia”, justifica o docente (Magalhães, 2022 apud Pieper 2022). Já os apoiadores bolsonaristas, não, haja vista ser a composição deste

movimento bastante heterogênea, com a presença de grupos extremistas violentos, mas também, defensores de uma direita liberal de mercado, conservadores religiosos, militares, nacionalistas - conforme evidenciou-se anteriormente nesta tese. Portanto, nessa perspectiva, o movimento de apoiadores, o governo e o ex-presidente Bolsonaro devem ser analisados separadamente.

Todavia, de acordo com o estudo de Pieper (2022), outros analistas têm perspectivas diferentes, a exemplo do professor de estudos brasileiros da Universidade de Copenhague, Georg Wink. Segundo o docente, Bolsonaro, como nenhum outro, combina características do repertório dos extremistas. Ao compará-lo com outros políticos proeminentes de direita, eles não mostram o mesmo radicalismo em todas as suas atitudes, não são necessariamente sempre misóginos ou homofóbicos, por exemplo. Bolsonaro, porém, tem tudo isso, é a “caricatura” da extrema direita. Na mesma linha, Finchelstein (2020) vê o ex-capitão reformado como um político populista de extrema direita que mistura o comportamento de um populista e de um fascista. Finchelstein (2020) reconhece que o populismo ocorre em democracias formais e que Bolsonaro foi eleito em uma democracia, mas, por outro lado, ele é um líder que às vezes parece querer destruir a democracia por dentro e estabelecer uma ditadura fascista.

Finchelstein (2020) explica por que os fascistas consideravam mentiras simples e muitas vezes odiosas como verdade, e por que muitos de seus seguidores acreditavam em suas falsidades. De Hitler e Mussolini, os líderes totalitários capitalizaram a mentira como base de seu poder e de sua soberania popular. Bolsonaro resgata essa retórica, lançando mão de discursos demagógicos e da pulverização de estratégias de desinformação nas redes sociais como ferramenta eleitoral. Agora que as notícias reais são apresentadas a partir de mensagens fraudulentas que se tornaram políticas de governo – sobretudo durante a crise da pandemia de Covid-19), a história das mentiras fascistas nos incita a lembrar que o governo Bolsonaro teve uma longa linhagem política e intelectual dos extremistas que não podemos ignorar - as mais conhecidas são as que se seguem.

2.1.4 O “Flerte” do Governo Bolsonaro com grupos Neonazistas

Vários fatos públicos protagonizados por Bolsonaro e seus pares no Governo Federal, além de análises de especialistas levantados aqui, convergem no sentido de

demarcar que a suástica nazista compôs a base do ex-presidente e do bolsonarismo, haja vista a indiscutível existência de narrativas carregadas de violência, racismo, misoginia, lgbtqfobia e antissemitismo. Em suma, uma base neonazista. Considerada uma das maiores especialistas em movimentos neonazistas brasileiros, em sua tese de doutorado, Adriana Dias (2018) definiu neonazismo como uma “miríade de movimentos extremamente heterogênea”, articulada de modo a formatar a noção de “nós” como o “povo branco”, superior, que se contraporía ao “outro”, visto como inimigo:

(...) cada grupo articula um modo característico de ler elementos históricos, sociais, míticos, biológicos, religiosos ou de qualquer outra ordem, dentro de um grau específico de nazificação e sob uma ótica radicalmente racializada, de modo a formatar uma noção de “nós” como o “povo branco”, superior, que se contraporía ao “outro” por ele construído como “inimigo” e profundamente odiado, elaborando que sua “sobrevivência” dependeria de uma masculinidade exacerbada, exaltada, violenta, nacionalista, antissemita, disposta a morrer pela causa defendida e pela perpetuação do grupo, colocando-se em estado permanente de alerta, sob ameaça e em guerra”. (DIAS, 2018, p. 153, grifos da autora).

Entre os vários episódios *neonazi* protagonizados pelo governo de Jair Bolsonaro registrados pela mídia, um repercutiu sobremaneira quando, em 16 de janeiro de 2020, o então Secretário Especial da Cultura do Governo Federal, Roberto Alvim, provocou indignação ao publicar um discurso de narrativa semelhante à do ministro da Propaganda da Alemanha Nazista, Joseph Goebbels - um dos idealizadores do nazismo. O vídeo foi postado no canal oficial da Secretaria Especial de Cultura do YouTube para divulgar um concurso nacional de artes, conforme reproduzido na Figura 1.

Figura 1 - Roberto Alvim em pronunciamento oficial



Fonte: Reprodução G1 (2020)

Assim como Goebbels havia afirmado que a "arte alemã da próxima década será heroica" e "imperativa", Alvim afirmou que a "arte brasileira da próxima década será heroica" e "imperativa", mostrou o Portal G1 (2020). A fala do então secretário teve como música de fundo a obra Lohengrin, do maestro e compositor alemão Richard Wagner (1813-1883), que foi tomado pelos nazistas como exemplo de superioridade musical e intelectual (PORTAL G1, 2020). Após a repercussão negativa do vídeo, o secretário colocou o cargo à disposição. Outro ataque direto à comunidade judaica partiu do então ministro da Educação, Abraham Weintraub, em maio de 2020, após uma operação da Polícia Federal (PF) determinada pelo ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Alexandre de Moraes. A PF cumpriu mandados de busca e apreensão dentro do inquérito que apurava ameaças a ministros do STF e a disseminação de *fake news*. Weintraub fez uma postagem no X (ex-Twitter) que comparava a ação policial à terrível "Noite dos Cristais" (Figura 2).

O episódio histórico o qual o ex-ministro se referiu ocorreu na Alemanha em 10 de novembro de 1938, quando milícias nazistas e a população civil promoveram um ataque aos judeus, sinagogas e estabelecimentos semitas. De acordo com o Instituto Brasil-Israel, ao todo, 91 judeus foram mortos, mais de mil sinagogas destruídas e milhares de cemitérios, casas e escolas judaicas vandalizadas na Alemanha, na Áustria e na Tchecoslováquia. Entidades judaicas se posicionaram diante da escandalosa comparação do ex-ministro.

Figura 2 - Captura de tela de post do Instituto Brasil-Israel



Fonte: reprodução do Twitter do Instituto Brasil-Israel (2020)

O ministro concluiu sua manifestação na rede social fazendo a comparação com a expressão alemã *"sieg heil"* ("viva a vitória", em português), usada com frequência por nazistas. Em sua conta no Twitter, o Instituto Brasil-Israel (2020) classificou a comparação de Weintraub, como banalização e "perversão". Já em julho de 2021, esteve no Brasil a deputada alemã Beatrix von Storch, vice-líder do Alternativa para a Alemanha (AfD) e neta de Ludwig Schwerin von Krosigk, antigo ministro das Finanças do regime nazista de Hitler. A parlamentar estava acompanhada do marido da deputada e presidente da AfD, Sven von Storch.

Como destacou-se anteriormente, AfD é o maior partido de extrema direita da Alemanha e defende radicalmente o discurso anti-imigração. Bolsonaro se encontrou com a parlamentar fora da agenda oficial e a recebeu no Palácio do Planalto. Em sua conta na rede social Instagram (Figura 3), Beatrix von Storch afirmou que a visita teve como objetivo fortalecer suas conexões e "defender nossos valores cristãos e conservadores em nível internacional" (MAZUI, 2021).

Figura 3 - Bolsonaro, Beatrix von Storch e Sven von Storch posam para foto no Planalto



Fonte: reprodução G1 (2021)

Adriana Dias (2018) descreveu que os neonazistas se valem, principalmente, de dois tipos de relações discursivas: ora se articulam a referências que se pretendem científicas, por se valerem de uma gramática biologistica; ora se associam a “verdades absolutas” cifradas em códigos simbólicos demarcados, numa atmosfera profundamente mítica, estabelecendo condições para que seu léxico se pretenda irrefutável. Conforme a antropóloga, além do judeu, há outros convenientes construídos que “ameaçariam de extinção a raça ariana, e/ou a grande Alemanha” - que, na visão desses grupos, é formada por brancos de todo o mundo. São alvos *neonazis*: o negro, o imigrante, o estrangeiro, o deficiente e, aqui, no Brasil, o nordestino. (Dias, 2018, p. 154-155, grifos da autora).

Simbologia associada ao racismo também foi identificada em uma das então costumeiras *lives* promovidas por Bolsonaro. Em 29 de maio de 2020, o ex-presidente chamou atenção ao tomar um copo de leite puro (Figura 4). Na ocasião, disse que estaria cumprindo um desafio da Associação Brasileira dos Produtores de Leite (Abraleite). O gesto, no entanto, foi enxergado como correlacionado aos movimentos neonazistas, que adotam o copo de leite como símbolo. A referência ao leite é frequente entre grupos neonazistas, especialmente nos Estados Unidos, sob o lema: “tomar branco, se tornar branco”. O leite como símbolo está diretamente ligado aos chamados *"alt-right"* estadunidenses. (Rocha, 2020).

Figura 4 - Bolsonaro e aliados em *live*



Fonte: reprodução Revista Fórum (2020)

Outro código *neonazi* à tona quando, em uma audiência pública no Senado em 24 março de 2021, o então assessor especial para assuntos internacionais, Filipe Martins, juntou os dedos indicador e polegar da mão direita de modo a formar, visualmente, um “p”, enquanto os dedos médio, anelar e mínimo formariam um “w” – iniciais do termo *white power* – um gesto reconhecidamente associado à saudação de supremacistas brancos (Figura 5).

Figura 5 - Filipe Martins gesticula atrás do senador Rodrigo Pacheco em sessão no Senado



Fonte: Poder 360 (2021)

Jair Messias Bolsonaro ainda era candidato à presidência quando, pela primeira vez no Brasil, houve o registro, entre simpatizantes pró-Bolsonaro que realizavam um ato na Avenida Paulista, em São Paulo (SP), de uma bandeira inspirada no nazismo e adotada por extremistas norte-americanos (Figura 6). O ato ocorreu em 14 de outubro de 2018, às vésperas das eleições presidenciais.

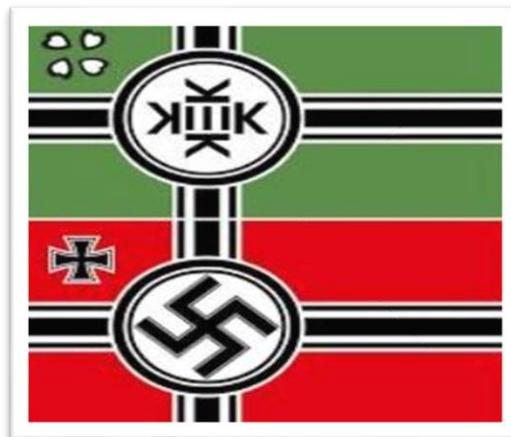
Figura 6 - bandeira neonazista exibida durante ato pró-Bolsonaro



Fonte: portal Congresso em Foco (2018)

Segundo reportagem do Congresso em Foco (2018), a bandeira, de base nazista, refere-se ao reino imaginário “*Kekistan*”. As bandeiras ladeadas (Figura 7) possuem mesma estética, diferenciando-se nas cores e nos símbolos (no lugar da suástica, a bandeira neonazista exibe um “E” cercado por quatro “K”, formando um “kek”. A expressão é usada por extremistas e pode se referir a uma “divindade” do reino imaginário da extrema direita.

Figura 7 - bandeiras de inspirações nazista e neonazista



Fonte: Portal Congresso em Foco (2018)

Na verdade, o “flerte” do ex-presidente com o extremismo vêm de longa data. Uma das descobertas de Adriana Dias (2018) foi uma carta e *banner* de Bolsonaro (Figura 8) publicada em sites neonazistas, em 2004, reforçando a ideia de que a base bolsonarista é neonazista (Demori, 2021). O portal Congresso em Foco (2020) recuperou que, em 1995, o então deputado federal Jair Bolsonaro defendeu a “liberdade de expressão” dos alunos do Colégio Militar de Porto Alegre que haviam

escolhido Adolf Hitler como personagem histórico mais admirado. Bolsonaro teria dito, na ocasião, que os alunos votaram em Hitler por entenderem que “de uma forma ou de outra”, o líder nazista soube impor ordem e disciplina. Em 2015, revelou o site, Bolsonaro chegou a posar ao lado de um sócia de Adolf Hitler após uma audiência pública na Câmara de Vereadores do Rio de Janeiro que discutia a tese da “Escola sem Partido”, projeto destinado a tentar retirar conotações ideológicas da fala de professores em salas de aula. O sócia de Hitler era Marco Antônio Santos, que foi impedido na ocasião de discursar na Câmara justamente por estar fantasiado como o ditador nazista. (Lago; Lippelt e Sardinha, 2022).

Figura 8 - Imagem de Bolsonaro no site neonazista Econac em 2004



Reprodução: The Intercept (2021)

Apesar de criminosas, as demonstrações públicas de apoio ao nazismo, explícitas ou subjetivas, institucionalizadas durante o governo Bolsonaro, parecem ter dado respaldo para que inúmeras outras manifestações como estas tenham se multiplicado no Brasil nos últimos anos, haja vista os vários flagras de adolescentes caminhando livremente em shoppings exibindo suásticas no braço, estudantes em sala de aula encenando a clássica saudação nazista e, tragicamente, a série de ataques brutais ocorridos em várias escolas e creches brasileiras, planejados em grupos de extrema direita em fóruns na *deep web*. Somente entre setembro de 2022 e abril de 2023, houve cinco atentados fatais.

Levantamento do site Poder 360 destacou que, entre 2011 e 2023, foram registrados 12 massacres em instituições de ensino, que resultaram em 52 mortes de crianças, adolescentes e profissionais da educação. (Pimentel e Veloso, 2023). Segundo reportagem do portal UOL, que utilizou dados de estudo da Unicamp sobre

esses casos, fontes nas forças de segurança, das investigações e das redes sociais, em pelo menos 15 ataques, os assassinos usavam referências nazistas (Barreto Filho e Bimbati, 2023). A maioria das vítimas era do gênero feminino, o que indica o caráter misógino desses grupos.

2.1.5 A Institucionalização da Misoginia

O capital intelectual da extrema direita internacional também mantém intersecções com a misoginia e com ideais que propagam a defesa da “soberania masculina”. Etmologicamente, a palavra “misoginia” vem do grego, *misogynía*, que une o substantivo *mísos*, “ódio”, e *gyné*, “mulher”. Essa aversão ao sexo feminino, que por vezes ganha formatos mórbidos e patológicos, está ligada à violência praticada diuturnamente contra as mulheres. (Schwarcz, 2019, p. 197, grifos da autora).

Aguiar e Pelá (2020, p. 71) complementam que “a misoginia foi socialmente construída e está diretamente relacionada ao ódio, à violência, à opressão e à dominação contra tudo e todos que questionam a cultura do poder masculinizado.” Bourdieu (2012) discute as raízes da dominação masculina e desnaturaliza a misoginia, mostrando que esta é resultado de um processo de aculturação, uma ordem social preponderante que aparelhos ideológicos como família, escola, igreja, estado e outras macroestruturas formam e ratificam.

Pierre Bourdieu via na dominação masculina e no modo como essa é imposta e vivenciada, o exemplo por excelência desta submissão paradoxal, resultante daquilo que ele denominou de violência simbólica, “[...] violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento” (Bourdieu, 2012, p. 7). O sociólogo explica essa lógica da dominação, se exercendo em nome de um princípio simbólico conhecido e reconhecido tanto pelo dominante quanto pelo dominado. Essa violência simbólica irá legitimar situações de discriminação e até violências físicas sofridas pelas mulheres.

No contexto brasileiro, observa-se que a disseminação de discursos de ódio às mulheres é proporcional à explosão dos índices de feminicídio (o assassinato de mulheres em função de seu gênero) e outras violências nos últimos anos. Pesquisa realizada pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública, por meio do Instituto Datafolha, revelou que todas as formas de violência desse tipo cresceram entre 2021 e 2022. No período, foram mais de 18 milhões de mulheres vítimas de violência no último ano –

mais de 50 mil vítimas por dia. A pesquisa destacou ainda que uma a cada três mulheres brasileiras (33,4%) com mais de 16 anos já sofreu violência física e/ou sexual de parceiros ou ex-parceiros. De acordo com o estudo, foi o maior índice desde 2017. (Uol, 2023).

Embora o Brasil tenha avançado nas políticas públicas que coíbem o feminicídio nos últimos anos, estatísticas divulgadas ao longo do governo Bolsonaro (2019-2022) permitem uma intersecção entre a escalada da misoginia como política de estado no período. Somente entre agosto de 2021 e novembro de 2022, o Ministério Público Federal (MPF) contabilizou 112 casos de violência política de gênero – uma média de sete ocorrências a cada 30 dias. (Conselho Nacional de Justiça, 2022). Os procedimentos contabilizados tiveram como base a Lei n. 14.19/21, que dispõe sobre os crimes de divulgação de fato ou vídeo com conteúdo inverídico no período de campanha eleitoral, para “criminalizar a violência política contra a mulher e para assegurar a participação de mulheres em debates eleitorais proporcionalmente ao número de candidatas às eleições proporcionais” (Brasil, 2021). São comportamentos que provocam humilhação, constrangimento, ameaça ou tentativa de prejudicar uma candidata ou mandatária em razão de sua condição feminina.

Um símbolo do ódio às mulheres na política brasileira é o assassinato da vereadora do Rio de Janeiro, Marielle Franco, do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), em 14 de março de 2018. A parlamentar tinha saído do evento "Jovens Negras Movendo as Estruturas" e seguia de carro junto com sua assessora de imprensa, Fernanda Chaves, e o motorista, Anderson Gomes, quando criminosos emparelharam um veículo ao lado e fizeram pelo menos dez disparos. Marielle e Anderson morreram no local. A assessora sobreviveu. Em 2019, o policial militar reformado, Ronnie Lessa, 48 anos e o ex-policial militar Elcio Vieira de Queiroz, 46 anos, foram denunciados pela Polícia Civil do Rio e pelo Ministério Público estadual pelos crimes de homicídio qualificado de Marielle e Anderson e tentativa de homicídio da assessora. Em janeiro de 2024, após acordo de delação premiada, Ronnie Lessa acusou o conselheiro do Tribunal de Contas do Estado do Rio de Janeiro (TCE-RJ) Domingos Brazão como um dos mandantes do crime. (Vassalo, 2024).

Negra e lésbica, Marielle Francisco da Silva (Figura 9) nasceu e se criou no Complexo da Maré, uma das regiões mais violentas da cidade. De origem pobre, graduou-se em Sociologia pela Pontifícia Universidade Católica (PUC-RJ) e tinha

mestrado em Administração Pública pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Nas eleições de 2016, foi a quinta vereadora mais votada do Rio, e a primeira do PSOL. (Folha de S. Paulo, 2018).

A execução de Marielle Franco é simbólica também no que se refere à desinformação – objeto de estudo desta tese. Seu assassinato foi marcado por uma avalanche de peças desinformativas e ataques à honra da vereadora, disseminados pelas redes sociais. Muitos desses conteúdos maliciosos passaram a circular poucas horas seguintes ao seu assassinato e continuam a ser compartilhados nos dias de hoje, sobretudo em aplicativos de troca de mensagens como Whatsapp e Telegram - o que demonstra, claramente, que o gênero feminino é um marcador social e simbólico importante na construção do “inimigo” a ser combatido pela extrema direita.

Figura 9 - Marielle Franco em discurso na Câmara do Rio de Janeiro



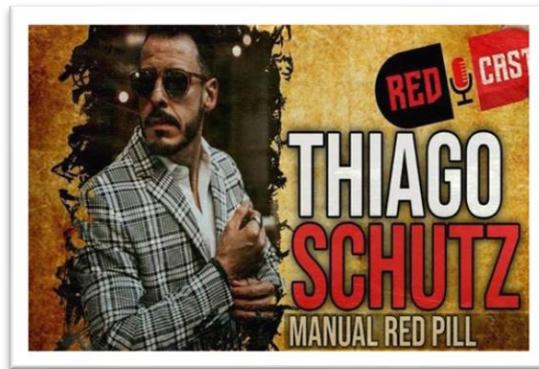
Fonte: reprodução BBC Brasil (2018)

Professora da Universidade Federal do Ceará, Lola Aronovich aponta as relações diretas entre masculinismo (um termo guarda-chuva para descrever os vários grupos misóginos da extrema direita) e desinformação, por atuarem com discursos de ódio e teorias da conspiração. “O masculinismo já parte do princípio de que a gente vive em um matriarcado, que as mulheres têm todo o poder do mundo pelo sexo”, explicou em entrevista ao Podcast da Semana (2023). A escritora, aliás, é alvo preferencial de grupos masculinistas e já recebeu várias ameaças de morte e estupro, tendo registrado ao menos 12 boletins de ocorrência. Inspirada em sua experiência, em 2018, foi promulgada a Lei 13.642, chamada de Lei Lola, que introduz o conceito de misoginia no ordenamento nacional ao acrescentar atribuição à Polícia Federal no que concerne à investigação de crimes praticados por meio da rede mundial de

computadores que difundam conteúdo misógino (Tomaz, Petrolí e Nascimento, 2022, grifos da autora).

Em março de 2023, o termo RedPill⁶ (pílula vermelha, em inglês) veio à tona nas redes sociais quando a atriz Livia La Gatto expôs que foi ameaçada de morte pelo administrador da página Manual RedPill Brasil, Thiago Schutz. O movimento RedPill compõe uma vertente de grupos masculinistas que usa o suposto discurso de autoajuda nos relacionamentos para propagar machismo e misoginia. A ameaça foi feita por Schutz depois que a atriz fez vídeos satirizando o influenciador pela suposta tática de conquista de mulheres. A vítima registrou boletim de ocorrência e, após conclusão de inquérito, Schutz foi indiciado por ameaça e violência psicológica.

Figura 10 - Thiago Schutz em seu canal no YouTube, Red Cast



Fonte: reprodução Diário do Centro do Mundo (2023)

Alicerçados na crença de que o avanço das mulheres resulta na “opressão” sobre os homens, movimentos masculinistas têm se multiplicado nos últimos anos. Com frequência, cientistas sociais, jornalistas e políticos recorrem à imagem de Jake Angeli – o pseudônimo de Jacob Anthony Angeli Chansley – como símbolo dessa tendência. Apoiador do ex-presidente e candidato às eleições presidenciais norte-americanas neste 2024, Donald Trump, Angeli foi fotografado durante os atos de invasão ao Capitólio (edifício que abriga o Poder Legislativo nos Estados Unidos). Homem branco, musculoso e de torso nu tatuado, trajava uma indumentária que remetia à estética *viking*, com a cabeça envolta em chifres e pelos de bisão, como se observa na imagem abaixo (Figura 11). Essa linguagem, por sua vez, se associa ao

⁶ O termo Red Pill faz referência à pílula vermelha do filme Matrix, em que os personagens escolhem entre enfrentar a verdade do mundo ou permanecer na realidade comum, tomando a pílula azul. Na internet, o grupo nasceu no site de comunidades de fóruns Reddit, com discussões sobre as estratégias masculinas para se relacionar com mulheres, dividindo os participantes entre ‘machos alfa e beta’.

chamado “Tribalismo masculino” – uma seita violenta que funciona, para os homens adeptos, como uma espécie de elogio aos “primórdios da humanidade”, antes de consensos globais em torno de paz, igualdade, direitos humanos e conquistas de mulheres e grupos LGBTQIA+.

Figura 11 - Extremista Jake Angeli durante a invasão ao Capitólio (EUA)



Fonte: reprodução Revista GQ (2021)

No livro *Key Thinkers of The Radical Right* (2019), Matthew N. Lyons, pesquisador de políticas de direita e sistemas de opressão há mais de 25 anos, traça o perfil do controverso escritor que, nos últimos anos, se tornou um fenômeno entre os pensadores da extrema direita: Jack Donovan. Figura paradoxal, Donovan não se encaixa por completo nos grupos de extrema direita onde parte de seus pensamentos foi considerada relevante. Suas ideias defrontam supremacistas brancos, por exemplo. Para ele, não só homens brancos, como “qualquer homem” pode ser “livre e forte”. (Lyons, 2019, p.244, in Sedgwick, 2019). Para ser “forte”, segundo teoriza Donovan, o homem deve rejeitar a “moral universal” do tradicional conservador e chefe de família – o que, afirma, torna os homens “fracos, confusos e dependentes das mulheres”. Fisiculturista, o escritor se exhibe nas redes sociais e aparições públicas, quase sempre com seus músculos esculpados à mostra, corporificando o ideal da hipermasculinidade que glorifica em sua filosofia.

Percebe-se que a violência e a aversão ao gênero feminino constituem a pedra angular do tribalismo masculino de Jack Donovan. Em sua concepção de

masculinidade, defende, portanto, a exclusão total das mulheres na sociedade em busca do retorno da supremacia masculina, mormente com o emprego de violência – um comportamento, para ele, biologicamente intrínseco ao homem. Por essa agenda, marcadamente antifeminista, seus discursos misóginos têm lugar e audiência em variados núcleos da direita radical e da extrema direita contemporânea (Grosso, 2022, p. 15, grifos da autora).

Em *tweet* publicado em 8 de maio de 2023 (Figura 12), Jack Donovan postou que “uma nação sem masculinidade não merece ser salva. Uma espécie de verme sem gênero pertence à sujeira” (tradução livre) – um de seus inúmeros chamados ao “tribalismo bárbaro”, que, por sua vez, significa atuar em gangues, seguir sua natureza predadora e violenta, criando comunidades de esportes, artes marciais e caça (Pinheiro-Machado, 2019, p. 90).

Figura 12 - Captura de tela da conta do antigo Twitter de Jack Donovan



Fonte: conta do antigo Twitter de Donovan (2023)

No plano simbólico, ideias como as de Jack Donovan sempre encontrarão eco no universo de homens “ressentidos com a economia e rejeitados pelo sexo”, especialmente em tempos de recessão, os quais se formam subjetividades, emoções e frustrações (Pinheiro-Machado, 2019, p. 91-93). Nos últimos anos, o Brasil tem legitimado e mobilizado a misoginia, outrora dispersa e envergonhada. Os discursos de ódio de gênero perseguem as mulheres em sua pluralidade – que incluem corpos que performam o feminino, como as transexuais. Cabe aqui introduzir, ainda que brevemente, um dos principais fundamentos do movimento feminista: a identidade.

Ao refletir sobre os diferentes mecanismos de opressão de gênero pelo patriarcado, Butler (2013, p.9) provoca: ser mulher constituiria um “fato natural” ou uma performance cultural, ou seria a “naturalidade” constituída mediante atos performativos discursivamente compelidos, que produzem o corpo no interior das

categorias de sexo e por meio delas? A filósofa norte-americana argumenta que não é possível que exista apenas uma base universal para o feminismo, pois essa, até então, se fundamenta em um contexto de “heterossexualidade compulsória”, onde o sujeito, presumidamente masculino e heterossexual, constrói a sua noção do “Outro”, feminino. O poder, neste sentido, opera nessa estrutura binária entre “homens” e “mulheres”. Para a libertação da mulher, é preciso, portanto, subverter a noção de gênero e refletir sobre as várias identidades femininas possíveis.

Se alguém “é” uma mulher, isso certamente não é tudo o que esse alguém é; o termo não logra ser exaustivo, não porque os traços predefinidos de gênero da “pessoa” transcendam a parafernália específica de seu gênero, mas porque o gênero nem sempre se construiu de maneira coerente ou consistente nos diferentes contextos históricos, e porque o gênero estabelece intersecções com modalidades raciais, classistas, étnicas, sexuais e regionais de identidades discursivamente constituídas. Resulta que se tornou impossível separar a noção de “gênero” das intersecções políticas e culturais em que invariavelmente ela é produzida e mantida. (Butler, 2013, p.21)

Na intercadência da subversão das identidades de gênero para emancipação feminina estão as travestis e transexuais, grupo ferozmente perseguido pela extrema direita, embora, particularmente no Brasil, essa parcela da população tenha aumentado sua representatividade no contexto político. A primeira travesti a ocupar um cargo no Legislativo no Brasil foi Kátia Tapety, eleita vereadora em Colônia do Piauí (PI), em 1992. Em 2018, Erica Malunguinho, do Partido Solidariedade (PSOL) foi eleita deputada estadual em São Paulo, assim como a advogada trans Robeyoncé Lima (PSOL), que se elegeu, em Pernambuco, a partir da “mandata” compartilhada Juntas. Foram as primeiras parlamentares trans eleitas em assembleias legislativas do país. Em 2020, houve um crescimento do número de parlamentares trans na política, com a eleição de 25 mulheres e um homem transgênero às Câmaras Municipais do país. Já nas eleições de 2022, Erika Hilton (PSOL-SP) e Duda Salabert, do Partido Democrático Trabalhista (PDT) por Minas Gerais, se tornaram as primeiras parlamentares transexuais da história do Congresso Nacional. Naquele pleito, a Associação Nacional de Travestis e Transexuais (Antra) contabilizou 38 candidaturas para o Congresso, dentre as quais, duas eram de pessoas identificadas como não-binárias – ou seja, que não se encaixavam nos gêneros homem e mulher– e duas de homens trans. (Folha de S. Paulo, 2022).

A desinformação, sob a pecha de discursos de ódio de gênero propagados principalmente pela extrema direita, atinge sobremaneira as parlamentares trans, que sofrem uma rotina diária de perseguição e ameaças de morte. Série de reportagens da Folha de S. Paulo (2023) procurou as 27 parlamentares eleitas para as Casas legislativas no país. Dessas, 24 concederam entrevista e, desse total, 17 relataram situações de violência política transfóbicas e 11 sofreram ameaças.

Claro está que a ascensão da extrema direita na política brasileira - representada pela massificação de discursos de ódio de gênero, e, em âmbito institucional, pela eleição de Jair Bolsonaro à presidência - catapultaram todos os índices de violência contra mulheres nos últimos anos. Ao chegar à instância máxima do poder Executivo, Bolsonaro institucionalizou a misoginia como política de governo, haja vista os sucessivos desmontes de políticas públicas voltadas para a proteção das mulheres, estruturadas ao longo de décadas. Símbolo do ataque direto às pautas feministas foi o desmanche da então Secretaria de Políticas para as Mulheres (criada em 2003 pelo governo Lula). O órgão, aliás, já havia sido esfacelado no governo Temer (2016-2018), quando em junho de 2016, a Secretaria foi entregue a Fátima Pelaes, evangélica que foi presidente da Frente Parlamentar da Família e Apoio à Vida e se opõe ao direito das mulheres ao aborto inclusive em casos de gestação decorrente de estupro.

Em um aceno à direita conservadora cristã, Jair Bolsonaro criou extinguiu a Secretaria de Políticas para as Mulheres e criou o Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos. Nomeou para comandar o órgão, Damares Alves – também evangélica e antiaborto. Ao assumir, em 3 de janeiro de 2019, a Damares afirmou: "O Estado é laico, mas esta ministra é terrivelmente cristã". Além disso, em vídeo que circulou no mesmo dia em redes sociais, a então ministra afirmou que o Brasil está em "nova era" em que "menino veste azul e menina veste rosa" (G1, 2019). Em 2022, Damares Alves foi eleita Senadora pelo Distrito Federal pelo Partido Republicanos (PR) cuja descrição atesta: o Republicanos é um movimento político "conservador, fundamentado nos valores cristãos". A instrumentalização da religião, aliás, é um recurso que têm contribuído para aumentar a força política da extrema direita, especialmente por meio da atuação de grupos católicos ultraconservadores e evangélicos de matrizes neopentecostais, sua agenda antifeminista e antilgbtqi+, conforme discute-se a seguir.

2.1.6 A Instrumentalização da Fé Cristã como Estratégia de Manipulação

A religião sempre foi objeto de estudo para a compreensão de qualquer civilização. Autores como Comte, Durkheim, Marx e Weber manifestaram a importância da investigação do fenômeno religioso na busca da origem, natureza e sentido das sociedades modernas. Em grande parte do século XX, predominou-se, nas Ciências Sociais e Políticas, a teoria da Secularização – uma ideia de que a modernidade provocaria um declínio não só da prática religiosa, como também, o desvanecimento de sua influência política, transferindo funções essenciais que a religião desempenhava nas sociedades tradicionais (legitimação, coesão social, sentido etc.) a outras instituições e referências simbólicas. (Zepeda, 2009, p.129, grifos da autora).

Todavia, acontecimentos como a Revolução Iraniana de 1979 (que instalou naquele país uma teocracia islã xiita que perdura até os dias de hoje), os atentados terroristas contra as Torres Gêmeas nos Estados Unidos, em 11 de setembro de 2001, e o surgimento do califado autoproclamado Estado Islâmico fizeram com que teóricos percebessem que o paradigma da secularização não se sustentava, instando debates no sentido de entender as origens do extremismo islã. Todavia, investidas violentas contra uma nação ou determinadas etnias, justificadas sob o argumento da instauração de uma “ordem divina”, não são um modelo exclusivo de grupos radicais islâmicos. Em nações supostamente secularizadas do Ocidente, a instrumentalização teológica do poder pela extrema direita tem avançado e assumido diferentes tipologias. (Farrow e Hedges, 2022, tradução da autora).

Farrow e Hedges (2022) ensaiam uma definição de extremismo da direita cristã, apontando que vários tipos de crenças e ideologias podem ser marcadores. No contexto da Europa ocidental, a direita cristã extremista assume formas de nacionalismo étnico-religioso branco, que podem estar vinculadas a noções de certas nações ou regiões e tendo um cristão, ou “judaico-cristão”, como herança. Na Hungria, o bispo de Szeged, distrito de Budapeste, László Kiss-Rigó, instigou cristãos (que compõem 80% da população) a conter a onda migratória, conforme destacou reportagem do jornal *The Guardian* (2019). “A Europa pode ignorar, ou negar, ou lutar contra sua própria identidade e suas raízes cristãs. Mas, ao fazer isso, a sociedade se suicida. (...) e, quanto mais migrantes vierem, mais os valores cristãos serão diluídos”, discursou o bispo. (*The Guardian*, 2019).

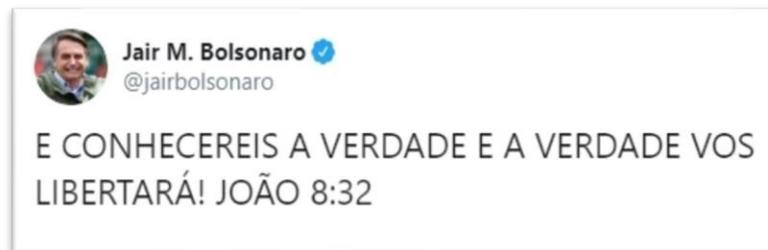
Ainda no contexto da extrema direita europeia, o nacionalismo militante é definido por uma série de figuras, incluindo não-cristãos ou aqueles que têm uma relação ambivalente com cristianismo. (Farrow e Hedges, 2022). Os autores destacam que, contraditoriamente, a vontade, entre cristãos extremistas, de se envolverem em violência física para defender o estado nacionalista (supostamente cristão) também podem ser mais ou menos proeminentes.

O entrecruzamento dessas duas categorias foi objeto de reflexão, ainda na década de 1970, da teóloga alemã Dorothee Sölle, que cunhou o termo “cristofascismo” para designar uma postura política que combina cristianismo com formas de fascismo. A análise da pensadora partiu do fato de as relações do partido nazista alemão com as igrejas cristãs terem contribuído para o fortalecimento do Terceiro Reich. (Albuquerque, 2019). Tal conceito voltou a circular nos debates políticos, sociais e teológicos no Brasil, em virtude da apropriação da linguagem cristã pelo discurso bolsonarista e da multiplicação de grupos religiosos – sobretudo católicos ultraconservadores e evangélicos neopentecostais – que manifestaram apoio a políticas e posturas intolerantes durante do governo de Jair Bolsonaro.

Sob o lema “Deus, Pátria, Família” e o *slogan* de campanha: “Brasil acima de tudo e Deus acima de todos”, o ex-presidente Bolsonaro mobilizou milhões de apoiadores e, em seus discursos, como candidato e como presidente eleito, sempre fez questão de enfatizar que o país é uma “nação de maioria cristã”. Ao evocar constantemente jargões cristãos em suas narrativas, o bolsonarismo reproduziu e continua a reproduzir a fórmula sobre a qual opera mundialmente a extrema direita ocidental contemporânea: a instrumentalização do cristianismo como estratégia de poder político e manipulação das massas.

Quando ainda candidato, Jair Bolsonaro adotou como retórica em discursos públicos e posts nas redes sociais, o versículo “conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará”, do Evangelho de João (Jo. 3, 32), impulsionando sua disputa política entre os setores cristãos. Essa expressão teológica, repetida exaustivamente por ele, como reproduzido na Figura 13, foi uma fração do imenso ramo das teologias que sustentaram sua performance política e que foram refratadas continuamente no cotidiano dos brasileiros.

Figura 13 - Tweet de Jair Bolsonaro com passagem bíblica



Fonte: reprodução O Antagonista (2019)

Essas grandes estruturas evangélicas, por sua vez, formaram o sustentáculo do bolsonarismo. (PY, 2020). O fundamentalismo religioso (tendência entre certos grupos e indivíduos que se caracteriza pela aplicação de uma interpretação literal às escrituras, dogmas ou ideologias) se amalgama na “moralidade cristã”, sustentada, sob o bolsonarismo, em conteúdos antiaborto e discursos intolerantes contra a comunidade LGBTQIA+, performando a narrativa do “bem contra o mal”.

Em entrevista ao podcast Guilhotina (2022) a doutora em Comunicação Magali do Nascimento Cunha adverte que, nas discussões sobre o avanço do cristofascismo no Brasil, o protagonismo ainda recai sobre os evangélicos, mas que grupos católicos também têm praticado intensamente o reacionarismo. “Temos visto muitos grupos [católicos] praticando essa ação, nas redes, nas mídias, manifestando esse ódio, com a veiculação de conteúdo falso, calunioso”. (Guilhotina, 2022). Reportagem publicada no The Intercept, o repórter Leandro Demori (2021), investiga a forte influência dos ultraconservadores católicos brasileiros na escalada de ascensão da extrema direita na política brasileira representada pela vitória de Jair Bolsonaro. Mediante análise de documentos privados do CitizenGo⁷ vazados pelo Wikileaks⁸, a investigação revelou os esforços do líder dessa associação espanhola, Ignacio Arsuaga, para treinar a direita conservadora católica brasileira, dispersa até meados de 2013. Quando no Brasil, uma pauta unia o CitizenGo aos conservadores católicos brasileiros: a defesa intransigente da proibição do aborto sob qualquer circunstância, inclusive em casos de estupro ou de fetos com anencefalia.

⁷ CitizenGO é um grupo de defesa de causas conservadoras fundado em 2013 em Madri, Espanha, pelo HazteOir. A fundação promove petições em 50 países, incluindo em defesa de causas cristãs, oposição ao casamento entre pessoas do mesmo sexo, ao aborto (em qualquer circunstância), e à eutanásia.

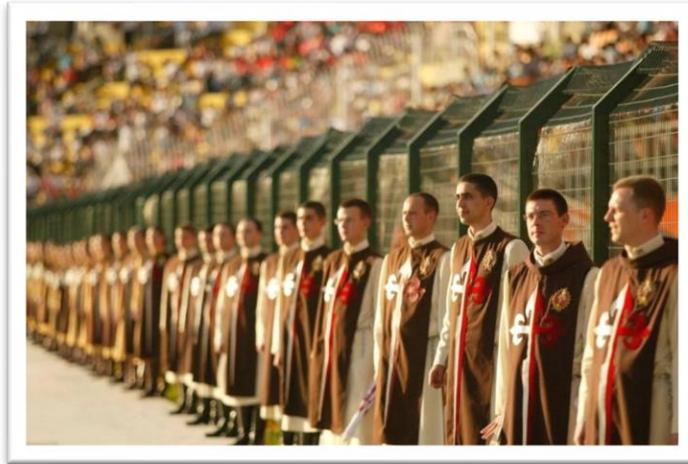
⁸ WikiLeaks é uma organização transnacional sem fins lucrativos, sediada na Suécia, que publica, em sua página, postagens de fontes anônimas, documentos, fotos e informações confidenciais, vazadas de governos ou empresas, sobre assuntos sensíveis. Seu principal editor e porta-voz é o australiano Julian Assange, jornalista e ciberativista.

Arsuaga foi recebido em São Paulo pelo padre Paulo Ricardo⁹ de Osasco, amigo de Olavo de Carvalho, e um casal de militantes antiaborto (a farmacêutica Renata Gusson Agelune Martins e o influenciador Felipe Nery). Juntos, esses personagens e mais outros, criaram uma agenda de extrema direita, montaram uma estratégia de combate à “guerra cultural” que estavam decididos a declarar, ajudaram a derrubar uma presidenta eleita (Dilma) e “entregaram a Jair Bolsonaro uma plataforma eleitoral enlatada, que saiu dos redutos reacionários católicos diretamente para a campanha eleitoral” – e, dali, para a vitória em 2018 (The Intercept, 2021). Desse modo, conclui a reportagem, a plataforma eleitoral conservadora de Bolsonaro, do mundo dos costumes, não veio dos evangélicos, mas do ultraconservadorismo católico, estando a própria CitizenGo diretamente ligada ao Vaticano.

O cristofascismo de veredas brasileiras não é um acidente histórico da ascensão bolsonarista. Quando do golpe de 1964, a antiga Sociedade Brasileira de Defesa da Tradição, Família e Propriedade (TFP) representou um grupo católico ultrarreacionário e anticomunista de papel importante no estabelecimento da ditadura militar. A TFP foi uma das principais responsáveis pela organização das Marchas da Família com Deus pela Liberdade, que conclamaram o golpe contra o então presidente João Goulart. Hoje, uma dissidência dessa instituição prevalece sob a forma de uma controversa célula da Igreja Católica: os Arautos do Evangelho, fundada em 1999. Criada pelo monsenhor João Clá Dias, a organização se espalhou por mais de 70 países pregando o tradicionalismo religioso. Seus membros vivem juntos em imóveis da entidade, incluindo um edifício que imita um castelo com referências medievais na Serra da Cantareira, em São Paulo. Com cerca de três mil membros no Brasil, a entidade faz evangelização e promove eventos artísticos religiosos. (BBC Brasil, 2021).

⁹ Paulo Ricardo foi o tutor do ativista católico de extrema direita Allan dos Santos, do site de extrema direita Terça Livre, quando ele foi seminarista. Hoje autoexilado nos Estados Unidos, Allan dos Santos está implicado em diversos processos no Brasil – o mais recente é uma denúncia do Ministério Público Federal, contra ele, por ameaças ao ministro do Supremo Luís Roberto Barroso, presidente do Tribunal Superior Eleitoral. Em 2023, o Governo Lula iniciou o processo de extradição do suspeito.

Figura 14 - Integrantes da organização ultraconservadora católica, Arautos do Evangelho



Fonte: reprodução The Intercept (2022)

Os Arautos coordenam uma rede fundamentalista católica internacional com ligações políticas com a extrema direita de vários países. O avanço internacional da organização se deu sob o pretexto de combater o “globalismo comunista”. A Ordo Iuris, um instituto jurídico filiado a essa rede, ajuda a financiar os grupos pró-família no mundo inteiro. Assim como no Brasil, financiam campanhas contra direitos LGBTQIA+ e o aborto. A organização é investigada pelo Vaticano e possui ao menos uma denúncia formal pelo Ministério Público de São Paulo por agressões, tortura e abuso sexual (arquivada em 2021). Em dezembro de 2021, o coral dos Arautos do Evangelho se apresentou para o presidente Jair Bolsonaro durante a cantata de Natal realizada no Palácio do Planalto. (Filho, 2019).

Os católicos ultraconservadores que foram às ruas por Bolsonaro nos últimos anos são pouco numerosos com relação aos evangélicos pentecostais, mas mobilizaram um eleitorado fiel ao ex-presidente. A revista *Veja* (2021) identificou pelo menos 43 grupos – alguns constituídos antes e outros, durante a era Bolsonaro. A reportagem aponta que tais organizações formam uma rede com canais no YouTube que engajam milhões de seguidores e visualizações. Um dos porta-vozes desta corrente que exerce maior magnetismo é o padre Paulo Ricardo, da paróquia Cristo Rei, no Mato Grosso: ele é a favor de armar a população e já posou empunhando um fuzil ao lado de Olavo de Carvalho (astrólogo e guru do bolsonarismo morto em 2022). *Veja* destaca ainda o Centro Dom Bosco (CDB), baseado no Rio de Janeiro, instituição com alto poder de mobilização de católicos radicais e que apoiou com sucesso a eleição de dois deputados do Partido Social Liberal (PSL) fluminense (Márcio Gualberto, estadual, e Chris Tonietto, federal). (Ferraz; Barros, 2021).

O Brasil ainda é a maior nação católica do mundo. Em 2010, o censo do IBGE destacava que 65% da população brasileira era composta por católicos, ao passo que evangélicos representavam 22,89%. Diante da pandemia, o Instituto adiou o censo demográfico para 2022, com liberação dos dados para 2023 (o que não ocorreu até a escrita final desta tese). Já a pesquisa Datafolha (2020) aponta que 50% dos brasileiros são católicos, 31%, evangélicos, e 10% não têm religião. Ainda de acordo com o levantamento, as mulheres representam 58% dos evangélicos e são 51% entre os católicos. (Azevedo, 2020). Importante ressaltar que a categoria “evangélica” pode ser dividida em três subcategorias: Missionária, Pentecostal e Não-determinada. As evangélicas de missão podem ser exemplificadas aqui pelas igrejas Batista, Metodista, Congregacional, Adventista, entre outras; já as pentecostais, pela Assembleia de Deus, Maranata, Deus é Amor, Igreja Universal do Reino de Deus e outras. Ao comparar os números das duas pesquisas, pode-se inferir que o número de católicos diminuiu e o de evangélicos cresceu. (Religião e Poder, 2021).

Côrtes (2021, p.9) destaca que, em sua expansão pelo mundo ao longo do século XX e no início do século XXI, o pentecostalismo constituiu a força mais dinâmica do cristianismo, crescendo nas regiões em que as contradições do capitalismo se tornaram mais radicais. Os reflexos do avanço das igrejas neopentecostais na sociedade brasileira são axiomáticos na política. No caso das eleições de 2018, foram eleitos oitenta e quatro parlamentares de variados ramos evangélicos. Valerio (2020) atestou que, em 2014, houve 27.610 casos de títulos de pastores, bispos e apóstolos atrelados a candidaturas e que, em 2018, o principal título religioso utilizado nos pedidos de registro foi o de “pastor” ou “pastora”, (313 casos); seguido por “irmã” ou “irmão” (97 casos); “missionário” ou “missionária” (40 casos). No total houve um aumento de mais de 63% em candidaturas com títulos religiosos. O pesquisador destaca que os pentecostais encontraram em Bolsonaro uma forma de impor suas pautas moralistas contra o aborto, a união de pessoas do mesmo sexo e outras bandeiras da comunidade LGBTQIA+. Fábio Py (2021) analisa que, para que Bolsonaro pudesse ser eleito sob uma forma de uma “religião cristofascista”, com ares de seita, foi preciso que alguns “intelectuais teológicos” (aqui, Py toma emprestado a terminologia de Gramsci do intelectual orgânico) entrassem em cena. “Daí a presença de figuras como Malafaia [Silas] e Marco Feliciano”, complementa. (Py, 2021 in Uma Conversa, 2021).

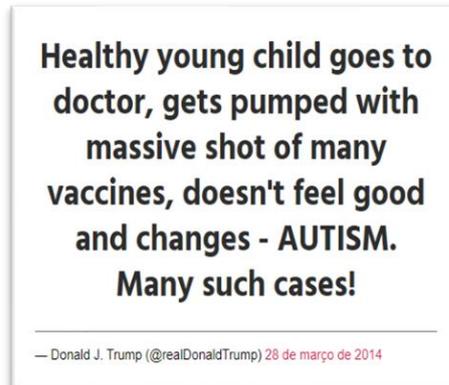
Embora laico no contexto da democracia liberal, o Brasil tem uma influência cristã colonial latente e que se expande socialmente, dando ao cristianismo oportunidades de maior infiltração em decisões políticas - algo que não é possível a outros grupos religiosos, não havendo demonstração prática dessa laicidade. Em um país cada vez mais “pentecostal” e contaminado por práticas desinformativas e discursos intolerantes travestidos de religiosos, destaca-se aqui o longo caminho do campo progressista no sentido de abrir o diálogo com essa parcela da população, inclusive com o apoio de instituições religiosas alinhadas à defesa dos Direitos Humanos, em busca de um contraponto frente ao avanço da extrema direita cristã, mormente, ultraconservadora católica. Mesmo inelegível pelos próximos anos, Bolsonaro segue capitalizando afetos por meio da instrumentalização do cristianismo. A ex-primeira-dama, Michele Bolsonaro, atualmente filiada ao Partido Liberal (PL), é presença constante entre os maiores eventos evangélicos em todo o país, sendo considerada a grande aposta da sigla para as eleições presidenciais de 2026, principalmente por mobilizar essa parcela do eleitorado brasileiro. Em março de 2023, Michele assumiu o comando do PL Mulher. É pertinente destacar, nesta análise, que no atual contexto de normalização da extrema direita a partir da experiência bolsonarista, a nova face do extremismo não se associa mais à figura do homem velho, violento e conservador. Lideranças como Michele Bolsonaro ou mesmo a figura do deputado federal Nikolas Ferreira (PL-MG) têm se mostrado uma força política desafiadora no contexto da democracia brasileira.

2.1.7 O Desprezo pelo Pensamento Técnico-Científico

A extrema direita atual se caracteriza ainda pela privação de debates e promessas de soluções fáceis para problemas complexos. Não é necessariamente anti-intelectual, mas se coloca contra uma elite intelectual específica - a saber, o *establishment* liberal e progressista, descrito de forma generalizante como “comunista”. “O que está em jogo é a produção e disputa de novos regimes de verdade sobre a humanidade e sobre o planeta.” (Pinheiro-Machado, 2019, p. 80). O negacionismo climático, a retórica antivacina e conspirações como o *terrapijanismo* encontraram guarida entre grupos extremistas, estimulados por seus líderes. Ainda em 2014, Trump publicou um *tweet* que questionava a eficácia das vacinas em crianças: “Crianças saudáveis vão ao médico, são bombardeadas com um monte de

vacinas não se sentem bem e mudam - AUTISMO. Muitos casos”, dizia o *Tweet* (Figura 15).

Figura 15 - *Tweet* de Donald Trump associou a vacina ao autismo



Fonte: Reprodução Veja Saúde (2018)

O então “guru” dos bolsonaristas, o autodenominado filósofo Olavo de Carvalho (1947-2022), costumava alimentar teorias da conspiração, entre as quais, o ceticismo em torno do formato esférico do planeta, conforme exemplo de *tweet* publicado por ele em maio de 2019 (Figura 16).

Figura 16 - *Tweet* publicado por Olavo de Carvalho



Fonte: Reprodução do Twitter em 29/05/19

Não é coincidência, portanto, que, no bojo da indústria das *fake news* propagadas pela extrema direita esteja em marcha um processo de sabotagem da credibilidade universidades públicas, estas, guardiãs do estudo, da pesquisa, formação de quadros e desenvolvimento do pensamento crítico. Especificamente, o método bolsonarista envolveu estratégias desinformativas que acessam um certo número de realidades estabelecidas na sociedade, quais sejam, os Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE), que, conforme conceitua Althusser (1992), se apresentam sob a forma de instituições distintas. São eles: o AIE religioso (o sistema

das diferentes Igrejas), AIE escolar (o sistema das diferentes escolas públicas e particulares), AIE familiar, O AIE político (o sistema político de que fazem parte os diferentes partidos), AIE sindical, AIE da informação (imprensa, rádio, televisão etc.), AIE cultural (Letras, Belas Artes, desportos). (Althusser, 1992, p.43-44). Estes, complementa o teórico, funcionam não a partir da violência repressiva do Estado, mas pela ideologia. A um dia da posse, o Jair Bolsonaro usou o então *Twitter* para “defender” a melhoria da educação no País, sugerindo que as instituições públicas de ensino estavam formando “militantes políticos” (Figura 17):

Figura 17 - *tweet* de Jair Bolsonaro sobre o combate ao “marxismo cultural”



Fonte: reprodução do *Twitter* em: 31/12/2018

Nas investidas retóricas contra a educação e a cultura brasileiras, o bolsonarismo se utilizou do termo “marxismo cultural” como uma perspectiva assumida pela esquerda ao deixar de buscar o poder pelas armas e passar a fazer sua disputa política no âmbito da cultura. O uso dessa expressão data do início da década de 1990. Seus primeiros usuários são cristãos fundamentalistas, ultraconservadores, supremacistas, enfim, a extrema direita estadunidense” (Silva, 2022, p.77).

Segundo Costa (2020), para grupos de extrema direita, a instituição precursora do “marxismo cultural” foi a Escola de Frankfurt (paradigma crítico que surgiu na Alemanha dos anos de 1930 como forma de reflexão sobre a indústria cultural, que alienava a sociedade por meio de instituições culturais como o cinema e o rádio). A associação entre a corrente crítica de Frankfurt e a corruptela do “marxismo cultural” foi utilizada exaustivamente pelo ecossistema de desinformação bolsonarista. Para os radicais de direita, a “origem de todos os males da cultura” – o feminismo, os direitos LGBTQIA+, a “decadência” da educação tradicional e o ambientalismo – são responsabilidade da insidiosa influência da Escola de Frankfurt.

Os adeptos do marxismo cultural são acusados de ensinar sexo e homossexualidade às crianças, promover a destruição da família, controlar os meios de comunicação e promover o engodo de massas, esvaziar as igrejas e promover o consumo de bebidas (Costa, 2020, p. 40).

A narrativa do bolsonarismo atribuiu o colapso da educação, da cultura, enfim, da sociedade, à “infiltração” das esquerdas em igrejas, na imprensa e em outros órgãos e instituições, que, ao longo dos anos, teriam “doutrinado” as pessoas. Com o propósito de combater o inimigo (o comunismo), Bolsonaro empreendeu sua guerra contra a diversidade e o pensamento divergente, minando a cultura, institucionalmente, da maneira que pôde. Seu “primeiro ato” foi registrado no Diário Oficial da União de 1º de janeiro de 2019, dia da posse, quando publicou medida provisória que instituiu a extinção do Ministério da Cultura, o seu rebaixamento de status à Secretaria Especial de Cultura, vinculada, primeiramente, ao Ministério da Cidadania e, posteriormente, ao Ministério do Turismo. A MP impactaria diretamente artistas, produtores culturais e pesquisadores da área da cultura do país.

Além de perder autonomia, a pasta da cultura sofreu inúmeras instabilidades. Seis pessoas (incluindo dois interinos) comandaram a Secretaria. Foram eles: Henrique Pires, que saiu após acusar o governo de tentativa de censura a um edital ligado à temática LGBTQIA+; José Paulo Martins; Ricardo Braga; Roberto Alvim (afastado após proferir discurso de inspiração nazista, como já descrito neste trabalho); Regina Duarte, afastada depois de interromper uma entrevista ao vivo para o canal CNN Brasil, quando minimizou a ditadura militar no Brasil; e o ex-ator Mário Frias (defensor do porte de armas). Bolsonaro reduziu em 98% o valor máximo para projetos beneficiados pela Lei de Incentivo à Cultura, de R\$ 60 milhões para R\$ 1 milhão, sob justificativa de “democratizar” os recursos de patrocínio. O ex-presidente também vetou, na íntegra, o projeto de lei que previa o repasse de quase R\$ 4 bilhões para recuperar o setor cultural durante a pandemia. O projeto foi chamado de Lei Paulo Gustavo, em homenagem ao artista que morreu de Covid-19 em 2021 (G1, 2022).

Em três anos de governo Bolsonaro, o Brasil registrou ao menos 211 casos de censura, desmonte institucional do setor cultural e "autoritarismo contra a cultura". Os dados foram levantados pelo Movimento Brasileiro Integrado pela Liberdade de Expressão Artística (Mobile), coalizão de organizações não governamentais criada em 2020 com o objetivo de monitorar e agir em casos do gênero. A maior parte das

investidas contra a cultura, com 192 casos (ou 91% do total), partiu do Poder Executivo Federal. O relatório indicou a tendência de aumento dos casos no país com relação ao ano anterior. (Valente, 2022).

Na educação, a retórica bolsonarista foi entremeada também pelo fundamentalismo religioso – que, aliás, forneceu uma perversa caricatura do feminismo e dos debates em torno das questões de identidade: a falácia da “ideologia de gênero”, que, ladeando o “marxismo cultural”, representou a gênese da moralidade da extrema direita brasileira. Destaca-se aqui a campanha de agitação “Escola sem Partido”, primeiramente alicerçada na perseguição à “doutrinação marxista”, mas que logo incorporou o combate ao feminismo e às questões de gênero.

Miguel (2021) afirma que o termo remete ao ambiente católico conservador estadunidense, e ganhou corpo durante o pontificado de Karol Wojtyła (João Paulo II, papa de 1978 a 2005) e partir das conferências internacionais sobre população e desenvolvimento, no Cairo, em 1994, e sobre as mulheres, em Pequim, em 1995 - ambas patrocinadas pela Organização das Nações Unidas (ONU) e nas quais a igualdade de gênero foi apresentada como objetivo importante a ser perseguido. Na verdade, a aversão à mulher marca grande parte da doutrina católica. A “ideologia de gênero” combatida pela Igreja pode ser mais bem descrita como um recurso polêmico de grupos conservadores, com o objetivo de deslegitimar o debate.

A Santa Sé percebeu-as [o feminino e a igualdade de gênero] como ofensivas à sua doutrina e indicadoras de uma tendência de subversão dos arranjos familiares tradicionais – arranjos que são entendidos como naturais, de origem divina e também indispensáveis para a reprodução da vida social. Mas a Igreja identificou ali, também, uma oportunidade de salvaguardar sua influência “em um contexto de secularização” (...) Graças à oposição renhida ao feminismo, à diversidade sexual e às visões de mundo fundadas no respeito à diferença, seria possível reforçar a autoridade eclesiástica sobre um rebanho cada vez mais independente da hierarquia. Com isso, a Igreja pode preservar seu papel de ator político de primeira grandeza. (Miguel, 2021, p.4).

Em torno do espantalho da “ideologia de gênero”, irrompeu-se uma das peças desinformativas mais surpreendentes da vitoriosa campanha presidencial de Jair Bolsonaro: o “kit gay”. A falácia, amplamente disseminada em grupos de Whatsapp, Telegram e afins, foi construída a partir do programa de combate à homofobia nas escolas, apresentado em 2011 pelo então ministro da Educação, Fernando Haddad

(PT), que viria a ser seu principal adversário nas eleições presidenciais de 2018. Jair Bolsonaro descreveu o programa de Haddad como sendo uma “política de promoção da homossexualidade”. Como se sabe, essa desinformação foi um dos “carros-chefes” da campanha do então presidenciável, sobre o qual a extrema direita brasileira mobilizaria o pânico moral e dominaria o debate público quase sem contrapontos.

2.1.8 Eleições 2022: “Voto Impresso Auditável” e Intervenção Militar

Assim como na corrida eleitoral norte-americana, quando Donald Trump questionou a lisura do sistema eleitoral estadunidense (sem provas), Jair Bolsonaro tratou de reproduzir a lógica discursiva de que haveria fraude nas eleições brasileiras, catalisando a desconfiança nas urnas eletrônicas entre apoiadores. Intensificou sua ofensiva aproximadamente um ano e meio antes das eleições de 2022. Foram marcantes as motociatas promovidas em várias cidades brasileiras e atos públicos estrategicamente marcados para acontecerem em 7 de setembro, quando os afetos e subjetividades em torno da pátria afloravam. A torto e a direito, bolsonaristas envergavam faixas e cartazes propondo “voto impresso e auditável”. (Alves, 2022).

Figura 18 - Bolsonaristas reivindicaram “voto impresso auditável” no Recife



Fonte: reprodução G1 (2022). Crédito: Pedro Alves

A tentativa de resgatar a prática de votação por cédula (em desuso no Brasil desde 1996) veio sob a forma da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 135/2019, redigida pela deputada federal Bia Kicis (PSL-DF), aliada política de Jair Bolsonaro. Em maio de 2021 a Câmara dos Deputados criou uma comissão especial para estudar

a PEC do voto impresso, que foi colocada em votação no Congresso em 10 de agosto daquele ano. Na manhã do mesmo dia, o ex-presidente foi protagonista de um desfile de automóveis militares em frente ao Palácio do Planalto, em Brasília. Cerca de 40 veículos, todos da Marinha, entre blindados, caminhões e jipes, circularam ao lado da praça dos Três Poderes. O ato foi interpretado como uma tentativa de buscar a politização das Forças Armadas (Folha de S. Paulo, 2021). Apesar das ameaças, a proposta foi arquivada, com 229 votos a favor do texto, 218 contra e uma abstenção. Eram necessários ao menos 308 votos dos 513 deputados - 60% - para que a proposta de impressão do voto dado pelo eleitor na urna eletrônica fosse adiante. Ou seja, faltaram apenas 79 votos para que a PEC fosse aprovada.

A narrativa do voto impresso impulsionou nova onda de desinformação nas redes sociais, no que veículos de comunicação e agências de checagem de notícias se apressaram em desmascarar a avalanche de rumores falsos. Em 2021, o Estadão Verifica e o projeto Comprova (coalizão que reúne 33 veículos de comunicação focados na análise de conteúdos duvidosos nas redes sociais), publicaram, nos primeiros oito meses daquele ano, 21 verificações de temas relacionados ao processo eleitoral - o equivalente a 75% do total de 2020, ano em que milhares de candidatos a prefeito fizeram campanha. Os conteúdos espalhavam desinformação principalmente sobre urnas eletrônicas, voto impresso, pesquisas eleitorais e a integridade de eleições anteriores.

Em julho de 2021 (um ano e três meses do pleito de 2022), o Comprova teve um pico de checagens sobre eleições. No total, foram nove boatos desmentidos, que juntos somaram mais de 1 milhão de visualizações e mais de 390 mil interações nas redes sociais. No Google Trends, expressões como “voto impresso”; “voto auditável”; “fraude nas urnas eletrônicas”, “voto impresso 2022” e “fraude eleitoral” também apresentaram aumentos nas buscas durante o mês de julho. (Revista Piauí, 2021).

Imediatamente à vitória de Lula, bolsonaristas radicais bloquearam rodovias federais e montaram dezenas de acampamentos antidemocráticos em frente a quartéis e instituições militares de várias cidades brasileiras. O movimento questionava o resultado das urnas e pregava, entre outros atos, “intervenção militar” – um ataque à Constituição Federal. O movimento durava cerca de 70 dias, até que, em oito de janeiro de 2023, culminou no maior atentado contra a democracia brasileira dos últimos anos, quando milhares de terroristas invadiram a Praça dos Três Poderes,

em Brasília (DF), protagonizando cenas de violência e destruição em salões do Congresso Nacional e na sede do Supremo Tribunal Federal (STF).

O “dia D” dos atos golpistas desencadeou uma crise institucional entre o governo eleito, Forças Armadas e autoridades públicas. Indícios de conivência e omissão por parte do governador do Distrito Federal, Ibaneis Rocha, do Movimento Democrático Brasileiro (MDB) - que chegou a ser afastado por 90 dias do comando do governo do DF após decisão do STF - e seu secretário de Segurança Pública, Anderson Torres (preso em 14 de janeiro pela Polícia Federal) provocaram a abertura de inquérito no Ministério Público Federal que apura as condutas de autoridades públicas na invasão à sede dos três poderes e, pelo menos 1.398 pessoas foram presas em Brasília após os atos terroristas, (Tavares, 2023; Lyssardy, 2023). Até fevereiro de 2024, 86 envolvidos nos atos antidemocráticos tinham sido condenados no STF, com penas que vão de três a 17 anos de prisão. A maioria dos réus foi sentenciada pelos crimes de associação criminosa armada, abolição violenta do Estado Democrático de Direito, tentativa de golpe de Estado, dano qualificado e deterioração de patrimônio tombado (Falcão, 2024).

Apesar da derrocada do ex-presidente Bolsonaro frente ao campo progressista, evidencia-se a solidez do bolsonarismo como uma das principais forças políticas da direita conservadora do país – o que acompanha a tendência de escalada da extrema direita mundial. No pleito de 2022, Bolsonaro obteve mais de 58 milhões de votos, viu 15 governadores aliados saírem vitoriosos, além de centenas de parlamentares eleitos para Câmara e Senado - foram eleitos 246 (48%) deputados e 35 (43%) senadores, de cada Casa legislativa - índices bem próximos para se garantir maiorias (Valor Econômico, 2023).

Os efeitos nocivos do ecossistema da desinformação orquestrada pelo bolsonarismo também podem ser identificados na pesquisa divulgada em 19 de março de 2023 pelo Instituto Inteligência, Pesquisa e Consultoria (Ipec). De acordo com o levantamento, 44% dos brasileiros acreditavam que o Brasil corria o risco de virar um país “comunista” com o Lula no poder. Desses, 31% diziam acreditar totalmente na “ameaça comunista” – tema bastante explorado durante o governo e campanha pela reeleição de Bolsonaro. O estudo entrevistou, de forma presencial, 2.000 pessoas acima de 16 anos em 128 cidades brasileiras de 2 a 6 de março de 2023 (Poder 360, 2023). Como pode-se inferir, informações mentirosas propagadas nas redes sociais, sobretudo por grupos políticos mal-intencionados, devem continuar a influenciar a

política e a sociedade como um todo, e amortecer seus impactos é tarefa fundamental para a proteção do sistema democrático brasileiro.

2.2 A DESINFORMAÇÃO ON-LINE E O COMBATE AO PROBLEMA A PARTIR DA TEORIA DA INOCULAÇÃO PSICOLÓGICA

Elemento presente em qualquer área do conhecimento humano, a *informação* é objeto central das Ciências da Informação (CI), Comunicação e campos correlatos. Charaudeau (2012, p.33) resume que a informação é, numa definição empírica mínima, a transmissão do saber, com a ajuda de uma determinada linguagem, por alguém que o possui a alguém que se presume não o possuir. A exploração científica do fenômeno humano da informação se mostra insuficiente sem que haja, conseqüentemente, uma compreensão em torno do fenômeno também humano e social da comunicação. (Gouveia; Silva, 2019). Neste sentido, é possível apostar em uma construção teórica compartilhada entre as disciplinas da CI e da Comunicação e assim tornar, por meio da investigação científica, minimamente inteligíveis os complexos desafios da desordem informacional que desafia os tempos atuais.

Esta seção propõe uma análise interdisciplinar em torno das definições do fenômeno da desinformação, levantando conceitos clássicos construídos principalmente por autores dos campos supracitados e principais estratégias de contenção desse problema a partir das contribuições da Teoria da Inoculação Psicológica.

2.2.1 Conceitos de Desinformação, *Misinformation*, *Mal-Information* e *Fake News*

A respeito do fenômeno da desinformação há atualmente vasta produção acadêmica. Somente na Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (Brapci), uma busca sobre a palavra “desinformação”, com recorte temporal entre 2010 e 2021, leva a 131 artigos científicos indexados. Variando de afirmações que são comprovadamente falsas a conteúdo que é sutilmente manipulador, a desinformação inclui formas de omissão ou deturpação, deixando de fora elementos importantes de uma história, ou deliberadamente alimentando conflitos intergrupais explorando questões sociais ou políticas, sem necessariamente ter que ser descaradamente falsa (Roozenbeek; van der Linden, 2018, 2019; Lacombe,

2022). D’Ancona (2018) situa o problema ao conceito de pós-verdade – contexto social o qual a noção da realidade está muito mais ligada às crenças e emoções de indivíduos do que à veracidade dos fatos”.

Dentro da construção epistemológica desse fenômeno no campo da CI, Luciano Floridi (2005) e Don Fallis (2014) propõem uma definição didática: desinformação é um enunciado falso, disseminado intencionalmente por uma fonte que, sistematicamente, se beneficia da propagação de tal conteúdo. Conteúdos mal acurados, sátiras, *memes*, mensagens verdadeiras retiradas de contexto, epistemologicamente conceituados sob o termo *misinformation*¹⁰ constituem outras situações as quais um enunciado pode, ainda que de maneira não-intencional, de enganar o destinatário. (Wardle e Derakhshan, 2018). Uma terceira categoria, *mal-information*¹¹ está relacionada a uma informação que, ainda que baseada na realidade, é disseminada com o propósito de desacreditar ou difamar um indivíduo, ou organização, como por exemplo, a divulgação da orientação sexual de alguma personalidade sem nenhuma justificativa de interesse público. (Wardle e Derakhshan, 2018).

No senso comum, as notícias falsas que circulam nas redes sociais passaram a ser enquadradas sob o termo “*fake news*”. Araújo (2021) classifica o vocábulo como um material que utiliza linguagem e técnicas do jornalismo para conferir credibilidade a um conteúdo falso. Lewandowsky et. al. (2020) complementam que *fake news* é uma informação falsa, frequentemente sensacionalista, que imita conteúdos de jornais. A reflexão em torno das notícias falsas, levanta, inexoravelmente, a discussão de como pensar sobre a natureza das *notícias reais*. Compreender “o que é notícia” e “por que as notícias são como são” – é preocupação básica das teorias clássicas do Jornalismo. O sentido do que é notícia envolve uma complexa gama de processos sociológicos, linguísticos, políticos, burocráticos, éticos e finalmente técnicos.

A teoria mais antiga que se propõe a explicar “por que as notícias são como são” conclui que a “realidade assim as determina”. É justamente o paradigma da Teoria do Espelho que atribui ao papel do jornalista como um observador que relata a realidade com honestidade, equilíbrio e imparcialidade. Embora esta concepção tenha sido superada pelas teorias do jornalismo contemporâneas, este padrão ainda encontra respaldo no campo jornalístico, principalmente no

¹⁰ Optou-se neste trabalho por manter o termo em inglês, como sinônimo de informação imprecisa ou incompleta, sem a intenção de prejudicar uma pessoa ou organização.

¹¹ Optou-se por também manter o termo em inglês.

contexto da informação radiofônica, principalmente devido a um conceito, considerado utópico por alguns autores: a objetividade. (Silva, 2014, p. 40).

Gieber (1964 apud Traquina, 2005, p.152) escreve que as notícias só podem ser compreendidas se houver uma compreensão das “forças sociais” que influenciaram a sua produção. Breed (1999 apud Traquina, 2005, p. 152-153), relata que as “normas profissionais” dos jornalistas podem ser de dois tipos: as técnicas envolvem as operações de recolha, escrita e preparação das notícias; as normas éticas dizem respeito à obrigação do jornalista para com os leitores e para com a sua profissão, e incluem ideias como responsabilidade, a imparcialidade, a exatidão e a objetividade. (Silva, 2014, p.51).

Há, contudo, certa resistência de jornalistas e estudiosos quanto ao uso do termo, pelo fato de que, se um conteúdo é falso, então não é notícia – entendendo-se notícia como uma categoria jornalística (Prado, 2022). Além disso, por ter sido exaustivamente utilizada por líderes como Trump e Bolsonaro para desacreditar a imprensa perante a opinião pública, a expressão ganhou conotação pejorativa Ordway (2018). São esses justamente os argumentos levantados por Recuero e Escossia (2019). Ambas saem em defesa do uso da palavra “desinformação” em detrimento de *fake news*, conforme apontam Pinto e Zanetti (2020), na revisão de literatura dos dois conceitos.

Floridi (2011, p. 15, tradução nossa) evidencia que a filosofia da informação se preocupa principalmente com “como a informação deve ser criada, processada, gerenciada e usada adequadamente”. O autor observa que também é preciso estudar o que acontece quando o processo informacional está ineficiente. Informações imprecisas e enganosas podem ser perigosas. Quando as pessoas recebem informações incompletas ou são enganadas propositalmente sobre temas importantes, como oportunidades de investimento, tratamentos médicos ou candidatos políticos, isso pode causar sérios danos emocionais, financeiros e até físicos.

Para lidar com essa ameaça crítica à qualidade da informação, primeiro se faz necessário entender exatamente o que é desinformação (Fallis, 2015). O que se pode inferir do autor é que é preciso desenvolver técnicas para identificar conteúdos desinformativos e políticas para impedir sua disseminação. No entanto, pontua o filósofo, para desenvolver tais técnicas e políticas, é pertinente primeiro aprimorar a

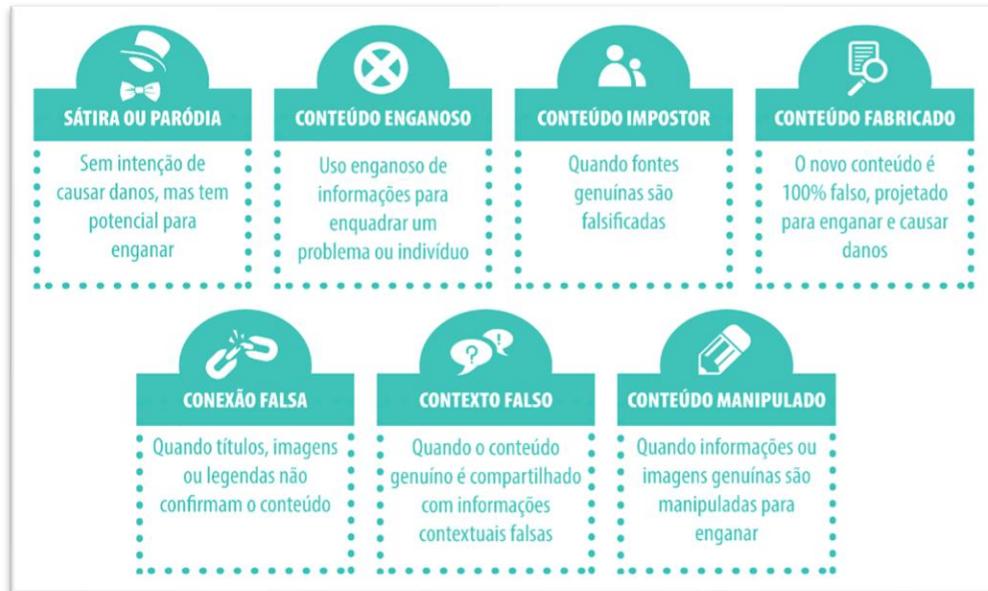
compreensão da natureza e do escopo da desinformação. Mais importante, é essencial distinguir desinformação de outras categorias (*misinformation* e *mal-information*). Ao menos três características relevantes devem ser levadas em consideração:

- a) desinformação é um tipo de informação. Ou seja, enquanto o termo informação às vezes é usado em um sentido que implica verdade, é também usado em um sentido que não é;
- b) desinformação é um tipo de informação enganosa; ou seja, é a informação que provavelmente criará crenças falsas. É esse recurso que torna a desinformação perigosa e digna de preocupação. No entanto, como ressalta Fallis (2015), por ter propensão a enganar, a desinformação sempre coloca as pessoas em risco de sofrer danos (epistêmicos ou não). Portanto, ainda é algo que gostaríamos de poder identificar e impedir a propagação.
- c) desinformação é informação não acidentalmente enganosa: a terceira característica da desinformação é que não deve ser por acaso que ela é enganosa. É essa característica que distingue a desinformação de formas mais inofensivas de informações enganosas, como erros honestos e sátiras.

Neste sentido, reflete o filósofo, ao supor que uma análise conte uma informação como desinformação, mesmo que não seja enganosa, ou apenas acidentalmente enganosa, essa será uma evidência de que a análise é muito ampla. Por outro lado, ao supor que uma análise não considere uma informação como desinformação, mesmo que seja enganosa, e não é por acaso que ela é enganosa, essa será uma evidência de que a análise é muito estreita. Fallis (2014, 2015) fez um exame a respeito de definições sobre desinformação a partir de autores como Floridi (1996, 2005, 2011), Fetzer (2004), Fallis (2009) e Skyrms (2010). Depois de considerar as incoerências dos conceitos quanto à sua redução (muito estreito) e quanto à sua abrangência (muito amplo), Fallis (2014) argumenta que há algo que unifica todos os casos de desinformação discutidos pelos autores analisados, concluindo que: “A desinformação é uma informação enganosa que tem a função de enganar alguém.” (Fallis, 2014, p. 625, tradução da autora). Em suma, a maioria das formas de desinformação, como mentiras, propaganda política, teorias da conspiração e falsa identidade, por exemplo, são enganosas porque a fonte pretende que a

informação seja enganosa. Wardle e Derakhshan (2018) propõem uma classificação do fenômeno da desordem informacional a partir do esquema abaixo (Figura 20).

Figura 19 - situações possíveis em contexto de desordem informacional



Fonte: Adaptado de Wardle e Derakhshan (2018)

A *sátira* e a *paródia* podem ser consideradas uma forma de arte, no entanto, em um mundo onde as pessoas recebem cada vez mais informações por meio de seus *feeds* sociais, tem havido confusão quando não se entende o que um site é satírico. Embora não tenham a intenção de causar danos, a sátira e a paródia têm potencial de enganar.

O conteúdo *enganoso* ocorre quando há a intenção de enganar, enquadrando questões ou indivíduos de certas maneiras, inserindo informações (fotos, citações ou estatísticas) de maneira seletiva. Visualizações e imagens são veículos particularmente poderosos para disseminar informações enganosas, pois nossos cérebros têm menos probabilidade de criticar os recursos visuais. Publicidade paga que imita o conteúdo editorial também se adequa nesta categoria quando é insuficientemente identificado como patrocinado.

Há uma *conexão falsa* quando as manchetes, informes visuais ou legendas não respaldam o conteúdo. O exemplo mais comum desse tipo de conteúdo são os títulos *clickbait*. Com o aumento da competição pela atenção do público, os editores precisam cada vez mais escrever manchetes para atrair cliques, mesmo que, ao ler o artigo, as pessoas sintam que foram enganadas. Isso também pode acontecer quando

imagens ou legendas são usadas, principalmente em sites para dar certa impressão, que não é respaldada pelo texto.

Contexto falso se caracteriza quando a imagem ou o conteúdo genuíno é circulado novamente fora de seu contexto original. Por exemplo, uma imagem do Vietnã, capturada em 2007, publicada novamente sete anos depois, foi compartilhada sob o pretexto de que era uma fotografia do Nepal após o terremoto de 2015.

Conteúdo fabricado pode se configurar em formato de texto, como os 'sites de notícias' totalmente fabricados, como o WTOE5 News, o autoproclamado site de notícias de fantasia que publicou um artigo sugerindo que o Papa havia endossado Donald Trump para presidente. O conteúdo era 100% falso projetado para enganar e causar danos. Essa forma de construção também pode ser classificada como *mal-information* – uma publicação deliberada de informações privadas para fins pessoais ou corporativos em vez de interesse público – como pornografia de vingança – ou uma mudança deliberada de contexto, data ou hora do conteúdo genuíno. É um conteúdo pensado e planejado para desinformar ativamente.

Conteúdo impostor diz respeito a muitos problemas reais com jornalistas e escritores que têm seus nomes usados ao lado de artigos que não escreveram, ou logotipos de organizações usados em vídeos ou imagens que eles não criaram. *Conteúdo manipulado*, por sua vez, diz respeito ao conteúdo genuíno que é manipulado para enganar.

Wardle e Derakhshan (2018) nos ajudam a pensar criticamente sobre as pessoas (muitas vezes anônimas ou impostoras) que criam esse tipo de informação, quais os formatos que essas informações assumem e como se espalham. Em outras palavras, o agente que cria uma mensagem em uma das tipologias acima elencadas pode ser diferente do agente que produz essa mensagem, que também pode ser diferente do agente que distribui a mensagem. Os autores também salientam observar as fases da produção da desinformação: criação, produção e distribuição, porque o agente que idealiza o conteúdo é muitas vezes separado dos produtores e divulgadores.

Consoante discutido, o significado do termo desinformação se estende além do conceito amplo de declarações incorretas ou comprovadamente falsas (Yengar; Gupta; Priya, 2022). a literatura recente identificou muitas dimensões da desinformação, argumentando que as notícias falsas foram armadas como uma ferramenta política, e que é necessário uma revisita ao que constitui conteúdo on-line

enganoso. Nesta tese, em particular, identifica-se ao menos cinco dessas dimensões que são mais utilizadas na produção de desinformação, classificadas a partir das taxonomias: Polarização; Falsa Identidade, Emoção; Difamação e Conspiração. Essas dimensões são discutidas mais adiante, na seção METODOLOGIA.

2.3 A TEORIA DA INOCULAÇÃO PSICOLÓGICA: CONTEXTO HISTÓRICO E NOVAS FORMAS DE APLICABILIDADE PRÁTICA

Desde que foi introduzida nos anos de 1960 pelo cientista social norte-americano Willian McGuire, a Teoria da Inoculação Psicológica impulsionou uma história dinâmica. Nos últimos anos, particularmente, cresceu o interesse da comunidade acadêmica em compreender mais detalhadamente como a inoculação - batizada por Eagly e Chaiken (1993, p. 561) de "a teoria avó da resistência à mudança de atitude" - confere resistência, com estudos que exploram o funcionamento preciso dos conceitos centrais da inoculação (aviso prévio ou ameaça e refutação preventiva), em conjunto com conceitos provenientes de outros domínios teóricos. As pesquisas contemporâneas também estão ampliando as aplicações práticas do modelo básico elaborado por McGuire, examinando novos usos em marketing, relações públicas, política e campanhas de saúde para adolescentes (Compton & Pfau, 2005). Assim, de maneira geral as novas pesquisas sobre a inoculação têm explorado duas dimensões:

- a) compreensão dos mecanismos internos responsáveis pela eficácia da inoculação, a partir da exploração do funcionamento preciso dos conceitos centrais como ameaça e refutação preventiva;
- b) aplicações práticas, examinando novos usos em marketing, relações públicas, campanhas de saúde para adolescentes e política. Mais do que nunca, os estudiosos compreendem o processo de resistência e a viabilidade da inoculação em diversos domínios importantes.

No entanto, há muito mais a compreender sobre como a inoculação funciona. Pfau (1997, p.134 apud Compton & Pfau, 2005) clamou por mais pesquisas "para enriquecer o construto, fornecendo maior precisão em sua utilização". Embora os pesquisadores tenham atendido a esses apelos, lançando luz sobre aspectos antes misteriosos do processo de inoculação e explorando novos domínios empolgantes, os

apelos continuam a inspirar investigações sobre resistência. É o caso do presente trabalho, que se debruça em torno das contribuições do modelo básico de inoculação aplicado ao contexto da desinformação.

2.3.1 Origens da teoria da inoculação

No contexto dos Estados Unidos, a pesquisa sobre persuasão, desde a década de 1920 até os anos de 1960, havia se concentrado quase exclusivamente em como persuadir de maneira mais eficaz (Pfau, 1997), e a persuasão havia sido "tratada quase exclusivamente como facilitadora de mudanças". (Miller & Burgoon, 1973, p. 6).

Preocupado com essa lacuna na pesquisa sobre persuasão, Willian McGuire (1970, p.36), que até então, atuava "ao lado dos persuasores", redirecionou seu programa na tentativa de entender como conferir resistência à influência. Utilizando-se de uma analogia à vacina biológica, a qual injeta-se uma versão enfraquecida de um vírus para permitir que o indivíduo construa resistência frente à ataques futuros, McGuire (1964) postulou que uma inoculação psicológica poderia alertar o indivíduo sobre um iminente ataque atitudinal (nomeada pelo teórico sob o termo de aviso prévio, ou ameaça) apresentado, ao mesmo tempo, sutis mensagens de refutação e argumentação preventiva. A partir dessa mensagem bilateral, produzir-se-ia, portanto, o efeito de resistência de atitude (inoculação psicológica).

O construto da inoculação por meio da exposição de mensagens compostas por *ameaça e refutação prévia* partiu do estudo precursor de Lumsdaine e Janis (1953), que sugeriu que fornecer ambos os lados de um fato eram, comparativamente, mais eficazes para influenciar atitudes em uma audiência, e que uma abordagem bilateral poderia conferir maior resistência a tentativas persuasivas subsequentes do que a exposição de uma informação unilateral. Os autores presumiram que a versão bilateral oferece ao destinatário "uma base antecipada para ignorar ou descontar a comunicação oposta e, assim, 'inoculado', o destinatário tenderá a reter a conclusão positiva" (Lumsdaine & Janis, 1953, p. 318).

Diante de tais evidências, o programa de McGuire ofereceu então, uma explicação para os efeitos positivos de uma mensagem bilateral em detrimento de uma mensagem unilateral, McGuire fundamentou sua teoria original de inoculação na analogia biológica da imunização. McGuire (1964) explicou:

Na situação biológica, a pessoa geralmente se torna resistente a algum vírus atacante por meio de uma pré-exposição a uma dose enfraquecida do vírus. Essa dose leve estimula suas defesas para que ele esteja mais bem preparado para superar qualquer ataque viral maciço ao qual ele seja posteriormente exposto, mas não é tão forte a ponto de causar a doença por si só. (McGuire, 1964, p. 200).

Ao longo de seu programa de pesquisa, McGuire e colegas continuamente referenciaram essa base analógica (McGuire, 1961a, 1970; McGuire; Papageorgis, 1961, 1962) e pediram uma análise mais detalhada da analogia biológica como um ponto de partida para futuras pesquisas de inoculação (McGuire; Papageorgis, 1962). Em resumo, a teoria da inoculação é explicada e inspirada por uma comparação analógica com a inoculação médica. Ao contrário das pesquisas típicas de persuasão que ofereciam métodos para influenciar melhor, a inoculação constitui uma estratégia preventiva. De fato, a teoria da inoculação apoia o adágio médico de que "a prevenção é o melhor remédio".

No início de seu programa de pesquisa, McGuire supôs que a ameaça desempenhava um papel crucial na conferência de resistência (McGuire, 1962; McGuire; Papageorgis, 1961). Uma suposição subjacente era que o receptor deve sentir que uma crença existente está ameaçada para motivar o trabalho necessário para fortalecer uma atitude, ou seja, deveria haver um catalisador para a resistência. McGuire propôs que esse catalisador era a *ameaça*, conceituada como o reconhecimento de desafios iminentes às atitudes, o que desencadeia uma percepção da vulnerabilidade das atitudes a possíveis mudanças. (Compton; Pfau, 2005).

A pesquisa inicial de inoculação de McGuire assumiu que a ameaça era iniciada pela mera presença de contra-argumentos na mensagem de "pré-tratamento de inoculação". Ele postulou que a percepção de que havia argumentos contrários em relação à própria posição seria suficiente para iniciar o processo de fortalecimento da atitude (McGuire, 1961a; McGuire; Papageorgis, 1961; Papageorgis; McGuire, 1961) ou ser "estimulante de defesa". (McGuire, 1964, p. 202). Essa percepção da vulnerabilidade das atitudes foi descrita como "valor de choque" (McGuire, 1961a) - a constatação de que uma atitude existente ainda não é imune a ataques. Mais tarde, McGuire e Papageorgis (1962) introduziram o aviso prévio: descrito como uma ameaça extrínseca adicional, que funcionaria em conjunto com a ameaça intrínseca de perceber contra-argumentos em relação à própria posição, aprimorando o

processo de inoculação. O conceito de "aviso prévio" refere-se, portanto, ao ato de expor as pessoas a uma versão atenuada ou enfraquecida de um argumento oposto antes de elas serem confrontadas com uma mensagem persuasiva contrária mais forte. Em suma, uma espécie de preparação psicológica.

De acordo com o modelo de McGuire e Papageorgis (1962), ao introduzir de maneira suave argumentos ou informações que possam ser usadas contra a posição que se deseja proteger, cria-se uma espécie de *imunização cognitiva*. Isso permite que as pessoas desenvolvam respostas defensivas e construam argumentos contra o ataque persuasivo futuro, de maneira semelhante à ideia de vacinação biológica, onde uma exposição controlada a uma forma enfraquecida do vírus ajuda o sistema imunológico a se fortalecer contra uma exposição mais intensa posteriormente. Da mesma forma, o "aviso prévio" na inoculação psicológica procura fortalecer a resistência cognitiva das pessoas às mensagens persuasivas que possam desafiar suas crenças.

Já a *ameaça intrínseca* faz referência à introdução deliberada de argumentos ou informações que desafiam as crenças existentes de uma pessoa durante o processo de "inoculação". Essa estratégia é projetada para fortalecer as crenças e resistência psicológica da pessoa contra possíveis argumentos persuasivos contrários. Ao expor os indivíduos a uma versão diluída ou fraca do argumento oposto, a *ameaça intrínseca* visa "preparar a mente" para possíveis desafios persuasivos futuros. Essa exposição controlada a elementos contraditórios permite que as pessoas desenvolvam respostas defensivas, construindo argumentos e contra-argumentos que ajudam a resistir a influências persuasivas externas.

McGuire e Papageorgis (1962) descobriram que a adição de ameaça extrínseca (ou seja, aviso prévio) aumentava a "imunidade", mas que a combinação de ameaça extrínseca e intrínseca era mais eficaz do que cada uma isoladamente (McGuire; Papageorgis, 1962). Sem ameaça gerada, os tratamentos de inoculação não conferem resistência ótima, sendo esta, componente-chave da inoculação (Pfau et al., 1997) porque a inoculação funciona construindo resistência "principalmente aumentando a motivação das pessoas para defender crenças". Assim, a ameaça é a "característica mais distintiva da inoculação". Simplificando, a inoculação é impossível sem ameaça (McGuire, 1962; Pfau, 1997; Pfau et al., 1992).

Passadas décadas desde a introdução dos conceitos da Teoria da Inoculação Psicológica, ainda não há um consenso sobre se o aviso prévio (ameaça),

isoladamente, já seria capaz de produzir um efeito de inoculação. No entanto, McGuire e Papageorgis (1962) supuseram que, embora o aviso prévio confira resistência, este, sozinho, não é tão eficaz quanto o aviso prévio acompanhado de *preempção (precedência) refutativa*. A "preempção refutativa" fornece conteúdo específico que os receptores podem utilizar para fortalecer atitudes contra mudanças subsequentes (Pfau et al., 1997a, p. 188). McGuire assumiu que esse processo, chamado de "contra-argumentação oculta", era o elemento cognitivo ativo na resistência (Eagly; Chaiken, 1993, p. 564). A componente de *refutação preventiva* de um tratamento de inoculação é pensada para promover resistência cognitiva de duas maneiras: (1) fornecendo o conteúdo específico a ser usado na refutação do ataque à atitude; (2) oferecendo prática orientada no ato de contra-argumentar.

Insko (1967, p.302 apud Compton e Pfau, 2005) insistiu que a capacidade da inoculação de gerar contra-argumentos "é crucial para a teoria, uma vez que a resistência supostamente resulta da acumulação de material de fortalecimento de crença". McGuire e colegas operacionalizaram a refutação preventiva em apenas um de seus estudos de inoculação. Nesse experimento, Papageorgis e McGuire (1961) deram aos participantes cinco minutos para escreverem quantos argumentos conseguissem que apoiassem suas crenças após ler a mensagem de ataque. Papageorgis e McGuire (1961) não encontraram diferença significativa na produção de contra-argumentação entre aqueles que receberam um tratamento refutacional e aqueles na condição sem tratamento (controle).

2.3.2 A Teoria da Inoculação Psicológica aplicada ao contexto da desinformação: o método *prebunking*

Pesquisas contemporâneas encontraram apoio para o papel dinâmico da refutação preventiva na resistência atitudinal, sob a explicação convencional de que os tratamentos de inoculação constroem um arsenal de argumentação. Neste estudo, foca-se na aplicação da Teoria da Inoculação Psicológica no contexto da desinformação baseado na exposição das técnicas de desinformação mais comuns nas redes sociais, (*technique-based inoculation against real world misinformation*), acrescidas de explicações refutativas. (Roozenbeek; van der Linden, 2019). Com base nos resultados empíricos publicados por esses pesquisadores, argumenta-se aqui que tal método pode resultar em um tratamento animador de inoculação cognitiva,

somando-se às iniciativas já produzidas pela sociedade com vistas a mitigar os efeitos da desordem informacional, entre as quais, o desmascaramento produzido por agências de checagem de fatos. Embora pertinentes, estudiosos apontam para as limitações de ferramentas como essa, sinalizando que informações verificadas podem não alcançar todas as pessoas que foram “contaminadas” pela desinformação. (Banas; Rains, 2010).

Os primeiros experimentos em torno das contribuições da Teoria da Inoculação Psicológica no combate à desinformação nas redes sociais foram descritos a partir de Van der Linden et. al. (2017) a partir da concepção do método *prebunking*, sendo avaliado, especificamente, no contexto das mudanças climáticas – debate que passou a ser alvo de intensas campanhas desinformativas globalmente e que, até então, não havia sido testada no contexto das alterações climáticas. Assim, os pesquisadores conduziram os estudos para responder a duas questões-chave de investigação: (1) a presença de desinformação “negaria” o efeito positivo da comunicação do consenso científico sobre as alterações climáticas? E se assim fosse, (2) seria possível “inocular” as atitudes públicas sobre o grau de consenso científico contra a desinformação (influyente)?

Com base em pesquisas anteriores, van der Linden et. al. (2017) levantaram a hipótese de que o processo de inoculação iria de fato proteger atitudes (positivas) pré-existentes, bem como ajudar a neutralizar o raciocínio motivado. Dois estudos foram conduzidos para responder às referidas questões de pesquisa. No primeiro, os cientistas utilizaram uma amostra probabilística representativa a nível nacional da população dos EUA (N = 1000) para testar várias declarações de desinformação sobre o consenso científico em torno das alterações climáticas causadas pelo homem. No Estudo 2, conduziram um experimento on-line aleatório usando uma amostra grande e diversificada (N = 2.167) para testar se era possível “inocular” as pessoas contra tal desinformação. (van der Linden *et al.*, 2017).

De maneira geral, nos experimentos, os voluntários observaram, inicialmente, uma imagem que continha uma mensagem a respeito do seguinte consenso científico: “97% dos pesquisadores do clima concluíram que as mudanças climáticas causadas pelo fator humano estão acontecendo”. Em seguida, exibiram aos voluntários um enunciado desinformativo (uma petição que teria sido assinada por mais de 30.00 pessoas denunciando que “não havia evidências” de que as mudanças climáticas estavam sendo causadas pelos humanos). Em um segundo momento, as duas

mensagens foram exibidas lado a lado. Em um terceiro cenário, van der Linden e colegas (2017) mostraram aos participantes a mensagem abaixo, que foi classificada como uma “vacina parcial”:

Quase todos os cientistas do clima (97%) concluíram que as mudanças climáticas causadas pelo homem estão acontecendo. Alguns grupos motivados politicamente utilizam táticas enganosas para convencer o público de que é um desacordo entre os cientistas. No entanto, pesquisas científicas têm descoberto que não há dúvidas de que humanos estão causando mudanças climáticas. (Van der Linden *et al.*, 2017).

Os voluntários foram também expostos a uma “vacina completa”, com mensagens persuasivas mais específicas, que traziam explicações sobre o porquê de a petição não ser confiável (um dos nomes do documento, por exemplo, era Charles Darwin, que sequer estava mais vivo, por exemplo), antes de exibirem o conteúdo falso. Os cientistas concluíram que tanto os estudantes expostos à “vacina parcial” quanto à “vacina completa” mudaram a percepção em torno do tema enquanto o grupo exposto apenas ao conteúdo desinformativo se mostrou mais cético quanto à narrativa em torno do consenso científico. O experimento descrito acima apontou que as atitudes públicas sobre as alterações climáticas poderiam ser eficazmente “inoculadas” contra a desinformação influente. Em particular, os resultados apontaram para três conclusões importantes:

- a) forte apoio para a eficácia mudanças climáticas causadas pelo homem;
- b) informações sobre o consenso em um ambiente de informação politicamente “contestado”, isto é, contrariado por uma petição real alegando que não há consenso científico sobre as mudanças climáticas causadas pelo homem, com resultados que indicaram que a influência positiva da “mensagem de consenso” foi largamente negada quando apresentada juntamente com essa desinformação;
- c) o estudo também concluiu que grande parte do efeito de consenso inicial foi preservado (até dois terços) pelas mensagens de inoculação, revelaram-se igualmente eficazes, independentemente da orientação política.

Van der Linden *et al.* (2017) sugeriram então que a “inoculação” é uma abordagem promissora para proteger a compreensão pública do consenso científico

existente de que as alterações climáticas causadas pelo homem estão a acontecer, o que, como demonstraram pesquisas anteriores, funciona como uma importante “porta de entrada” de cognição para outras crenças fundamentais sobre a questão. A partir de então, aproximaram o entendimento de que seria possível mitigar os efeitos da desinformação on-line por meio dos conceitos da inoculação psicológica e partiram para uma segunda etapa, que consistia em buscar um “antídoto psicológico” que pudesse ser aplicado a qualquer contexto no “mundo real”.

2.3.3 O modelo de inoculação *technique-based* de exposição de estratégias de persuasão comuns nas redes sociais

A equipe do departamento de Psicologia Social da Universidade de Cambridge mapeou as técnicas de persuasão mais utilizadas por grupos políticos mal-intencionados (teorias da conspiração, ataques às minorias, uso de linguagem emocionalmente manipulativa, estímulo à polarização política, utilização de *bots* e perfis falsos nas redes sociais). A hipótese era que, se os indivíduos fossem expostos previamente a tais técnicas, poderiam se tornar menos vulneráveis à desinformação. Chegaram então a um consenso em torno de qual formato a “vacina psicológica” seria mais atraente para alcançar usuários: a linguagem dos jogos. No âmbito de suas pesquisas, produziram algumas intervenções psicológicas na forma de jogos on-line. Roozenbeek e Linden (2019) foram os primeiros a implementarem esse princípio da inoculação ativa, em uma experiência totalmente nova no contexto dos “*Fake News Games*”.

A intervenção do jogo *Bad News* (Figura 21) consiste em um jogo de navegador de acesso livre que leva aproximadamente 15 minutos para ser concluído. A ferramenta é capaz de renderizar caixas de texto, imagens e postagens em forma de “tuítes” para simular a disseminação de notícias on-line. Durante a aventura, o jogador, que cumpre o papel de um profissional da desinformação, é apresentado a seis técnicas de persuasão comuns nas redes sociais. Ao final de cada cenário, é recompensado por espalhar mensagens fraudulentas e punido (perde credibilidade e seguidores) se escolher opções que coadunam com ou a ética jornalística. O objetivo é atrair tantos seguidores quanto possível, enquanto também maximizar a credibilidade, como exibido na Figura 22. Assim, gradualmente, o jogador vai de uma

presença anônima de mídia social à administração de popular “um império de *fake news*”.

Figura 20 - Captura da tela inicial do jogo Bad News



Fonte: jogo Bad News (2022).

Figura 21 - Barra com contador de *followers* e *credibility* do Bad News



Fonte: jogo Bad News (2022).

Em testes para avaliar a eficácia do jogo, com a participação de cerca de 15 mil voluntários, Roozenbeek e van der Linden (2019) concluíram que, depois de experimentarem o jogo, jogadores do Bad News foram capazes de identificar material duvidoso ou menos confiável – o que ocorreu com inferior intensidade ao serem expostos a peças desinformativas antes de jogarem o jogo. Além disso, o efeito de inoculação foi percebido entre diferentes idades, níveis educacionais e ideologias políticas, permanecendo consistentes em cinco idiomas diferentes do Bad News.

Outro jogo similar, Go Viral (Basol *et al.*, 2021), (Figura 23), focam na desinformação em torno das vacinas contra a COVID-19.

Figura 22 - Captura de tela do jogo Go Viral!

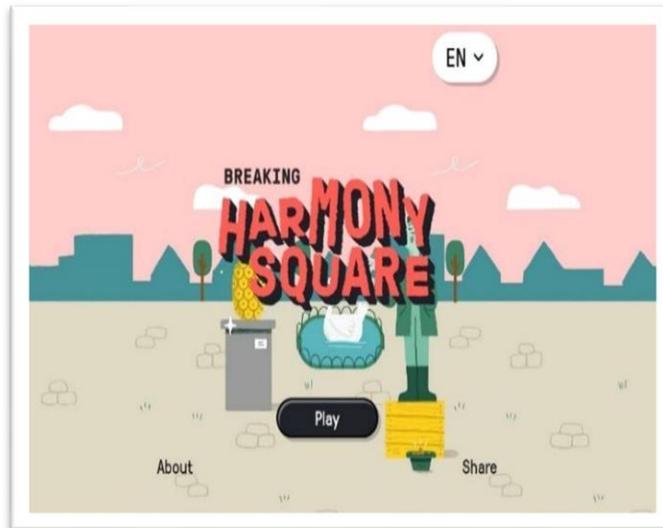


Fonte: Go Viral! (2022).

Assim como o Bad News, Go Viral! é gratuito e simula uma rede social (Go Viral!, 2022). Na narrativa o jogador é lentamente “atraído” a uma “câmara de eco” onde a desinformação em torno da pandemia da Covid-19 circula livremente e sem contrapontos. Em três cenários, os usuários são estimulados a tomar decisões ativamente, o que leva os jogadores a criarem seus próprios “anticorpos” psicológicos. Neste jogo, o jogador aprende três técnicas de manipulação: 1) linguagem moral-emocional; 2) uso de fontes duvidosas ou questionáveis para conferir falsa noção de credibilidade e 3) uso de teorias da conspiração. Dura cerca de nove minutos e está disponível em 13 idiomas – incluindo português. Os testes de avaliação do Go Viral! também replicam o método utilizado para medir a eficácia do Bad News. Antes de jogarem, os voluntários foram expostos a três mensagens relacionadas à Covid-19 classificadas como desinformação e outras três mensagens construídas com dados reais, publicados em *tweets* de veículos de comunicação de confiança: (BBC News, Associated Press e Reuters). Depois de completarem o jogo, os voluntários (N=14.755) foram convidados a participar da segunda parte do estudo: avaliar a capacidade de manipulação das mesmas postagens de mídia social que viram no pré-teste. Os jogadores também responderam a um questionário com perguntas como: faixa etária, gênero, educação, ideologia política, além de região geográfica. (Basol *et al.*, 2021). Já no Breaking Harmony Square (2022) o jogador precisa produzir uma campanha de persuasão destinada a dividir a comunidade. Nesta arquitetura, são

apresentadas algumas das táticas encontradas nas redes sociais para criar um ambiente de polarização política (Figura 24).

Figura 23 – Tela inicial do Breaking Harmony Square



Fonte: *Breaking Harmony Square Game* (2022).

Esta tese, portanto, se inspira nas pesquisas empíricas descritas acima para desenvolver o jogo de inoculação Meias#Verdades. A aplicação do método para conter a infodemia no “mundo real” requer, contudo, conhecimento não só sobre as técnicas de manipulação utilizadas para ludibriar a audiência em ambiente digital, como também dos mecanismos que influenciam na disseminação do “vírus” da desinformação, sobretudo quando motivadas politicamente. Inegavelmente as redes sociais remodelaram o fluxo de informação na sociedade. Especificamente, modificaram a velocidade a qual a informação pode viajar, o incontável número de pessoas que podem ser atingidas em um curto espaço de tempo e o quão facilmente tais conteúdos podem ser manipulados a partir das redes sociais e aplicativos. Assim, compreender esses mecanismos é essencial para a construção e administração de uma “vacina cognitiva” para conter o patógeno da desinformação.

Na próxima seção, discutir-se-á as estratégias utilizadas principalmente por motivação política para, semanticamente, mobilizar afetos no contexto das redes sociais digitais, entre as quais: linguagem emocionalmente manipuladora para evocar emoções fortes, como indignação ou medo (Berriche; Altay, 2020; Bradya *et al.*, 2017); mensagens que amplificam artificialmente divisão de grupos opostos (polarização) (Simchon; Bradya, 2022; Lewandowsky; Gignac; Oberauer, 2013), uso de *bots* (*robôs*)

e curtidas falsas para atacar “inimigos” (Shao *et al.* 2018); e falácias lógicas (Cook; Lewandowsky; Ecker, 2017), conteúdos de teor conspiratório e adulteração de contas de usuários de conhecida credibilidade do público, como veículos de comunicação ou personalidades que influenciam a opinião pública (neste trabalho, classificadas sob a taxonomia ‘falsa identidade’).

2.3.4 Categorias de manipulação comuns nas redes sociais

O contexto de guinada à extrema direita que atualmente marca a sociedade brasileira, sobretudo devido à sistematização do que se classifica aqui como “ecossistema de desinformação bolsonarista”, motivou esta tese a tentar compreender de que maneira tais grupos políticos estruturaram suas técnicas de manipulação, investigando a fundo seus métodos. Este estudo busca inspiração na abordagem *prebunking* contida no jogo Bad News, tomando como ponto de partida a categorização das estratégias de persuasão classificadas a partir da sigla DEPICT¹² (*Discrediting, Emotion, Polarization, Impersonation, Conspiracy e Trolling*). (Traberg *et al.*, 2022). Especificamente, adaptou-se tais categorias ao contexto das redes sociais brasileiras, associando-as a partir das seguintes taxonomias: Difamação, Emoção, Polarização, Falsa Identidade e Conspiração. Essa classificação proposta será detalhada na seção 3 sobre Metodologia.

2.3.4.1 Difamação (*discrediting*)

De uma maneira ou de outra, produtores de desinformação precisam lidar com o desafio de serem contestados ou confrontados por jornalistas ou verificadores de dados a respeito da veracidade dos conteúdos os quais publicizam em ambiente on e off-line. Com frequência, a difamação de oponentes (*discrediting*) é uma técnica que tem como objetivo desviar a atenção da audiência para acusações a partir de ataques à fonte ou críticas. Ilustração clássica da técnica de desacreditar foi empregada pelo ex-presidente norte-americano Donald Trump, que, em 17 de fevereiro de 2017, postou (Figura 24): “*The FAKE NEWS media (failing @nytimes, @NBCNews, @ABC,*

¹² Em tradução livre, a sigla DEPICT formulada pelos autores pode ser compreendida a partir das iniciais dos vocábulos: Desacreditar, Emoção, Polarização, Impersonalizar, Conspiração e Trollagem.

@CBS, @CNN) is not my Enemy, it is the Enemy of the American People!”. (Van Der Linden, p.196, 2023).

Figura 24 - Tweet de Trump atacando a imprensa norte-americana



Fonte: *Twitter* de Donald Trump (2017).

O efeito “*you are fake news*” (você é *fake news*, em inglês) foi analisado por van der Linden, Panagopoulos e Roozenbeek (2020) para medir o viés em torno dessa retórica como um fator importante de estímulo ao sentimento de descrédito da mídia perante a opinião pública. Os pesquisadores realizaram uma pesquisa de abrangência nacional nos Estados Unidos, onde empregaram um método clássico nas pesquisas de opinião (raciocínio *top-of-mind*), solicitando aos voluntários que respondessem a primeira coisa que viesse à mente ao ouvirem o termo “*fake news*”.

A associação conhecida como “*top-of-mind*” ajuda a descobrir a representação mental implícita que as pessoas têm a respeito de um conceito – primeiros pensamentos, palavras, símbolos que vêm à mente quando são levadas a refletir rapidamente em torno de algo, ou seja, uma sugestão (Clarke *et al.*, 2015). Por exemplo, a primeira coisa que vem à mente quando pensamos na palavra “felicidade” é “sorriso” para os americanos, mas “família” para os coreanos (Shin *et al.*, 2018; van der Linden, Panagopoulos; Roozenbeek, 2020).

Van der Linden *et al.* (2020) entrevistaram cerca de 1.000 americanos em fevereiro de 2018 e codificaram manualmente suas respostas. No total, a composição da amostra foi a seguinte: 53% mulheres, 47% homens, 68% brancos, 11% negros, 13% hispânicos, 2% asiáticos, 1% nativos americanos e 5% mistos ou outros. Cerca de 4% da amostra não recebeu educação formal, 36% obtiveram o ensino médio, 21% relataram alguma faculdade e 39% tinham ensino superior ou superior. Em termos de ideologia política, 28% dos participantes relataram identificar-se como liberais, 35% moderados e 37% conservadores. Cerca de 32% votaram em Hillary Clinton nas

eleições presidenciais dos EUA de 2016, 34% votaram em Donald Trump, 26% não votaram, com o restante (8%) votando em outro candidato. Em suma, três temas associados emergiram em torno do termo “*fake news*”:

- a) palavras relacionadas à mídia (imprensa liberal, Fox, CNN);
- b) a expressão negativa de emoções (mentira, dúvida);
- c) referências políticas (Trump, governo, Rússia).

Em termos absolutos, a maioria das associações foram sobre a mídia (44%) e políticos (38%). Com relação ao público politicamente identificado como “conservador”, 75% das respostas associaram o termo *fake news* ao veículo de comunicação CNN (a associação entre a CNN e o vocábulo *fake news* emergiu em apenas 3% dos liberais). Por outro lado, 59% dos liberais associaram “*fake news*” à mídia “*Fox News*”.

Outra descoberta pertinente foi que, para conservadores, a maioria das associações com o termo “*fake news*” esteve relacionada à mídia, enquanto para liberais, o termo esteve mais relacionado a políticos (Donald Trump, em particular). Assim, van der Linden, Panagopoulos e Roozenbeek (2020) concluíram que o viés ideológico em torno das “*fake news*” atravessa tanto conservadores quanto liberais. Todavia, conservadores estiveram substancialmente mais propensos do que os liberais a afirmarem que a grande mídia é sinônimo de “*fake news*” - possivelmente seguindo sugestões do ex-presidente Trump e do Partido Republicano.

Estudo de Tuzzo e Temer (2021) sobre agressões às profissionais de imprensa por parte de militantes bolsonaristas ou pelo próprio ex-presidente evidenciou o quanto a relação entre a política e jornalismo no Brasil se tornou tensa, principalmente estimulada pelo governo do ex-presidente, com destaque para o gênero feminino como alvo. Em 2020, o ex-presidente insultou, com insinuação sexual, a jornalista da Folha de S. Paulo, Patrícia Campos Mello. “Ela [repórter] queria um furo. Ela queria dar o furo [risos dele e dos demais]”, disse o presidente, em entrevista, diante de um grupo de simpatizantes em frente ao Palácio da Alvorada. Após uma pausa durante os risos, Bolsonaro concluiu: “a qualquer preço contra mim”. A declaração foi uma referência ao depoimento de um ex-funcionário de uma agência de disparos de mensagens em massa por WhatsApp durante campanha presidencial de 2018, dado à Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) das *Fake News* realizada pelo Congresso Nacional. Em dezembro daquele ano, reportagem da Folha

de S. Paulo, assinada por Patrícia Campos de Mello, em conjunto com Artur Rodrigues, denunciou que uma rede de empresas recorreu ao uso fraudulento de nome e CPF de idosos para registrar chips de celular e garantir o disparo de lotes de mensagens em benefício de políticos. (Uribe, 2020).

2.3.4.2 Emoção (*emotion*)

Outra tática de manipulação levantada na estrutura DEPICT é a emoção, lançada como recurso para mobilizar a audiência por meio do estímulo de sentimentos primitivos da experiência humana, como raiva ou medo. Estudo de Brady *et al.* (2017) mostrou que a expressão da emoção e da moral (por exemplo, demonstrar ódio ou raiva) mobiliza afetos, servindo de base para a disseminação de ideologias extremistas e radicais, em um processo classificado pelos pesquisadores como “contágio moral”. No entanto, na análise dos autores, o campo da psicologia moral ainda precisa investigar por que algumas ideias morais e políticas se espalham mais rapidamente ou amplamente do que outras.

Brady *et al.* (2017) usaram uma grande amostra de comunicações de mídia social sobre questões polarizadoras em debates de políticas públicas (controle de armas, casamento entre pessoas do mesmo sexo, mudanças climáticas) e descobriram que a presença de linguagem moral-emocional em mensagens políticas é circunscrita pela associação ao grupo e que aumenta substancialmente sua difusão dentro fronteiras de grupos ideológicos, por exemplo, dentro das redes liberais e conservadoras, e menos entre elas. Os autores concluíram que, se a moralidade está profundamente ligada à emoção, então a transmissão social da emoção provavelmente desempenha um papel substancial na transmissão da moralidade por meio das redes sociais – um raciocínio que pode ajudar a explicar por que certas mensagens políticas “*viralizam*” nas mídias sociais, como citado anteriormente aqui no estudo de Vosoughi, Roy e Aral (2018).

Brady *et al.* (2017) levantaram a hipótese de que a presença de emoções morais aumentaria a probabilidade de uma determinada mensagem se tornar “viral”. Os pesquisadores levantaram várias questões-chave sobre o processo de contágio moral nas redes sociais, incluindo o seguinte:

- a) o contágio moral é simplesmente impulsionado pelo contágio emocional básico ou requer uma mistura de avaliação moral e expressão emocional?

- b) o contágio moral é impulsionado por um “viés de negatividade”, como é o caso de outros processos psicológicos, ou captura um processo mais geral que se aplica tanto às emoções positivas quanto às negativas?
- c) existem emoções específicas que impulsionam o contágio moral?
- d) o contágio moral contribui para a difusão do conteúdo moral dentro e entre redes de grupos políticos, ou apenas dentro deles?

Essas perguntas foram centrais não apenas para entender o contágio moral, mas também para entender fenômenos como a polarização política e a comunicação (Conover, 2021). Para investigar essas questões, Brady *et al.* (2017) selecionaram três tópicos politicamente polarizadores: controle de armas (estudo 1); casamento entre pessoas do mesmo sexo (estudo 2); e, mudanças climáticas (estudo 3) – assuntos altamente controversos na política americana.

Levando em conta que a linguagem é uma maneira direta pela qual as pessoas comunicam emoções, Brady *et al.* (2017) codificaram a linguagem nas mensagens do Twitter para quantificar a moralidade e a emoção. Especificamente, usaram e testaram dicionários previamente validados (Tausczik; Pennebaker, 2010; Graham; Haidt; Nosek, 2009) para contar a frequência de palavras morais e emocionais em cada *tweet*. (Palavras morais são aquelas que aparecem apenas no dicionário moral, palavras emocionais aparecem apenas no dicionário emocional e palavras morais-emocionais (por exemplo, ódio) são aquelas que aparecem em ambos os dicionários. “Contágio” foi indexado como a quantidade de vezes que cada mensagem foi retuitada por um usuário para cada tópico moral/político. Um “retuite” ocorre quando um usuário compartilha a mensagem de outro usuário com sua própria rede social e representa uma forma fundamental de difusão de informações no *Twitter*.

- a) no estudo 1, investigaram se a linguagem moral e emocional contida nas mensagens previa o contágio sobre o tema do controle de armas ($n = 102.328$). Mediram a linguagem distintamente moral, a linguagem distintamente emocional e a linguagem moral-emocional para cada mensagem e ajustaram um modelo de regressão prevendo a taxa de retuite (30% das mensagens foram retuitadas pelo menos uma vez);
- b) no estudo 2, replicaram esses resultados no domínio do casamento entre pessoas do mesmo sexo ($N = 47.373$). Mais uma vez, mediram a linguagem distintamente moral, linguagem distintamente emocional e linguagem moral-

- emocional e ajustaram um modelo de regressão prevendo a taxa de retuite (23% das mensagens foram retuitadas);
- c) no estudo 3, obtiveram resultados paralelos em relação às comunicações sobre mudanças climáticas (N = 413.611). Usaram os mesmos métodos dos estudos anteriores (29% das mensagens foram retuitadas).

Usando redes sociais que ocorrem naturalmente no então Twitter, Brady *et al.* (2017) identificaram um papel crítico para a emoção quando se trata da difusão de ideias morais em redes sociais on-line reais. Usando uma grande amostra de *tweets* sobre três questões polarizadoras (n = 563.312), a presença de palavras moral-emocional nas mensagens aumentou sua transmissão em aproximadamente 20% por palavra. O efeito da linguagem moral-emocional foi observado além da linguagem distintamente moral e distintamente emocional, bem como outros fatores que são conhecidos por aumentar a difusão online de mensagens. A constatação de Brady *et al.* (2017) amplia as teorias atuais ao identificar um processo de transmissão social de difusão de informações e promove questões relativas ao papel da influência social no domínio da moralidade, isto é, como as mensagens on-line podem afetar as atitudes morais.

Pelo exposto, parece provável que políticos expressem emoções morais – de valência positiva ou negativa – em um esforço para aumentar a exposição da mensagem e influenciar as normas percebidas nas redes sociais. A disseminação de conteúdo moral-emocional em peças desinformativas é potencialmente perigosa quando utilizada para justificar pensamentos supremacistas existentes que naturalizam as desigualdades entre grupos como parte da ordem “dada por Deus” ou natural das coisas. Quando as pessoas que possuem crenças supremacistas encontram propaganda extremista, elas podem se tornar radicalizadas em uma maneira de pensar que posiciona o outro grupo como uma ameaça existencial a si mesmo, ao seu grupo ou à sua existência futura. (Miller-Idriss, 2020, p. 20).

A retórica bolsonarista inundou, nos últimos anos, o discurso público não com discussões sobre tópicos como justiça social ou fortalecimento da democracia, mas sim com a ameaça de que o "comunismo" poderia tomar conta do país, causando caos e pânico moral. A narrativa de que a esquerda "comunista" poderia assumir o poder ainda ressoa no inconsciente coletivo dos brasileiros, como sugere pesquisa divulgada em 19 de março de 2023, pelo Instituto de Inteligência, Pesquisa e

Consultoria (Ipec). Segundo o estudo, 44% dos brasileiros acreditavam que o Brasil corria o risco de se tornar um país "comunista" com Lula no poder. Destes, 31% afirmaram acreditar completamente na "ameaça comunista".

Argumenta-se neste trabalho que o fracasso da tentativa de reeleição e a decisão do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) que tornou Bolsonaro inelegível até as eleições presidenciais de 2030 têm reconfigurado a extrema direita a partir de novos atores e narrativas, deslocando o seu discurso, outrora marcado pela retórica da ameaça comunista - sobretudo com uso de estratégias de polarização e conspiração (detalhadas adiante) - para investir no que nomeia-se aqui como "moralismo tóxico", ou seja, uma agenda predominantemente excludente sob o manto do fundamentalismo cristão. A hipótese é de que a pauta anticomunista e conspiratória baseada no medo perde engajamento e abre espaço para a exploração absoluta do pânico moral de viés religioso ultraconservador.

2.3.4.3 Falsa Identidade (*impersonation*)

A técnica de manipulação classificada aqui como falsa identidade é geralmente usada a partir de duas variantes. A primeira envolve a falsificação de uma conta de usuário de uma pessoa real nas redes sociais, a partir de uma imitação sutil. Essa técnica pode atingir uma celebridade, um especialista ou até mesmo um político. (van der Linden, 2023, p. 201). Uma segunda variante seria a técnica de criação de uma página ou perfil que simula uma organização legítima, como um veículo de comunicação especializado em jornalismo, mas que não utiliza nenhuma técnica ou norma ética própria do jornalismo, como a boa acurácia ou uso de fontes verificáveis. Especialistas têm apontado que, desde que Elon Musk assumiu o microblog X (ex-Twitter), em outubro de 2022, a plataforma se tornou um grande ponto de acesso ao extremismo e disseminação de conteúdo falso.

Especificamente, com relação à segunda modalidade de impersonificação, van der Linden (2023) pontua que essa técnica é bastante popular durante guerras. Depois que a Rússia invadiu a Ucrânia em fevereiro de 2022, as redes sociais foram inundadas com "*shallowfakes*" – imagens e vídeos adulterados que emulavam a presença de tropas ucranianas ou russas com o objetivo de manipular a audiência sobre a situação de ambos os lados durante a guerra.

Outro exemplo marcante de impersonificação a partir do que se classifica aqui como falsa identidade, enquanto categoria desinformativa, é um artigo “científico” que acompanha o Global Warming Petition Project, que utiliza o *template* do Proceedings of the National Academy of Science para borrar a credibilidade e levar as pessoas a acreditarem que a petição veio da prestigiada instituição. Em um dos artigos relacionados ao “projeto”, autores defendem que o aumento de emissão de CO2 no planeta não produziu consequências drásticas no clima e no meio ambiente. Após inúmeras revisões, o conselho da Academia Nacional de Ciência precisou publicar um comunicado denunciando a petição e informando ao público a respeito das controvérsias. (van der Linden, 2023, p. 202).

No contexto da política brasileira, essa categoria desinformativa encontra eco em páginas como o Brasil Paralelo - uma produtora que reúne, essencialmente, conteúdo de extrema direita - e Revista Oeste, de mesma orientação ideológica. Adiante destacar-se-á como esse modelo de desinformação tem contribuído para normalizar a radicalização no *mainstream* político.

2.3.4.4 Polarização (*polarization*)

Entende-se um conteúdo como polarizador, no contexto das redes sociais, como aquele que amplifica artificialmente tensões e queixas existentes entre grupos na sociedade, estimulando as diferenças políticas para obter apoio ou antagonismo em relação a pontos de vista e ideologias partidárias. Utiliza-se essencialmente do estímulo de linguagem moral-emocional para dividir as pessoas. Assim, a técnica de polarização envolve a tentativa deliberada de deslocar as pessoas para longe do centro do espectro político, aumentando assim a distância entre diferentes agrupamentos sociais, como por exemplo, políticos de esquerda e políticos de direita, liberais e conservadores, e assim por diante.

Uma dessas ferramentas postíças, amplamente utilizada por produtores de desinformação para polarizar a sociedade em ambiente virtual é a falsa amplificação - uma tática que consiste no uso de ferramentas automatizadas que “tuitam” ou retuitam conteúdo polarizador para inundar um discurso ou contestar algum assunto. Himelein-Wachowiak *et al.* (2021) destacam que *bots* - abreviação de robôs de software, apresentam-se em uma grande variedade de formas. Geralmente são automatizados de alguma forma, totalmente automatizados ou *human-in-the-loop*

(quando a ação/intervenção humana entra no circuito). Um *botnet* de cerca de 13.000 contas de robôs foi observado *twittando* sobre o Brexit, com a maioria dessas contas de *bot* desaparecendo do Twitter (atual X) logo após a votação (Himelein-Wachowiak et al., 2021).

Nos últimos anos houve um movimento em direção ao uso em larga escala de robôs para a manipulação de campanhas eleitorais. Dessa maneira, a desinformação pode ser espalhada diretamente por humanos, bem como por contas on-line automatizadas. Os *bots* sociais, que se apresentam como usuários reais em plataformas como o X, usam comportamentos singulares, na esperança de que espalhem o conteúdo para seus milhares de seguidores, sobretudo por meio de postagens consideráveis, retuite precoce e frequente de notícias emergentes e marcação ou menção de figuras influentes, como afirmam Shao *et al.* (2018).

Santana, Nunes e Silva (2021) identificaram a participação de *bots* no processo de desinformação no cenário político/eleitoral brasileiro entre 2014 e 2018 em pelo menos três momentos históricos: nas eleições de 2014, vencida pela candidata de esquerda Dilma Rousseff; no impeachment da presidenta Dilma Rousseff (2016) e nas eleições de 2018, vencidas por Jair Bolsonaro. Os autores observaram que, embora o uso de *bots* tenha sido uma prática que ocorria desde 2014, só passou a propagar conteúdos falsos a partir de 2015. Porém, a automatização das mensagens foi um processo que se sofisticou nas eleições de 2018, quando os robôs deixaram de ser *players* que replicavam postagens indiscriminadamente (*spam*) para se tornarem catalisadores de usuários com a intenção de criar ou expandir novas bolhas de desinformação.

A pesquisa constatou ainda que esse viés na publicação e divulgação de informações eleitorais serviu a propósitos específicos para movimentos políticos de grupos mais radicais. Além do mais, os autores constataram que uma mesma *botnet* - grupos de *bots* que funcionam em coordenação uns com os outros (Abokhodair; Yoo; Mcdonald, 2015) - atuante no Brasil também esteve envolvida em processos eleitorais ao redor do mundo, tornando a experiência no país apenas mais uma peça nessa grande rede de desinformação, na qual não se sabe quem está envolvido e qual seria seu objetivo.

Segundo Nunes e Silva (2021), o Twitter e o Facebook agora são usados com menor frequência nas campanhas eleitorais (corroborando com os achados de Berriche e Altay, 2020) e o WhatsApp se torna a mídia preferida para realizar

campanhas de desinformação. A estratégia de disseminar desinformação por robôs foi mantida. Todavia, essas ações foram migradas para o WhatsApp, pois oferece maior privacidade no compartilhamento de dados, e o relacionamento entre as pessoas tende a ser mais próximo (Santana; Nunes; Silva, 2021).

Clark *et al.* (2016) entendem o Twitter como um popular meio de comunicação social que evoluiu para uma vasta fonte de dados linguísticos, ricos em opinião, sentimento e discussão. Salientam, entretanto, que, devido à crescente popularidade do então Twitter (atual X), seu potencial percebido para exercer influência social levou ao surgimento de uma comunidade diversificada de robôs feitos em imitação de um ser humano. Essas entidades inorgânicas e semi orgânicas do X podem variar de benevolentes (por exemplo, *bots* de atualização do clima, *bots* de alerta de pedido de ajuda) a malévolas (por exemplo, mensagens de *spam*, mensagens ou opiniões radicais). Os resultados de análises de sentimentos e temas em debate podem ser distorcidos por contas robóticas que diluem a opinião pública legítima ao gerar grandes quantidades de conteúdo inorgânico por meio de algoritmos. Devido à sua grande variedade, os *bots* geralmente são organizados em subclasses (Broniatowski *et al.*, 2018):

- a) os poluidores de conteúdo: contas que disseminam malware e conteúdo não solicitado;
- b) os *spambots* tradicionais: projetados para serem reconhecidos como *bots*.

Bot social é um tipo mais recente e avançado que usa um algoritmo de computador para produzir conteúdo automaticamente e interagir com humanos nas mídias sociais, tentando imitar e possivelmente alterar seu comportamento (Ferrara *et al.*, 2016). Existem também contas híbridas de robôs humanos (muitas vezes chamadas de *ciborgues*) que exibem comportamento e mensagens semelhantes aos humanos por meio de mensagens automatizadas, genéricas e vagamente estruturadas e de conteúdo emprestado copiado de outras fontes (Clark *et al.*, 2016). Nem sempre é claro em qual categoria um *bot* pode se encaixar (por exemplo, se um determinado *bot* social também é um *ciborgue*).

Há razões para acreditar que os *bots* já se infiltraram nas conversas políticas *on-line*. Bovet e Makse (2019) usaram um conjunto de dados de 171 milhões de *tweets* nos cinco meses anteriores ao dia da eleição para identificar 30 milhões de *tweets*, de 2,2 milhões de usuários, que continham um *link* para veículos de notícias. Com base

em uma classificação de agências de notícias com curadoria de www.opensources.co, descobriram que 25% desses *tweets* espalham notícias falsas ou extremamente tendenciosas. Embora não envolvesse especificamente *bots*, o estudo de Bovet e Makse (2019) descobriu que a maioria das mensagens ou textos de notícias falsos ou extremamente tendenciosos relacionados à eleição de 2016 foram compartilhados por contas não verificadas - isto é, contas que não foram confirmadas como humanas.

A atuação de robôs nas redes sociais se conecta à ideia da “câmara de eco” – uma metáfora derivada da acústica que resulta de um som reverberado em um quarto fechado, que se amplifica ao rebater as paredes. De maneira análoga, uma câmara de eco nas redes sociais é usualmente associada às situações às quais pensamentos e opiniões são amplificados em um sistema “fechado”. Em outras palavras, entrando em uma câmara de eco uma pessoa é levada, seletivamente, a reforçar pontos de vista pré-existentes sobre o mundo ao seu redor, evitando conteúdos contrários às suas crenças.

2.3.4.5 Conspiração (*conspiracy*)

Em 2014, um estudo conduzido pelo cientista político Eric Oliver, intitulado “Conspiracy Theories and the Paranoid Style(s) of American Politics,” (Teorias da Conspiração e estilo paranoico de políticos americanos, em tradução livre), revelou que mais de 50% dos norte-americanos endossavam algum tipo de teoria da conspiração (SIDES, 2015). Em 2021, uma pesquisa realizada pelo Public Religion Research Institute apontou que em torno de 15% dos americanos acreditavam na teoria da conspiração “QAnon”. (Smith, 2022). As ideias em torno da conspiração QAnon são as de que, por baixo de um Estado “visível” há um Estado profundo (*deep state*) que exerce o poder longe dos olhos dos cidadãos. Os membros desse Estado profundo, por sua vez, seriam adoradores de Satanás, mantêm redes de pedofilia e envolveriam membros do Partido Democrata norte-americano, como Hillary Clinton e Barack Obama, astros de Hollywood, como Tom Hanks, bilionários como Bill Gates e George Soros e até o Papa Francisco. Essa teoria conspiratória, vinculada à extrema direita norte-americana, ganhou centenas de adeptos durante do mandato de Trump:

O QAnon surge do ódio contra a esquerda política e da busca por um líder messiânico, neste caso Donald Trump”, observa o jornalista Marc

Amorós. Ele também observa vários ensinamentos desta teoria conspiratória: “Ela demonstra a capacidade das narrativas falsas como cola social, como maneira de aglutinar muita gente muito diversa ao redor de uma ideia ou de um líder”, afirma o especialista. Além disso, mostra o poder do tribalismo, e como as culpas e possíveis consequências da teoria conspiratória se dissolvem ao se integrar a um coletivo ou comunidade. Por último, também mostra o perigo de participar de uma bolha de opinião ou informação. “Nelas se compartilham continuamente as mesmas ideias, e isso leva inevitavelmente a uma polarização do grupo e do indivíduo, tanto no pensamento como nas ações”, afirma Amorós. “Os indivíduos se veem impelidos a demonstrar cada vez com mais força sua adesão às ideias do grupo.” (Fanjul, 2021).

Existem três chaves de explicação para compreender como as teorias conspiratórias se desviam das teorias científicas. A primeira, ponto crucial de análise, é a de que um ponto de vista conspiratório não se caracteriza pela crença em uma única conspiração. Trata-se de um “sistema monológico de crenças”, resume van der Linden (2023, p. 49), em que uma conspiração serve de evidência para outra. A segunda questão é que, matematicamente, muitas teorias da conspiração são completamente implausíveis por conta do grande número de pessoas que precisam atuar em conjunto para manter a conspiração “em segredo”.

Um modelo de análise formulado pelo físico David Grimes, baseado em escândalos públicos, sugeriu que uma conspiração que envolve mais de mil indivíduos está intrinsicamente fadada ao fracasso. Por fim, a terceira chave de análise consiste na constatação que as teorias da conspiração não são, de fato, teorias. Na verdade, elas incorporam o principal princípio da razão motivacional: elas começam com uma premissa:

Por exemplo, é preciso que um indivíduo ou entidade (com frequência , um governo ou corporação maligna) intencionalmente trame um esquema nefasto e caberá ao indivíduo descortinar evidências da conspiração. Isso também é conhecido como um erro de atribuição fundamental: nós, de maneira equivocada, atribuíamos uma intenção maligna para coincidências aleatórias. Além disso, ao contrário de evidências científicas, as crenças não são atualizadas com novas evidências científicas – o que pode causar um sério problema para as teorias da conspiração. Ao invés disso, evidências conflitantes são vistas como uma nova tentativa de encobrir a conspiração como a premissa já é conhecida: alguém está tramando algo. Justamente por essa razão, é tão difícil argumentar com um conspiracionista: qualquer tentativa de desacreditá-lo é apenas mais uma evidência de que a teoria da conspiração deve ser real. (van der Linden, 2023, p. 50 grifos nossos).

Para ajudar as pessoas detectar o efeito conspiratório no dia a dia das pessoas, Lewandowsky, Cook, Ecker e van der Linden (2017) elaboraram um anacronismo que ajuda a resumir as características em torno das ideias conspiratórias, reunidas no termo CONSPIRE, que se refere às iniciais das frases: **C**ontradictory (contratidório); **O**verriding suspicion (suspeita predominante); **N**efarious intent (intenção nefasta); **S**omething must be wrong (alguma coisa deve estar errada); **P**ersecuted victim (vítima perseguida); **I**mmunity to evidence (imunidade à evidência) e **R**e-interpreting randomness (re-interpretação aleatória).

Especificamente durante a era Bolsonaro constata-se aqui o raciocínio conspiratório a partir de certas temáticas, como a “ameaça comunista”, o “globalismo” e a “ideologia de gênero”, arquitetadas, no ecossistema de desinformação bolsonarista, enquanto “políticas do medo” (Wodak, 2021; Kalil *et al.*, 2021). O ex-presidente perpetuou sua mobilização política dos medos em ações as quais ele se referiu como “uma defesa da família tradicional” (na forma de declarações antigênero, anti-LGBTQI+, anti-indígenas) e em relação às orientações econômicas (mobilizando o medo do desemprego, da inflação, dos cortes salariais, do aumento do custo de vida), convertendo as teorias da conspiração em retórica oficial do Estado. (Kalil *et al.*, 2021, p. 4).

Descritas as categorias mais comuns encontradas nas redes sociais para (Polarização, Falsa Identidade, Emoção, Difamação e Conspiração), propõem-se a seguir um debate sobre a importância dos jogos como plataforma promissora para a aplicação do modelo inoculação, com base no método de exposição das técnicas de desinformação.

2.4 JOGOS: ENTRETENIMENTO, INFORMAÇÃO E DESINFORMAÇÃO

Os jogos são um meio expressivo e um meio persuasivo. Bogost (2007) apresenta um entendimento de que os jogos são capazes de informar e persuadir, além de entreter; em suma, que possuem o poder da retórica. Esse argumento é uma importante instigação ao debate desta tese, pois aponta sobre o que os jogos são, fazem e podem ser. Ele afirma ainda que os videogames têm um poder persuasivo único que vai além de outras formas de persuasão computacional. Um gênero que não apenas pode apoiar as posições sociais e culturais existentes, mas também podem interromper e mudar essas próprias posições, levando a mudanças sociais

potencialmente significativas a longo prazo. Um jogo persuasivo não apenas trata o jogador como um robô, condicionando seu comportamento; mais do que isso, ele usa sua retórica procedimental para convencê-lo de seu argumento, fornecendo-lhe uma experiência esclarecedora.

Zimmerman e Chaplin (2013) defenderam que o século XXI seria definido como o “século dos jogos”, principalmente dos games digitais. Goulart e Nardi (2017, p.251) destacaram que, “Embora os jogos em geral tenham uma importância organizatória para as relações sociais dentro da história, nunca a necessidade de compor o lúdico como linguagem teve tanto valor quanto no século XXI.”. O que se desprende de Goulart e Nardi (2017) é que o valor distinto do lúdico se estabelece pela sua nova possibilidade de visualização das dinâmicas do processo informacional, onde mais do que simplesmente observá-los passivamente, é possível levar em consideração as arquiteturas ali presentes, sua não-linearidade e os efeitos e impactos que diferentes processos informacionais compõem nas estruturas sociais, econômicas e culturais nos quais estão inseridos.

Dessa maneira, “a relação do indivíduo com a informação deve ser ‘lúdica’— uma lógica de processamento de informação onde a compreensão, experimentação e performance são indissociáveis, mas ao mesmo tempo também o são a imaginação, a lógica e a responsabilidade.” (Goulart, 2017, p. 11). Para Zimmerman e Chaplin (2013), os jogos são o recurso que possibilita tal compreensão, sendo então primordial pensar os jogos como a principal forma cultural do século.

Porém, importante considerar que todos os jogos expressam e incorporam valores humanos, oferecendo um ambiente cativante no qual, de acordo com Flanagan e Nissenbaum (2016), depositamos nossas crenças e nossos ideais. Justiça, igualdade, honestidade e cooperação; ou violência, exploração e ganância podem emergir nos jogos digitais, por intenção dos criadores, assinalam as autoras. E, além disso, Romancini (2022) evidencia que os próprios jogos, pelo seu design, possuem valores específicos, relacionadas a escolhas e opções mais ou menos conscientes de seus criadores.

Warner (2002) argumenta que ser pertencente a um público é ser um certo tipo de pessoa, habitar um certo tipo de mundo social, ter à sua disposição certos meios e gêneros, ser motivado por um certo horizonte normativo e falar dentro de uma determinada ideologia de linguagem. Embora o perfil de jogadores tenha se ampliado, segundo Shaw (2010), é necessário pensar em diferentes grupos de consumidores

de jogos eletrônicos. Por exemplo, ela sugere considerar que existem jogadores profissionais de jogos mais avançados, que devem ser compreendidos separadamente de um público de consumo de jogos eletrônicos mais amplo.

2.4.1 Jogos on-line como plataforma do extremismo

A partir do que foi discutido até agora, é evidente que conteúdos associados à extrema direita e ao radicalismo estão diretamente conectados a espaços *on-line* que ultrapassam o ambiente das redes sociais, blogs e sites alternativos. A era da comunicação digital abriu um canal amplo e ainda irrestrito que possibilitam que jovens sejam cooptados por grupos extremistas e passem a consumir ideologias excludentes e violentas por meio da linguagem lúdica e cativante dos jogos. Enquanto se envolvem em atividades comuns em ambiente *on-line*, crianças e adolescentes podem ser facilmente bombardeados com mensagens supremacistas. O site de compartilhamento de memes iFunny, por exemplo, inclui contas chamadas "Guerra Racial" e "Nacionalista Tradicional", que compartilham propaganda neonazista e supremacista branca - esta última tem quase vinte mil assinantes. O jogo *on-line* Roblox, que tem mais de cem milhões de usuários globais, é uma plataforma popular para crianças, mas também inclui usuários que valorizam o Holocausto e propagam propaganda supremacista branca.

O problema dos jogos é particularmente substancial: em uma recente pesquisa nacional realizada pela ADL, 23% dos jogadores *on-line* relataram encontrar propaganda supremacista branca enquanto jogavam. Até mesmo jogos para crianças são alvo de extremistas, que aproveitam os recursos de conteúdo gerado pelo usuário para inserir palavras ofensivas raciais, suásticas e símbolos e expressões extremistas em jogos de geometria e jogos *on-line* como *Roblox*, onde uma investigação de agosto de 2019 encontrou mais de cem contas com conteúdo racista e extremista. (Miller-Idriss, 2022, p. 140).

Especificamente com relação a conteúdos associados ao bolsonarismo, Romancini (2022) salienta que uma das polêmicas da campanha eleitoral de 2018 foi o jogo digital Bolsomito 2k18, no qual um avatar representando o então presidente Jair Bolsonaro combatia inimigos políticos da esquerda (entre os quais seu oponente Fernando Haddad), representante de pautas liberais, como feministas, homossexuais e bandidos. Mas, pontua o autor, Bolsomito 2k18 não foi o único jogo digital

envolvendo o ex-presidente. Uma busca realizada pelo autor na plataforma de aplicativos para celular Google Play, para o sistema operacional Android retornou mais de 40 jogos com essa característica.

Em relação aos tipos, predominavam jogos simples de ação, sendo que quase metade (29 jogos) correspondiam aos de plataforma; em seguida, com 14 jogos (23% do total), estavam os do tipo Shoot 'em Up, no qual o jogador deve se desviar dos ataques de adversários (por exemplo, cuspidas de Jean Willys e/ou facas); depois, eram quatro jogos (6,5%) do tipo Beat 'em up, no qual havia um avatar, que representava Bolsonaro, controlado pelo jogador, que lutava contra “bandidos” ou esquerdistas; e, esse também era o número dos jogos, com mecânica mais simples ainda, o Ball and Paddle.

Por fim, Romancini (2022) identificou mais dez outros jogos de estilos diversos, incluindo os três jogos 3D, que adotam o gênero de tiro em primeira pessoa: “Bolsonaro - O Agente 17” e “Bolsonaro - O Agente 17: o inimigo agora é outro”, ambos do mesmo estúdio e parecidos. De maneira geral, a pesquisa de Romancini (2022) apontou que os tipos de narrativa, objetivos e personagens dos jogos, assim como as ações e escolhas do jogador tendiam a demonstrar simpatia e favorecimento a Bolsonaro. Não é coincidência que o agrupamento “*nerds, gamers, hackers e haters*” representou um dos três principais perfis de suporte do ex-presidente Bolsonaro na eleição de 2018, de acordo com o estudo de Kalil (2018).

Todavia, a investigação do autor encontrou três jogos com tendências críticas, satíricas ou desfavoráveis ao ex-presidente, surgidos a partir de meados de 2020: “Derrube o Jair”; “Bozonaro” e “Bonoro *Rush*”. Romancini (2022) descreve que, no primeiro caso, no jogo “Derrube o Jair”, o jogador lança bolas, podendo ser ajudado pela “Globo, Organização das Nações Unidas (ONU) e Partido Comunista da China, com elementos que reforçam sua mira, tentando derrubar Bolsonaro de uma corda bamba, onde ele se equilibra numa bicicleta de uma roda só. O outro, denominado “Bozonaro”, é um jogo de realidade aumentada (único com esse recurso tecnológico no corpus analisado), no qual o jogador poderia dar tapas em Bolsonaro, ganhando pontos e subir a um nível superior, quando poderia jogar laranjas no ex-presidente. O jogador ouve, como um estímulo às agressões, frases ditas por Bolsonaro: “Eu não nasci para ser presidente”; “Eu sou favorável à tortura, você sabe disso”. No jogo “Bonoro *Rush*”, o ex-presidente é mostrado dirigindo uma ema e com uma máscara

de saúde nos olhos, em alusão à crise sanitária. O jogador ganha pontos ao coletar, no trajeto, caixas de cloroquina, mas tendo que se desviar de laranjas e facas.

2.4.2 Jogos digitais para a mudança social

Se por um lado, os jogos têm sido instrumentalizados por grupos de extrema direita para mobilizar afetos e atacar ideias progressistas, por outro, também constituem meios promissores de resposta essa tecnocultura tóxica e, como é o caso deste trabalho, conferir resistência psicológica aos malefícios da desinformação e propagação de discursos de ódio.

As chamadas cenas *indie queer*¹³ de jogos digitais, por exemplo, são um importante ponto de reconhecimento de diferença dentro da cultura *gamer*. Essas cenas são comunidades *on-line* e *off-line* que fazem jogos pessoais tendo como objetivo a constituição de uma cultura de jogo digital centrada em possibilidades pessoais de liberdade artística, expressão, comunidade e desejo.

Goulart e Nardi (2022) apresentam ainda a observação de um Workshop da cena *Queer Avant Garde* de jogos digitais da Baía de San Francisco - uma cena de produção acadêmica e de jogos *queer* norte-americana. Neste, as cenas *queer* de jogos digitais são reconhecidas por apropriarem-se de dinâmicas constitutivas dos jogos digitais, isto é, apresentando-as como narrativa e mecânicas inerentes aos jogos digitais, “assim como de outras estéticas da cultura *pop* e de elementos históricos das identidades e movimentos LGBTQ.” (Goulart; Nardi, 2022, p. 82).

Outro aspecto relevante dessa mudança de paradigma diz respeito à ascensão do *Mobile Games* (jogos eletrônicos projetados para telefones celulares), que, conforme demonstram estudos estatísticos, foi responsável pela inversão da pirâmide de gênero do público consumidor de jogos digitais. Em 2014, estimou-se que 52% do público consumidor de jogos era composto por mulheres nos Estados Unidos (Jayanth, 2014). Essa tendência, de acordo com Paula (2022) se manteve na última década aqui no Brasil, de acordo com dados da 9ª edição da Pesquisa Game Brasil –

¹³ Queer significa “estranho”. O termo é usado para representar as pessoas que não se identificam com padrões impostos pela sociedade e transitam entre os gêneros, ou que não saibam definir sua orientação sexual, sem concordar com tais rótulos. Queer Indie é uma aliança estabelecida para promover a comunidade diversa, inclusiva e solidária de aceitação de todos os gêneros e identidades.

imigração”, amplamente disseminada na Europa, América do Norte e Ásia, sob forma de *fake news*, *memes* e discurso polarizador.

Figura 26 - Captura de tela do jogo Troll Factory



Fonte: Troll Factory (2019)

Estudo de Grace e Huang (2020) apontou que a maioria dos *Newsgames* têm duração de menos de cinco minutos. Já Scott Dejong (2023), que analisou e testou a jogabilidade de 22 jogos, entre novembro e dezembro de 2020, categorizou os jogos a partir de duração de cinco, dez ou 15 minutos. Dos 22 jogos analisados, o autor identificou que seis foram projetados para dispositivos móveis, enquanto os demais foram destinados principalmente a serem jogados através de um navegador de computador, e um deles poderia ser jogado em ambos os dispositivos. Todos os jogos foram criados após 2017, distribuídos da seguinte forma: 5 jogos em 2017, 7 jogos em 2018, 5 jogos em 2019 e 5 jogos em 2020.

Quanto aos seus objetivos (educativos, acadêmicos ou outros), Dejong (2023) observou que, embora todos os jogos tenham sido projetados em torno de *fake news*, houve uma diferença na forma como abordaram o termo, com visível divisão entre jogos de navegador e jogos móveis em relação a iniciativas educacionais ou de sensibilização. Dos seis jogos móveis, nenhum parecia ter objetivos além do próprio jogo e não ofereciam habilidades específicas, recursos de aprendizagem ou discussões além da jogabilidade.

Por outro lado, todos os 16 jogos de navegador incluíam algum conteúdo que poderia ser classificado, no mínimo, como sensibilização – o que significa que ofereciam conselhos, definições, dicas ou recursos para informar os jogadores sobre “*fake news*” ou questões relacionadas. Entre os jogos de navegador, houve um subconjunto de jogos projetados como projetos de pesquisa, com a identificação de

quatro jogos que pediram aos jogadores para participarem de uma pesquisa ou incluíram menção a um projeto de pesquisa vinculado ao jogo.

Já o sistema de recompensas analisado no estudo de Dejong (2023) identificou que o uso de premiações relacionadas à mídia, como seguidores, compartilhamentos e curtidas, *badges* (distintivos) ou conquistas para referenciar as recompensas simbólicas dadas após a conclusão de certas partes de um jogo existiam em quatro projetos (18,18% da amostra). Pouco mais de um quarto dos jogos testados (27,27%; N=6) não ofereceu nenhum sistema de recompensa para documentar ou incentivar o jogo. Assim, concluiu o pesquisador, a decisão de incluir ou excluir um sistema de recompensa não parece ser específica para qualquer jogo do gênero, o que sugere que a inclusão de um sistema de recompensa é, principalmente, uma escolha do designer. Com relação aos gêneros dos *fake news games* mais comuns, a análise de Scott Dejong (2023), encontrou cinco principais categorias:

- a) *Quiz Games* (54.54%): jogos que seguem o formato básico de perguntas e respostas, geralmente, apresentando matérias de jornais ou perguntas para testar se os jogadores conseguem identificar conteúdo duvidoso ou desinformativo;
- b) *Content Management Games* (jogos de Gerenciamento de Conteúdo, em tradução livre) (9.09%; N=2): esta modalidade foca em apresentar aos jogadores uma série de informações que eles precisam gerenciar, como por exemplo, um “império de *fake news*”;
- c) *Text Adventure* (aventura textual ou ficcional) (27.27%; N= 6). Nesta categoria os jogadores são apresentados a textos interativos que devem guiar suas decisões. Aventuras textuais geralmente lembram, em algum nível, um *Roleplaying Game* (RPG);
- d) *Clicker* (4.54%; N=1): trata-se de um *mobile game*. *Clicker games* (ou *Idle games*) apresentam mecânica simples e não requisitam aos jogadores mais do que um “click” para avançar no jogo;
- e) *Phrasal Template Games* (caça-palavras) (4.54%; N=1): os caça-palavras oferecem frases, ou palavras que os jogadores precisam colocar juntas para formar, por exemplo, uma manchete de jornal.

O que esses estudos salientam é que a maioria dos jogos construídos para estimular a literacia midiática não parecem seguir um *design* orientado ao propósito. Diante dessa lacuna, o presente estudo acessou o método de avaliação de jogos sérios Serious Game Design Assessment (SGDA) – uma estrutura de trabalho formulada por Mitgutsch e Alvarado (2012) para orientar o design dos chamados *Serious Games* (jogos sérios, em tradução livre).

É pertinente destacar como os conceitos da Ciência da Informação, sobretudo no campo da Organização do Conhecimento, Acesso e Compartilhamento da Informação podem ser relacionados à estratégias de gamificação e à linguagem dos jogos para estimular a literacia midiática, melhorando processos informacionais em ambientes digitais.

2.4.4 Jogos Sérios: treinamento para situações reais em ambiente seguro

Os *Serious Games* são jogos desenvolvidos com um propósito e conteúdo específicos, sem ter a função primária do entretenimento - o que não quer dizer que não possam ser divertidos (Clark, 1970). Em poucas palavras, Mitgutsch e Alvarado (2012) definem os jogos sérios como ambientes lúdicos orientados por um propósito, destinados a impactar os jogadores além do objetivo autocontido do jogo. A abordagem SGDA recomenda que os jogos sérios sejam propositais em seu *design* para que cumpram adequadamente o seu principal objetivo: impactar e conscientizar a audiência, ao mesmo tempo em que divertem. Neste sentido, seis elementos constitutivos devem ser levados em consideração: a) propósito; b) mecânica; c) conteúdo e informação; d) ficção e narrativa; e) estética e gráficos; e, f) enquadramento. Essa estrutura de jogo já foi adotada por Monteiro-Krebs (2022) no seu estudo de plataformas de Mídia Social Acadêmica (MSA), e orientou o *design* de Meias#Verdades. A respeito do conceito de Jogos Sérios, por sua vez, Clark (1970) sumariza:

[...] a liberdade experimental e emocional do jogo ativo" com "a seriedade do pensamento e dos problemas que o exigem". Além disso, essas atividades lúdicas sérias seguem um "propósito educacional explícito e cuidadosamente pensado e não se destinam a ser jogados principalmente para diversão". (Mitgutsch; Alvarado, 2012, p. 122, grifos dos autores).

Todavia, Clark (1970) acrescenta que a seriedade dos jogos não significa que eles sejam chatos, formais ou sem humor, apenas que o entretenimento não é seu objetivo principal. Flanagan (2009), por outro lado, observa que jogos sérios estão entre os mais desafiadores de se projetar, pois tentam ser divertidos e eficazes ao mesmo tempo. Além disso, Mitgutsch e Alvarado (2012) salientam que, se o *design* de jogos sérios é baseado no propósito explícito específico de impactar os jogadores além do jogo em si, essa intenção deve ser considerada conceitualmente em todas as características do jogo durante o processo de *design*. Bogost (2007) questiona o valor do termo *serious games* e propõe a classificação “jogos persuasivos” como um ajuste melhor. O presente estudo adota o conceito de Jogo Sérios.

No entanto, o objetivo de persuadir os jogadores não se aplica a todos os jogos sérios, pois muitos são projetados para aumentar a conscientização, desafiar pré-julgamentos ou simplesmente oferecer informações ou mitigar a desinformação na política. Concisamente, de acordo com Mitgutsch e Alvarado (2012, p. 122) “o que todos os jogos sérios têm em comum não são os seus conteúdos, suas capacidades de persuasão ou falta de entretenimento, mas seu propósito de impacto.” Isto é, os jogos sérios são intencionalmente projetados para ter um impacto intencional na vida dos jogadores além do objetivo autocontido do próprio jogo. Nesse sentido, os jogos sérios são propositais no *design* (Miller, 1984). Eles são desenvolvidos para oferecer um ambiente lúdico que fornece conteúdo, tópicos, narrativas, regras e objetivos “sérios” para promover um resultado de treinamento e aprendizagem intencional específico.

Mesmo que os primeiros estudos sobre os impactos dos jogos para a mudança social tenham sido conduzidos (Clark, 2007; Joyce; Jansz, 2010), ainda falta conhecimento sistemático sobre sua eficácia (Mitgutsch; Alvarado, 2012). Joyce e Jansz (2010) revelam o poder expressivo e envolvente dos jogos, em particular no que diz respeito ao desempenho e contribuição para o aprimoramento de seu engajamento político cotidiano e como o ato de jogar um jogo político pode ter consequências no mundo real do jogador. Uma vez que a avaliação de seu impacto nos jogadores parece crucial, a questão de como avaliar adequadamente os jogos sérios é de suma importância. Portanto, Mitgutsch e Alvarado (2012) argumentam que a pesquisa sobre o impacto dos jogos sérios começa com a análise e avaliação de suas qualidades em termos de *design* conceitual formal baseado em propósitos.

O modelo SGDA estrutura os diferentes elementos do *design* de jogos sérios e enfoca a relação entre eles. A abordagem propõe a coesão entre os elementos essenciais do *design* e a coerência em relação ao propósito dos jogos. Se o *design* de jogos sérios é baseado em um propósito específico e com a intenção de impactar os jogadores, esses aspectos precisam ser refletidos e conceituados no *design* holístico do jogo, salientam Mitgutsch e Alvarado (2012). Os jogos sérios têm o objetivo de influenciar os pensamentos e ações dos jogadores em contextos da vida real, excedendo o escopo autocontido do próprio jogo. (Bogost, 2007; Flanagan, 2009; McGonigal, 2011; Mitgutsch; Alvarado, 2012).

3 METODOLOGIA

Esta seção expõe os procedimentos teórico-metodológicos, isto é, esmiúça o “como” esta pesquisa foi feita, com vistas a alcançar o objetivo geral (investigar as contribuições da Teoria da Inoculação Psicológica no contexto da desinformação on-line, particularmente instrumentalizada pela extrema direita brasileira, por meio do *design* do jogo Meias#Verdades) e os objetivos específicos: a) identificar técnicas de desinformação disseminadas no ambiente digital brasileiro e comumente utilizadas pela extrema direita com o intuito de manipular o eleitorado; b) Aplicar o método *prebunking* de inoculação (Roozenbeek; van der Linden, 2019) ao *design* do jogo sério Meias#Verdades, delineado a partir da estrutura Serious Game Design Assessment (SGDA) (Mitgutsch; Alvarado, 2012) e, por fim, c) Investigar a eficácia de intervenções preventivas por meio de jogos em estimular resiliência cognitiva frente à desinformação on-line a partir da experiência do protótipo Meias#Verdades. Os próximos parágrafos descrevem uma visão geral das estratégias metodológicas utilizadas.

Para identificar as técnicas de desinformação on-line (objetivo a), o estudo realizou o levantamento empírico das postagens publicadas na conta do Instagram da Agência Lupa, plataforma de combate à desinformação. A Lupa foi fundada em 2015 como uma agência de notícias especializada em checagem de fatos. Em maio de 2019 passou a integrar o The Trust Project, sendo a primeira plataforma especializada em *fact-checking* a fazer parte do consórcio mundial. Integra a International Fact-Checking Network (IFCN), rede mundial de checadores reunidos em torno do Poynter Institute, nos Estados Unidos, sendo reconhecida como uma das organizações brasileiras que seguem os preceitos de transparência jornalística e de acessibilidade ao conteúdo pregados pela coalizão mundial. As características descritas aqui justificam a escolha da Agência Lupa como base interpretativa no levantamento de desinformação. Definiu-se para a análise de conteúdo o recorte temporal entre 1º de outubro de 2018 a 31 de dezembro de 2022, relacionado ao mês de realização das eleições presidenciais de 2018 (outubro), vitória de Jair Bolsonaro e seu mandato. Dentro dessa janela, foram levantadas 1.200 peças desmascaradas enquanto desinformação pela plataforma Lupa.

Como o intuito desse trabalho foi desenvolver uma solução preventiva de inoculação que pudesse ser atemporal e aplicada em qualquer contexto social, político

ou cultural brasileiro, embora com foco no combate aos discursos propagados pela extrema direita, foram descartadas peças desinformativas associadas à pandemia de Covid-19 (considerada superada pela Organização Mundial de Saúde) na catalogação geral das mensagens.

Assim, para a principal finalidade desta análise de conteúdo (identificar as estratégias de manipulação utilizadas pela extrema direita brasileira para desinformar nas redes sociais), o escopo desta tese utilizou-se, ao final, de 628 postagens, que foram classificadas em cinco taxonomias: (1) Polarização; (2) Falsa Identidade; (3). Emoção; (4). Difamação e (5). Conspiração. Esse conteúdo, portanto, alimenta o conteúdo do jogo Meias#Verdades.

Na Figura 27, ilustra-se exemplo de conteúdo moral-emocional propagado por grupos de extrema direita contra o então candidato pelo PT à presidência da República, Fernando Haddad, na corrida eleitoral de 2018.

Figura 27 - Captura de tela de conteúdo desmascarado pela Agência Lupa



Fonte: Agência Lupa (2022)

Após uma terceira análise desse material, foram elencadas mensagens que pudessem ser adaptadas ao *design* do jogo a partir da aplicação do método *prebunking* com base na exposição de técnicas de manipulação (Roozenbeek; van der Linden, 2019; 2020; 2021). No Quadro 2 reproduz-se algumas dessas peças desinformativas desmascaradas pela Agência Lupa a cada ano, entre 2018 e 2022. A lista com todos os *links* de postagens do Instagram reunidas neste estudo está

disponível no Apêndice E desta pesquisa. Para facilitar a catalogação final das mensagens, optou-se por resumir as peças a partir de retrancas¹⁴ ou manchetes.

¹⁴ Retranca é um termo utilizado no jargão jornalísticos para resumir manchetes.

Quadro 2 – Reprodução de peças desinformativas desmascaradas pela Agência Lupa

POLARIZAÇÃO	FALSA IDENTIDADE	EMOÇÃO	DIFAMAÇÃO	CONSPIRAÇÃO
2018				
<p>“Dilma e Fidel fotografados juntos”. 20 out 2018</p>	<p>“O Globo de hoje” [imagem mostra dois homens se beijando. No entanto a imagem utilizada foi feita durante o festival Burning Man, em Nevada, nos EUA]. 21 out 2018</p>	<p>“O Livro de Haddad defende sexo entre pais e filhos” 27 out 2018</p> <p>“Feministas invadem igreja, defecam e fazem sexo”. 21 out 2018</p>	<p>“Essa é a jornalista Patrícia Campos de Melo, que fez matéria contra Bolsonaro na Folha. Petista de Carteirinha”. 27 out 2018</p>	<p>“Só Haddad teve 9909 votos em uma seção com 777 eleitores. Como assim?” 27 out 2018</p>
2019				
<p>“Filho de Lula e seis convidados apanham em Angra dos Reis. Vai ser assim com o pai e pessoal STF. O povo está revoltado!” 26 dez 2019.</p> <p>“Este é Thiago Montavão, tem 33 anos, é presidente da UNE – União Nacional dos estudantes, está matriculado no curso de Ciências Sociais desde 2004 e ainda não se formou. Thiago reclama que o novo governo está tirando o futuro dele”. 5 dez 2019</p>	<p>“Até a Greta atira de fuzil e você não”. 12 dez 2019</p> <p>“Não sei quem é mais idiota. Bolsonaro ou quem acredita nele. [imagem associa a frase a Leonardo de Caprio]. 4 dez 2019.</p> <p>“CIA ‘Polícia Secreta Americana’ divulga lista das organizações mais ricas do mundo. Advinha quem está em terceiro lugar? Terroristas mandam no Brasil!!Olavo tem razão!!Fora PT! [imagem mostra Foro de São Paulo na posição 3]. 3 dez 2019.</p>	<p>“Estudantes da USP questionam no programa Encontro de Fátima Bernardes. Eles afirmam que são vítimas de preconceito”. [imagem mostra homens com piercings e máscaras assustadoras] 30 dez 2019</p> <p>“Na Universidade Federal de Itajubá o dinheiro dos seus impostos é gasto assim”. [imagem mostra um pesquisador e ao fundo o tema da apresentação acadêmica com o título: ‘O uso indiscriminado de figurinhas no Whatsapp e seu impacto social’]. 23 out 2019.</p>	<p>“Se as delações continuarem, nenhum de nós escapa. Em discurso, Lula comete deslize e acaba confessando”. 9 dez 2019</p> <p>“Felipe Neto já apresentou e incentivou crianças a acessarem fóruns onde se promove pedofilia e massacres”. 11 set 2019</p> <p>“Pobre enche o saco. Não tem nem dente e quer comer carne”. [post associa frase à deputada Tábata Amaral]. 28 nov 2019.</p> <p>“Absurdo. STF aprova auxílio PET SHOP para os 11 ministros”.</p>	<p>“Nasa admite que mudanças climáticas são causadas por mudança na órbita solar da Terra”. 12 set 2019</p> <p>“Bula da vacina DTP em inglês. Diz que pode causar autismo. Na bula em português essa informação foi suprimida. Por que será?” 19 fev 2019</p>

				19 jul 2019	
2020					
<p>“Você sabia que Brasil, Cuba e Venezuela usam urnas eletrônicas em suas eleições”? 13 out 2020.</p>	<p>“Afinal, se o vírus que eles criaram está funcionando muito bem, a vacina com certeza também funcionará! Rsrrsrs! [post associa frase à ex-presidenta Dilma Rousseff e falseia página do portal G1] 30 out 2020.</p> <p>“Se o brasileiro mantiver a esquerda longe do poder por uns 20 anos, o Brasil será uma das nações mais prósperas do mundo” [post associa frase à Silvio Santos]. 17 nov 2020</p> <p>“Quer deixar um conservador irritado? Minta para ele. Quer deixar um esquerdista irritado? Diga-lhe a verdade”. [post associa frase à Theodore Roosevelt]. 2 jan 2020.</p>	<p>“Candidata do PT à prefeitura de Salvador diz que bandido anda armado por medo da população” 24 out 2020</p> <p>“Ai católicos. o pq que a igreja católica ver [sic] e assiste a comunidade lgbt a esquerda enfiar crucifixo no (x) passar a imagem de maria na (x) e se cala: o maior filho de uma puta usando uma cruz com as cores do orgulho gay”. 10 out 2020</p>	<p>“O Ibope projetou a virada ou a vitória de candidatos do PT, PSOL e PCdoB no 2º turno das eleições deste ano, em Vitória (ES), Cariacica (ES), São Paulo (SP), Recife (PE) e Porto Alegre (RS). (...) Lula da Silva já disse que o Ibope não é dele, mas de um amigo”. 1 dez 2020</p>	<p>“CARTA BOMBÁSTICA POSTADA NO BRASIL PELO EXARNET, BLOG FECHADO DO EXÉRCITO”. [post sugere ataque de militares contra o STF]. 2 dez 2020</p> <p>“Supercomputador do TSE que apurou as eleições é um serviço terceirizado de nuvem”. 30 nov 2020.</p>	
2021					
<p>“Trecho da entrevista do ex-presidente @lulaoficial, concedida ao podcast @podpahpodcast na última quinta-feira (2), em que supostamente ele teria dito que o “pobre” seria “imbecil” e “ignorante”. [vídeo] 7 set 2021</p>	<p>“A absolvição do jovem supremacista branco nos EUA pode estimular brasileiros bolsonaristas a atirar indiscriminadamente contra manifestantes pacíficos no Brasil”. 25 nov 2021</p>	<p>“Projeto de lei de autoria do deputado João Flores PT-BA dá desconto a homens gays”. 8 nov 2021</p> <p>“A prefeitura de Santa Etelvina do Guaíba (RS), hoje administrada pela</p>	<p>“CONFIRMADO: BOLSONARO ESTAVA CERTO!! A ONG WWF estava sim patrocinando o fogo na Amazônia”. 11 fev 2021</p>	<p>“PT divulga, abertamente, seu plano de Dominação Comunista no país”. 10 nov 2021</p> <p>“Pfizer, fabricante de um dos imunizantes contra a Covid-19, patenteou um sistema capaz de rastrear vacinados</p>	

<p>“Durma com um barulho desse: Viúva do Che Guevara recebe no Brasil aposentadoria por viuvez já há 10 anos”. 16 abr 2021</p> <p>“Cubanos jogam artistas e jornalistas que sempre defenderam o comunismo no caminhão de lixo. Espero ver isso aqui no Brasil”!! SOS CUBA. 2 ago 2021</p>	<p>“Numa vitória do politicamente correto, Cartoon Network retira Tom e Jerry do ar”. [post foi retirado do suposto “Jornal da Cidade”]. 17 fev 2021</p>	<p>esquerda, inaugurou anteontem um parque infantil “temático” que possui como inspiração a ideologia de gênero e, de acordo com o prefeito, vai auxiliar na educação sexual das crianças por meio de brincadeiras comuns à idade. ABSURDO!!!” [imagem mostra brinquedos em formato de genitais masculina e feminina]. 1 dez 2021.</p>		<p>por meio de micro-ondas e do óxido de grafeno, supostamente presente em sua composição” [vídeo]. 8 nov 2021</p>
2022				
	<p>“Eleitores de Lula não precisarão voltar às urnas no 2º turno, diz Moraes”. [imagem falseia portal G1]. 18 out 2022</p> <p>“Empresários oferecem R\$ 1.000.000 para quem citar números das sentenças que inocentam Lula”. 17 out 2022</p> <p>“Marcelo Freixo diz que fará operação policial em favelas, mas policiais não poderão atirar em ninguém, nem mesmo nos bandidos, e que helicóptero também não vai mais operar”. [imagem simula notícia do G1]. 19 set 2022.</p>	<p>“Escola em Cabedelo Paraíba, promovendo doutrina LGBT com alunos e o pior, alguns pais disseram não saber de nada inclusive com divulgação em redes sociais. Agora me responde se essa esquerda não é uma desgraça”? [imagem mostra duas meninas se beijando]. 25 out 2022.</p> <p>“Igreja da Paz, em Joinville, foi invadida por militantes do PT e da CUT”. 25 out 2022.</p> <p>“Governador do Maranhão sanciona lei que garante entrada livre de homens biológicos em banheiros femininos”. 12 out 2022</p>	<p>“Vera Magalhães a jornalista que ganha 500 mil por ano na Fundação sustentada pelo governo de SP.” 31 ago 2022</p> <p>“A candidata Marília Arraes (PT) se reuniu nesta semana com lideranças LGBTs de Pernambuco. O motivo da reunião foi de criar pautas e políticas públicas exclusivas para os LGBTs. (...) Assumo com vocês o compromisso de implantar a linguagem neutra e a ideologia de gênero”. 26 ago 2022</p>	<p>Suposta declaração da ONU, em que a entidade se declara inimiga da igreja cristã. O narrador diz que a ONU pretende se tornar uma “religião mundial” para assumir controle da humanidade, esterilizar crianças para reduzir a população e neutralizar o crescimento global da humanidade por meio do “homossexualismo” e do “lesbianismo”. Durante todo o vídeo é exibida apenas uma imagem estática com listas de nomes de famílias que formariam as "Linhas de Sangue Real Illuminati", e as nações, corporações, multinacionais e bancos que apoiariam a “Nova Ordem</p>

		<p>“PAPA FRANCISCO DIZ QUE DEUS NÃO EXISTE”. 11 jul. 2022</p> <p>“Foi na França, mas pela postura de militantes de esquerda que trabalham por Lula, pode ser aqui muito em breve...Pelo bem do Brasil: Bolsonaro! [imagem mostra sacerdote sendo agredido em igreja]. 27 jul 2022</p>		<p>Mundial”. [vídeo descrito pela Agência Lupa] 18 ago. 2022</p>
--	--	---	--	--

Fonte: a autora (2024).

A segunda etapa da metodologia (objetivo b) incluiu o desenho do protótipo do jogo Meias#Verdades. O projeto foi desenvolvido pela equipe formada pela pesquisadora Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva, sob orientação da Profa. Dra. Nadi Helena Presser (Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCI-UFPE); coorientação da Profa. Dra. Luciana Monteiro-Krebs, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); pela ilustradora Maria Cecília Albuquerque, o programador de jogos Gabriel Candido e consultoria técnica voluntária da *game producer* Thamyres Oliveira.

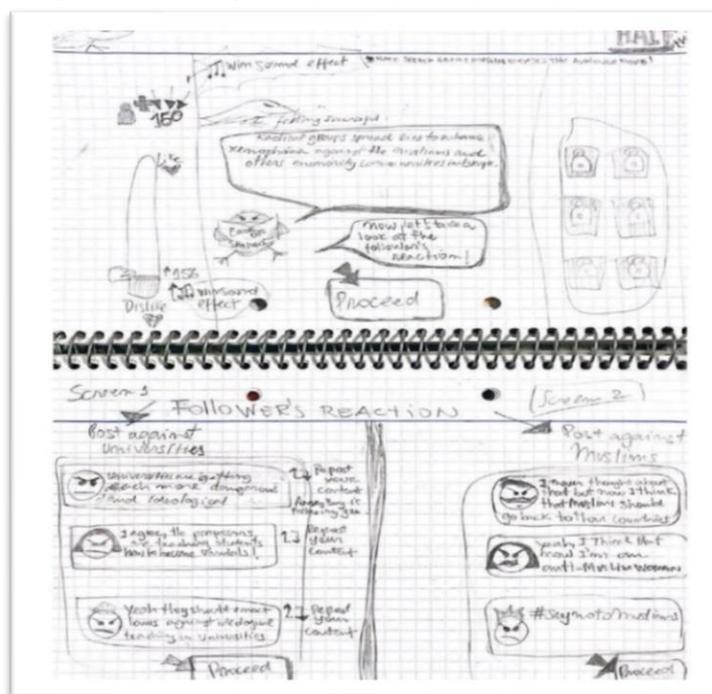
A partir das discussões para concepção teórico-conceitual do jogo com as orientadoras Nadi e Luciana, iniciadas em outubro de 2022 foi elaborado o *briefing* que deu início ao desenvolvimento técnico do protótipo. As reuniões de trabalho para a execução prática do projeto tiveram início em 10 de julho de 2023, quando, intermediadas pela *game producer* Catarina Macena (KK Macena), a ilustradora Maria Cecília Albuquerque foi apresentada à pesquisadora desta tese. Com *expertise* na comunidade desenvolvedora de jogos da cidade do Recife, as duas mulheres integram o projeto *Jam* das Minas - uma maratona de desenvolvimento de jogos que reúne mulheres de todo o Brasil. A iniciativa existe desde 2018, com o propósito de auxiliar mulheres que já fazem parte ou querem entrar na indústria de jogos a criar e fortalecer o senso de pertencimento à comunidade *gamedev*. Em outubro de 2023, o programador e professor universitário, Gabriel Candido, passou a integrar o projeto, a partir da intermediação da produtora cultural Thamyres Oliveira.

Com a realização do doutorado-sanduíche, entre 29 de agosto de 2023 a 29 de fevereiro de 2024, a autora passou a prototipar Meias#Verdades com base nas experiências desenvolvidas no Meaningful Interactions Lab (Mintlab), da Faculdade de Ciências Sociais da KU Leuven University, na Bélgica, sob supervisão do pesquisador David Geerts. O laboratório é focado em pesquisas em Interação Humano-Computador (IHC) e projetos em *research design* aplicados a jogos.

A primeira versão do protótipo foi desenhada em um caderno de pauta quadriculada, em inglês (Figura 28). Outras quatro versões foram desenhadas em papel A4 (Figuras 29 e 30), para a realização dos testes de usabilidade (Dumas; Loring, 2008). Os ensaios ocorreram entre 23 e 26 de novembro de 2023 e se limitaram às dependências da KU Leuven e pesquisadores do Mintlab. Foram consultados 16 estudantes, que responderam um breve questionário (o protocolo está no Apêndice D, p. 208).

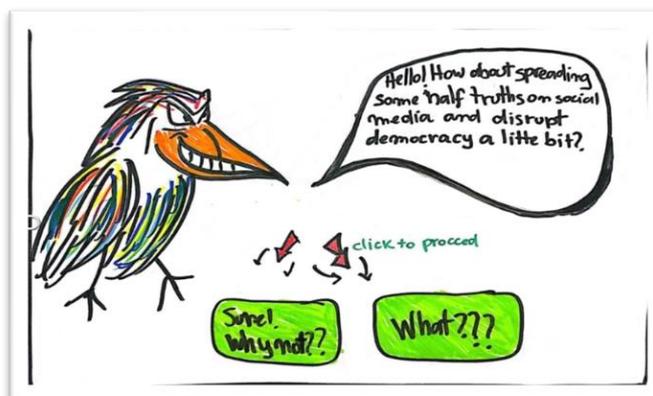
A partir dos *feedbacks*, decidiu-se pela criação de um vilão que faria uma introdução ao universo do jogo, convidando o jogador a “espalhar meias verdades e desestabilizar a democracia” (Figura 31). O corvo, ave muitas vezes associadas a significados negativos, foi escolhido para representar a figura “infame”, batizada de “Mad Crow” na versão em inglês do jogo (Half#Truths) e “Corvo Capiroto”¹⁵, em português.

Figura 28 - Esboços do protótipo em pauta quadriculada



Fonte: a autora (2024).

Figura 29 - Corvo convida jogador a “espalhar meias verdades”



Fonte: a autora (2024).

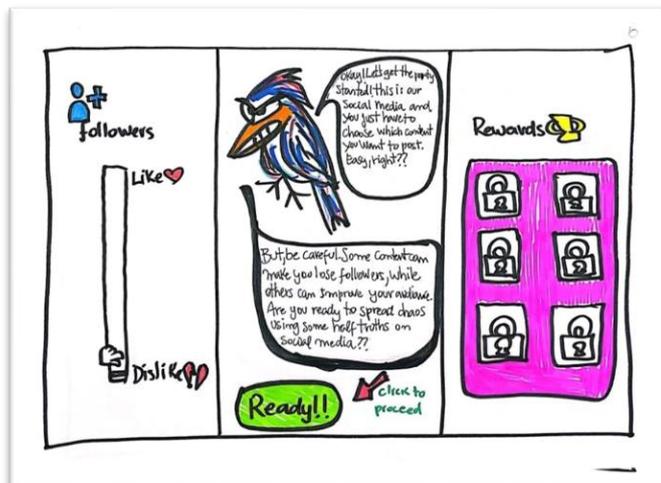
¹⁵ Entre falantes das regiões Norte e Nordeste do Brasil, o termo *Capiroto* é popularmente utilizado para nomear o item lexical *diabo*.

Figura 30 - "Mad Crow" interage com jogador



Fonte: a autora (2024).

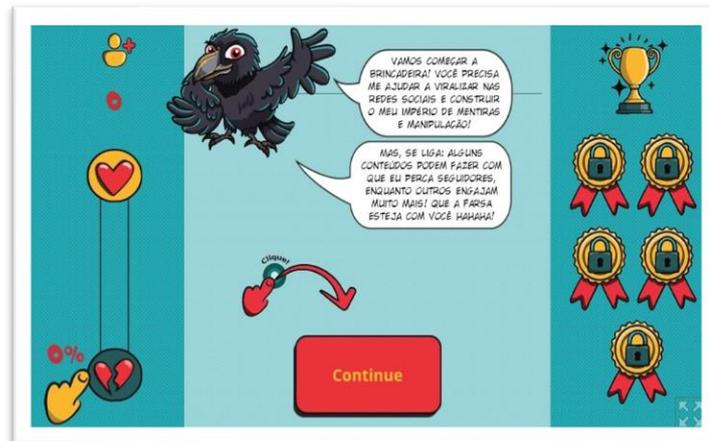
Figura 31 – Sistema de recompensas (followers, likes e Rewards)



Fonte: a autora (2024).

Finalizados os testes de usabilidade, passou-se à terceira etapa de cumprimento do objetivo b: o *design* do jogo em versão digital para navegador de computador. O roteiro foi elaborado então em português. Utilizou-se o *software* Twine (Figura 32), gratuito e muito utilizado para a construção de narrativas não-lineares.

Figura 34 - Corvo Capiroto explica o objetivo do jogo.



Fonte: a autora (2024).

Figura 35 - Início da primeira fase (Polarização)



Fonte: a autora (2024).

O protótipo foi considerado pronto para o experimento com voluntários em 24 de janeiro de 2024. A pesquisa iniciou então o processo de recrutamento dos voluntários para a execução do objetivo específico c. A estratégia metodológica adotada para seleção do universo foi a amostragem não-probabilística por conveniência - quando não há uma definição do número exato de participantes da amostra.

O jogo Meias#Verdades foi direcionado a brasileiras e brasileiros residentes em qualquer parte do planeta. Os voluntários foram recrutados mediante divulgação do experimento científico em redes sociais e veículos de comunicação no contexto local (Pernambuco) e nacional (X, Instagram, TV Cultura e Rede TV) e na plataforma

Itch.IO¹⁶ – uma das mais populares entre a comunidade *gamer* no mundo todo. Também se optou por divulgar o jogo enquanto projeto acadêmico com o apoio de pesquisadores da área de Ciência da Informação e afins. A princípio, o único critério empregado para elencar os voluntários seria: ser brasileiro e estar na faixa etária entre 18 e 24 anos. No entanto, durante o experimento com os voluntários, percebeu-se a necessidade de ampliar o universo amostral, incluindo adultos acima dos 24 anos.

O comunicado para participação da pesquisa científica solicitou que os interessados enviassem um e-mail para karoline.fernandes@ufpe.br manifestando interesse em participar e assinassem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para pesquisas virtuais. O documento consta no Apêndice A (p.195). Todos os participantes receberam as instruções de acesso ao jogo também por e-mail. No total, 55 voluntários responderam os dois questionários (pré e pós) e participaram da intervenção (jogaram o jogo), embora a pesquisa tenha atingido 76 pessoas, entre 18 e 56 anos.

Os voluntários vieram dos estados de: Pernambuco, Paraíba, Bahia, Rio Grande do Norte, Pará, São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Considerando os voluntários do público-alvo pretendido e que consentiram compartilhar os dados pesquisa, conforme protocolo aprovado pelo Comitê de Ética da Universidade Federal de Pernambuco (CAAE nº 71322223.8.0000.5208), a amostra válida contou com 55 participantes, majoritariamente entre 18 e 24 anos (houve dois participantes entre 25 a 35 anos; dois com idade entre 35 a 45 anos e três entre 46 e 56 anos).

Com relação à orientação política, 31 voluntários afirmaram serem de esquerda; 20, de orientação ao centro; 10, inclinados à direita, 4, à extrema esquerda. Ninguém afirmou ter identificações com a extrema direita. Trinta e cinco pessoas afirmaram ser do gênero feminino, 34 do gênero masculino e uma pessoa afirmou ser não-binária. Quanto à escolaridade, foram 20 universitários (ensino superior incompleto); 12 pessoas com ensino superior completo; 5, ensino médio incompleto; 21 com ensino médio completo e duas pessoas possuíam ensino fundamental incompleto.

¹⁶ Itch.io é uma plataforma voltada para criadores de vídeo games independentes. Nela é possível vender e comprar jogos ou abrigar criações de maneira gratuita. O Itch.IO também abriga fóruns de discussão. Fonte: Itch.IO. Disponível em: <https://itch.io/docs/general/about>. Acesso em: 22 ago 2023.

O projeto foi pauta de reportagem nos principais veículos de comunicação sediados no Recife, Capital pernambucana: Jornal do Commercio - tanto na versão digital quanto impressa, Folha de Pernambuco (versão digital e impressa), Diário de Pernambuco (página de últimas notícias), Rádio Jornal (entrevista ao programa Rádio Livre), Rádio CBN (conta de Instagram da rádio), site e conta de Instagram da UFPE, site da TV Guararapes, além de duas reportagens exibidas em telejornais TVs de abrangência nacional (Jornal da Tarde, da TV Cultura, e Rede TV News, da Rede TV).

Figura 36 - Reportagem sobre o jogo no jornal impresso Folha de Pernambuco



Fonte: Folha de Pernambuco (2024).

Figura 37 - Reportagem exibida em rede nacional, na TV Cultura



Fonte: Jornalismo TV Cultura (2024).

Figura 38 - Reportagem na versão impressa do Jornal do Commercio



Fonte: Jornal do Commercio (2024).

Figura 39 – Conta do Instagram da rádio CBN Recife



Fonte: Instagram da Rádio CBN Recife (2024).

Figura 40 - Card de recrutamento de voluntários



Fonte: a autora (2024).

3.1 FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

A metodologia aplicada ao jogo é inspirada em trabalhos anteriores (Van der Linden et al, 2017; Roozenbeek; van der Linden,2018; 2019;2020; Roozenbeek, van der Linden; Nygren, 2020; Basol *et al.*, 2021), que aplicaram o método de intervenção *prebunking* para produzir o efeito de inoculação psicológica no contexto da

desinformação por meio da linguagem dos jogos. Já o *design* da ferramenta, como descrito anteriormente, foi delineado a partir da abordagem Serious Games Design Assessment Framework (SGDA), de Mitgutsh e Alvarado (2012). Denominou-se o jogo desenvolvido de “Meias#Verdades¹⁷”.

Buscou-se replicar o método *prebunking* ao piloto de Meias#Verdades tomando-se como modelo a narrativa do jogo Bad News (Roozenbeek; van der Linden; 2019). Projetado para inocular contra a desinformação nas redes sociais, Bad News simula uma rede social e tem sido jogado por milhões de usuários e considerado eficaz como uma intervenção de inoculação em países europeus como Reino Unido, Alemanha, Polônia e Grécia (Roozenbeek; van der Linden; Nygren, 2020). O propósito da presente investigação foi testar, de maneira pioneira, a eficácia e relevância desse método criativo no contexto brasileiro, cuja realidade socioeconômica é demasiadamente díspar da maioria dos países do continente europeu.

Meias#Verdades é, com relação ao seu propósito, um Jogo Sérioso. Quanto à sua mecânica (que será detalhada posteriormente), aproxima-se do gênero *idle game* (jogo ocioso em tradução livre), uma modalidade muito utilizada no contexto de jogos sérios, por sua mecânica simples. No jogo, os indivíduos precisam postar “meias verdades” para fazer com que o Corvo Capiroto seja recompensado com o aumento de seguidores e curtidas (*likes*) em sua rede social. Ao longo de cinco fases, os jogadores são apresentados a padrões de desinformação comumente presentes nas redes sociais. Quando mais *memes* e desinformação postarem, mais seguidores e curtidas vão colecionar durante a aventura. Caso escolham opções claramente em linha com a ética jornalística, o jogo reduz a pontuação e os jogadores perdes seguidores e curtidas.

O método utiliza-se do princípio da inoculação *ativa*, onde os participantes são incitados a gerar argumentos favoráveis e contrários - o que, conforme estudos anteriores, pode ser mais eficaz, uma vez que a argumentação interna é um processo cognitivo mais envolvente. (Roozenbeek; van der Linden, 2019). Isto é relevante porque a inoculação pode afetar a estrutura das redes de memória associativa, aumentando os nós e as ligações entre os nós. (Pfau et al., 2005). Desta maneira, a

¹⁷ O título do jogo (Meias#Verdades) faz referência à expressão popular na língua portuguesa usada para sinalizar afirmação que omite parte dos fatos, principalmente com o objetivo de enganar alguém, direcionando, de maneira subjetiva, a reflexão crítica em torno do problema da desinformação.

concepção e *design* do jogo são consistentes com o pioneiro método *prebunking* de inoculação ativa de Roozenbeek e van der Linden (2019), diferenciando-se de aplicação do método original de inoculação introduzido por McGuire (1964), no qual, normalmente, a audiência recebe apenas refutações de um discurso enganoso (inoculação passiva).

3.2 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Quanto aos seus objetivos gerais, trata-se de uma pesquisa descritiva. Essa categoria tem como propósito primordial, a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, ainda, o estabelecimento de relações entre variáveis (Gil, 2002). Uma das particularidades mais significativas dessa modalidade é a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, como por exemplo, questionário e observação sistemática. Santos (2015) também destaca que a investigação descritiva tem como interesse descrever as relações que ocorrem no âmbito do fenômeno, pelo levantamento de características conhecidas, normalmente, na forma de observações do problema escolhido. Com frequência, assumem a forma de levantamento (Gil, 2002), que pode ser desenvolvido ao longo de várias fases. De modo geral, essas fases podem ser definidas na seguinte sequência:

- a) especificação dos objetivos;
- b) operacionalização dos conceitos e variáveis;
- c) elaboração do instrumento de coleta de dados;
- d) pré-teste do instrumento;
- e) seleção da amostra;
- f) coleta e verificação dos dados;
- g) análise e interpretação dos dados;
- h) apresentação dos resultados.

Desta maneira, conforme delineado anteriormente, a primeira fase deste estudo teve como objetivo específico *identificar técnicas de desinformação praticadas pela extrema direita* (objetivo a). Para cumprir esta etapa, metodologicamente, a investigação utilizou-se da técnica de Análise de Conteúdo (AC) - frequentemente utilizada em abordagens qualitativas no campo da Ciência da Informação. A AC estuda os aspectos materiais da mensagem, investigando a correlação de palavras,

estruturas dedutivas e a desmontagem do discurso (Kientz, 1973). A AC se vale da inferência e da interpretação para obter questões relevantes contidas em um conjunto de documentos.

A inferência, por sua vez, é a compreensão apreendida por dedução, que ocorre após a verificação dos encadeamentos causais por meio da enumeração das características dos documentos que levaram às consequências para finalmente refletir uma verdade explícita e controlada para a interpretação (Soares *et al.*, Hamanaka; Pontes; Araújo; Maculan, 2022). Desse modo, a Análise de Conteúdo caracteriza-se como um método de tratamento da informação contida na mensagem, e a compreensão da mensagem desenrolada por mecanismos processuais - métodos e técnicas. (Bardin, 2016). Assim, a AC orientou a execução do objetivo a.

Para desenhar o protótipo do jogo Meias#Verdades com base na estrutura SGDA (objetivo b), recorreu-se, metodologicamente, a uma abordagem conhecida no campo das investigações em Interação Humano-Computador (IHC) como: *research through design* (pesquisa por meio de *design*, em tradução livre), que tem como propósito, integrar as práticas de *design* às novas tecnologias e pesquisas em IHC.

Na comunidade de prática em *design*, o termo *design research* geralmente se refere à pesquisa inicial feita pelos *designers* para fundamentar e orientar o processo de desenvolvimento de produto. Contudo, entre acadêmicos em *design*, o termo implica uma investigação focada na produção de conhecimento. (Zimmerman; Forlizzi; Evenson, 2007). O presente trabalho se refere ao termo *design research* no sentido acadêmico, ou seja, relacionado à produção de conhecimento científico, e não como parte da pesquisa inicial para o desenvolvimento de um produto comercial. Neste ponto, a tese, quanto aos seus objetivos, se aproxima da abordagem exploratória, embora, quanto às estratégias adotadas, seja essencialmente descritiva.

O antagonista, Corvo Capiroto, interage com os jogadores por meio de balões de texto e oferece, de maneira geral, duas opções de caminho, a serem escolhidas ao clicarem nos botões (sinalizados em cor vermelha) disponíveis para que a aventura avance. Há ainda um ícone de mão com dedo indicador apontado para dar fluidez e garantir maior jogabilidade à experiência contida em Meias#Verdades.

Figura 41 - Corvo Capiroto convida jogador a "espalhar meias verdades"



Fonte: a autora (2024).

Em cada fase, são exibidos pequenos textos ou imagens sob a forma de *memes*, *posts* ou textos que simulam manchetes jornalísticas. Os jogadores são recompensados com o aumento de seguidores e curtidas ao fazerem as escolhas mais antiéticas, colaborando com o plano do Corvo Capiroto de “construir o seu império de mentiras nas redes sociais”. Ao abrir o seu “Manual das Fake News”, o vilão fornece argumentos explicativos sobre a técnica de desinformação que os jogadores acabaram de aplicar dentro do jogo, como exibido no exemplo da estratégia de Polarização exibida na Figura 42.

Figura 42 - Jogador ganha *likes* e seguidores ao postar conteúdo polarizador



Fonte: a autora (2024).

O jogo dura aproximadamente cinco minutos para ser concluído, quando os jogadores terão ganhado cinco distintivos ao aprenderem a aplicar as técnicas de desinformação, nomeadamente: (1) polarização de grupos; (2) uso de falsa

identidade; (3) emprego de estratégias de emoção e construção de câmaras de eco; (4) difamação de oponentes e (5) teorias da conspiração.

3.3 DESIGN DO JOGO A PARTIR DA ESTRUTURA SGDA

O método SGDA cria uma série de princípios para o delineamento de um jogo sério, considerando o seu *design* conceitual e seus elementos, que precisam estar interligados com o propósito do jogo. (Monteiro-Krebs, 2022). O modelo recomenda levar em consideração seis elementos constitutivos essenciais subjacentes a um jogo sério: a) propósito; b) mecânica; c) conteúdo e informação; d) ficção e narrativa; e) estética e gráficos; e f) enquadramento (*framing*). Nos próximos parágrafos, cada um dos elementos é explicado quanto à sua finalidade, em seguida, como cada um deles foi construído dentro do jogo, tanto para a aplicação do método *prebunking* quanto para responder às perguntas de pesquisa necessárias.

3.3.1 Propósito

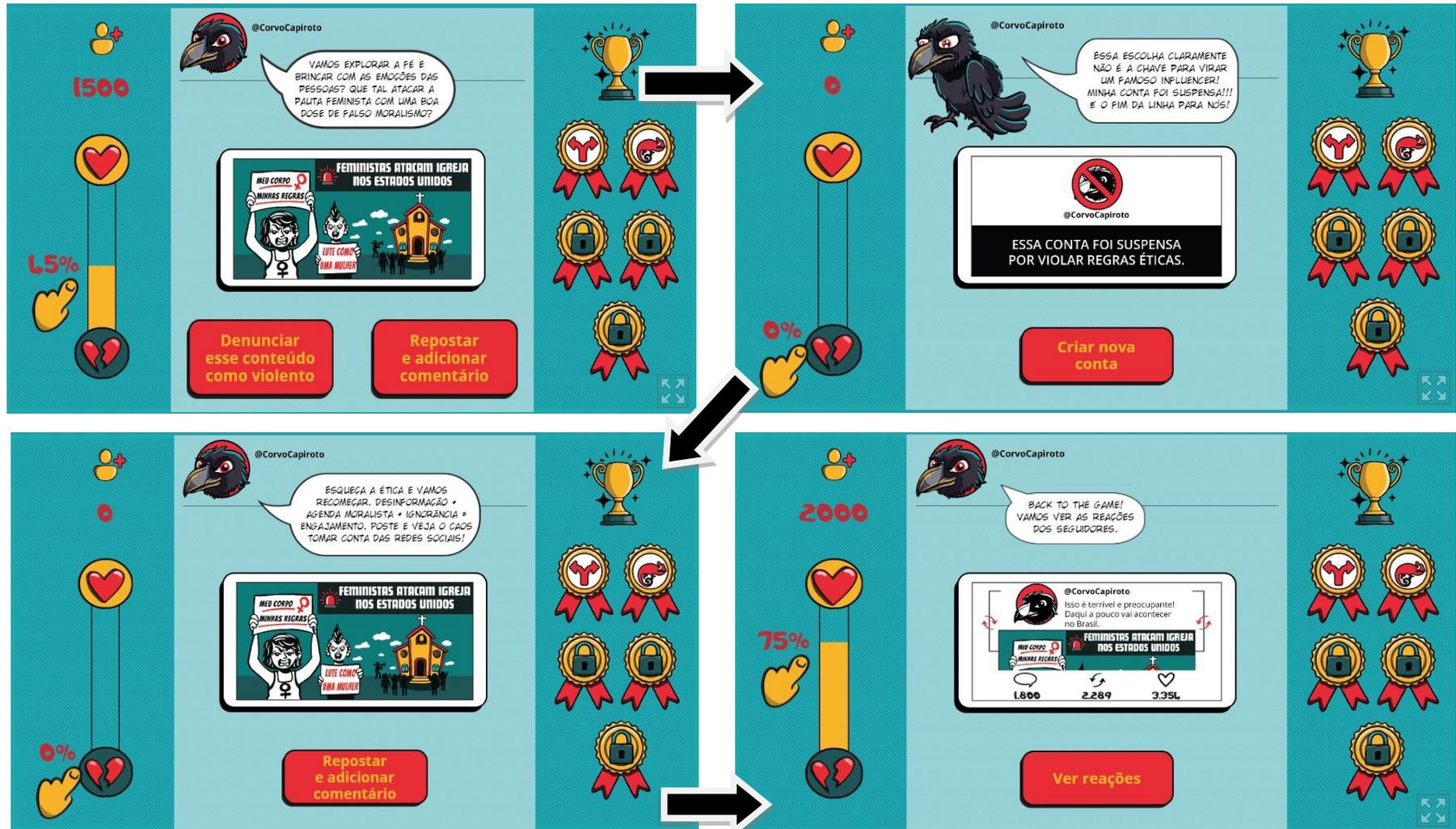
Mitgutsh e Alvarado (2012) evidenciam que objetivos e impactos têm significados distintos. Em um jogo sério, ambos formam o seu propósito. O objetivo é uma meta específica que o jogador deseja alcançar e o impacto, por sua vez, é o efeito ou consequência que o jogo deve causar. É importante ter ambos em mente ao planejar e avaliar iniciativas e projetos de jogos. Enquanto nos jogos voltados para o entretenimento o objetivo é autocontido e focado na experiência de jogo, aqui o jogo a ser desenvolvido será explicitamente projetado para gerar um impacto próprio, além do próprio jogo.

Portanto, na proposta do jogo Meias#Verdades, o jogador auxilia o vilão, Corvo Capiroto, a “espalhar meias verdades nas redes sociais e desestabilizar a democracia”. O objetivo é fazer com que o Corvo Capiroto “turbine” sua rede social, engajando seguidores por meio da postagem de conteúdos carregados de técnicas de manipulação nas redes sociais. Ao mesmo tempo, o jogador precisa maximizar a popularidade. O jogo aplica o modelo básico de inoculação, expondo a *ameaça* (também chamada de *aviso prévio*) – no jogo, correspondente às estratégias de desinformação – seguida de sua *refutação preventiva* – no jogo, o conteúdo

esclarecedor sobre cada tipo de desinformação trabalhada - para que, a partir da experiência de Meias#Verdades, os jogadores possam treinar argumentos explicativos sobre tais categorias de desinformação, adquirindo resistência cognitiva por meio da inoculação ativa.

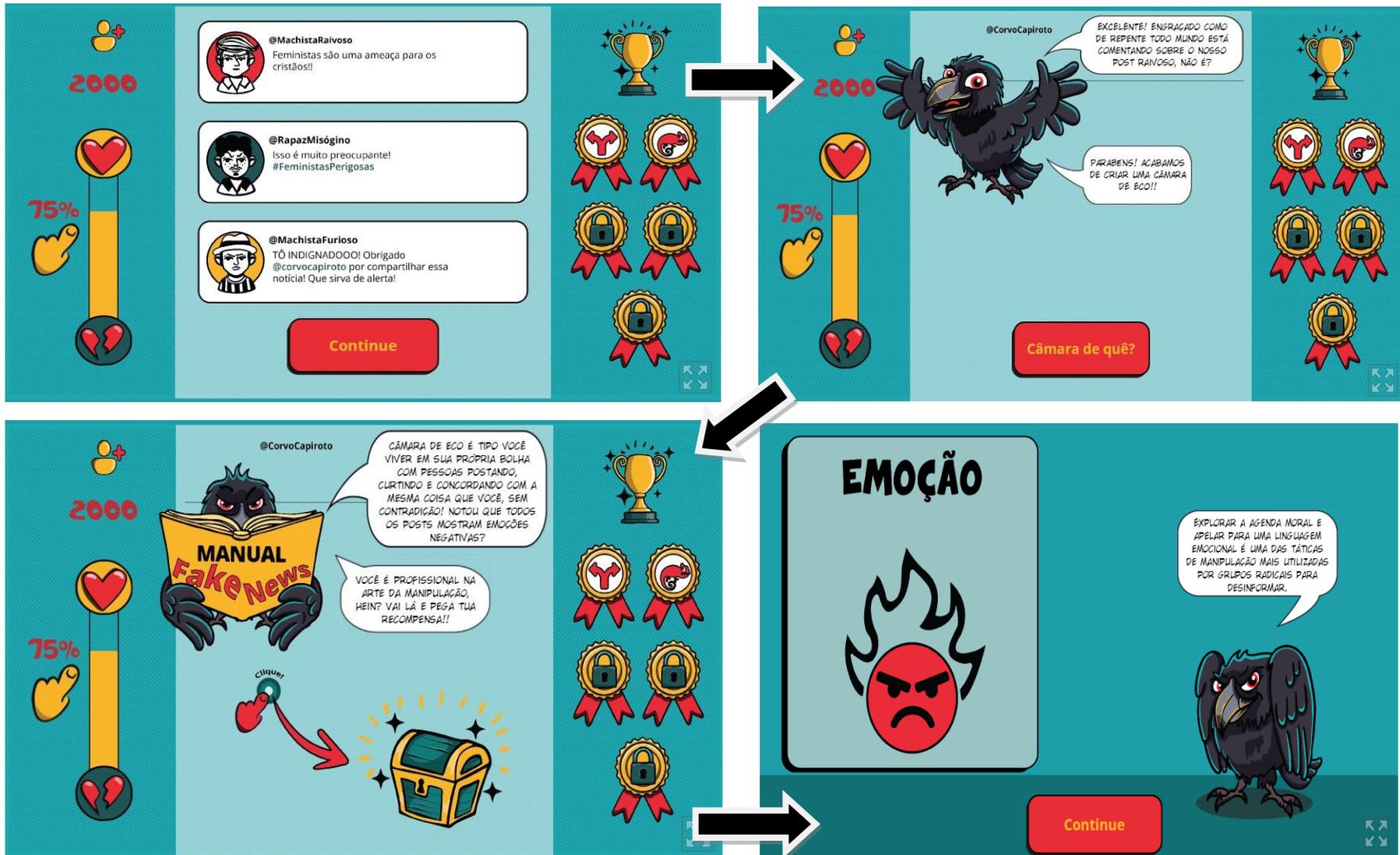
Na Figura 43 reproduz-se a aplicação prática do método *prebunking*, a partir da exposição da técnica de manipulação associada a um conteúdo moral-emocional presente na terceira fase do jogo (Emoção), ilustrada a partir do discurso desinformativo de ataque às pautas feministas por meio do fundamentalismo religioso). A aplicação do aviso prévio (que deverá provocar ameaça e motivação para que o jogador defenda suas próprias atitudes) se apresenta com a frase do Corvo Capiroto: “Vamos explorar a fé e brincar com as emoções das pessoas? Que tal atacar a pauta feminista com uma boa dose de falso moralismo”? No *meme* oferecido pelo antagonista para ser postado há uma peça inspirada em uma *fake news* desmascarada pela Agência Lupa. A ilustração mostra militantes feministas em frente a uma igreja a frase: “feministas atacam igreja nos Estados Unidos”. As opções indicadas para o jogador são: (1) denunciar esse conteúdo como violento e (2) repostar e adicionar comentário. No exemplo demonstrado aqui, a opção escolhida foi a (1) - a mais ética - que leva o Corvo a perder todos os seguidores e credibilidade, além de ter a conta “suspensa por violar regras éticas”. Como o objetivo desta intervenção é fazer com que o jogador continue a aventura até o final, ao jogador é oferecida mais uma oportunidade de continuar no jogo, ao clicar no botão “criar nova conta”. No quadro em seguida, aplica-se, a partir do balão de texto do Corvo Capiroto, mais uma camada de *aviso prévio*, com a frase: “Esqueça a ética e vamos recomeçar. Desinformação + agenda moralista + ignorância = engajamento. Poste e veja o caos tomar conta das redes sociais”! Apenas uma opção é oferecida ao jogador, que leva ao botão (2) “repostar e adicionar comentário”. Ao clicá-lo, o jogador ganha 2.000 seguidores e eleva em 75% o seu *ranking* de popularidade (likes). Na ilustração exibida, o vilão postou o *meme* em sua rede social e escreveu: “isso é terrível e preocupante. Daqui a pouco vai acontecer no Brasil”. Já na Figura 44, reproduz-se a exposição de argumentos de refutação da ameaça, com vistas a desmontar o discurso mentiroso e treinar a audiência a identificar, futuramente, essas narrativas.

Figura 43 – Exposição da ameaça no level 3 (Emoção) no design do jogo



Fonte: a autora (2024).

Figura 44 - Demonstração da refutação preventiva aplicada ao *design* do jogo

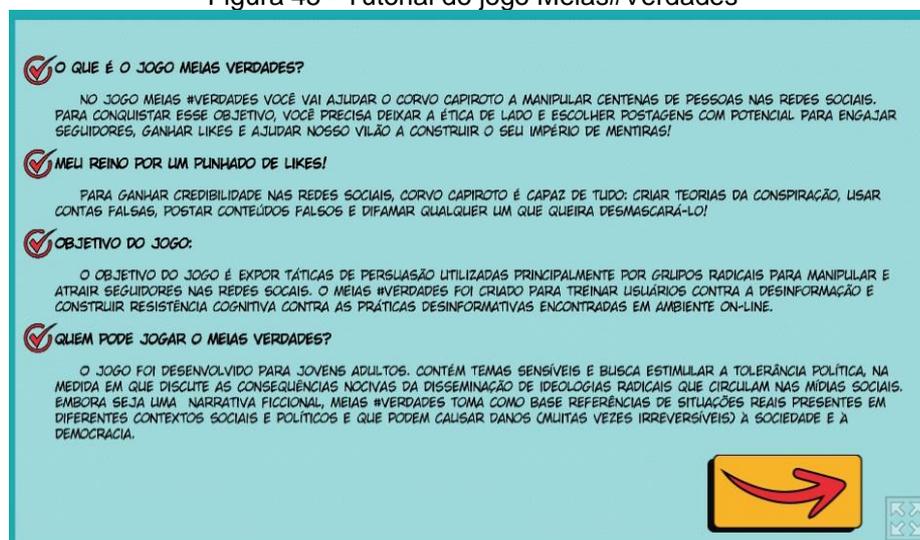


Fonte: a autora (2024)

3.3.2 Conteúdo e informações

Esse componente do jogo se refere à “informação, fatos e dados visíveis para o jogador (Mitgutsch; Alvarado, 2012, p. 124 *apud* Monteiro-Krebs, 2022, p. 157). As primeiras instruções sobre o jogo podem ser acessadas na opção Tutorial, disponível no Menu inicial (Figura 45). Para construir um jogo que pudesse reproduzir de maneira fidedigna as estruturas de peças desinformativas mais comuns disseminadas nas redes sociais brasileiras, a pesquisa criou mensagens inspiradas, conforme destacado nas sessões anteriores, na Análise de Conteúdo de desinformação desmascarada pela Agência Lupa, a partir das categorias classificadas em: Polarização; Falsa Identidade, Emoção, Difamação e Conspiração. Essas informações podem ser encontradas nos cinco estágios previstos ao longo do jogo Meias#Verdades.

Figura 45 - Tutorial do jogo Meias#Verdades



Fonte: a autora (2024).

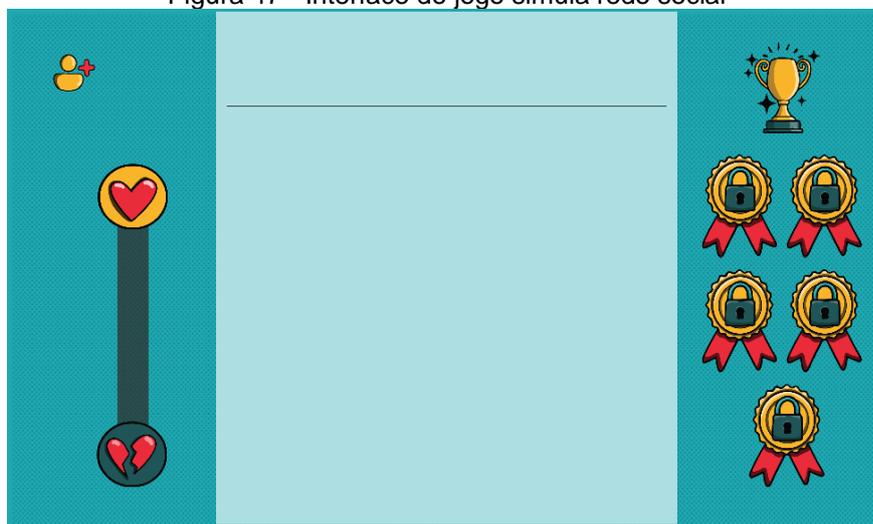
As informações para os jogadores estão disponíveis de três formas: balões de texto (usados para que o personagem Corvo Capiroto se comunique com os jogadores); *posts* que reproduzem notícias jornalísticas ou *memes*, que serão escolhidos pelos jogadores ao longo da narrativa; linguagem sonora e animações simples, acionadas para indicar quando os jogadores ganham ou perdem seguidores, *likes* e distintivos. Além disso, ícones como: mão com dedo indicador, baú de recompensas e ícones que simulam seguidores e *likes* das redes sociais são utilizados para guiar os jogadores, simulando o ambiente de uma plataforma digital como o X, em uma experiência *gamificada*. (Figuras 46 e 47).

Figura 46 - Ícones criados para orientar escolhas dos jogadores



Fonte: a autora (2024).

Figura 47 - Interface do jogo simula rede social



Fonte: a autora (2024).

Com relação às habilidades adquiridas no Meias#Verdades, a primeira, polarização, está relacionada a conteúdos formulados com o propósito de estimular pessoas que porventura estejam politicamente situadas ao centro do espectro político, a se posicionarem mais à direita ou à esquerda, sobretudo ao amplificar artificialmente queixas e tensões existentes entre diferentes grupos políticos da sociedade, a fim de obter apoio ou antagonismo em relação a pontos de vista partidários (Nato, 2017; Roozenbeek; van der Linden, 2019; Simchon; Bradya, 2022).

Já a segunda habilidade, falsa identidade, se refere à criação de uma identidade falsa de uma empresa ou pessoa com a intenção de obter vantagem ou para causar dano (Goga; Venkatadri; Gummadi, 2015). Isso inclui se passar por uma pessoa ou organização real, imitando sua aparência, por exemplo, usando um nome de usuário ligeiramente diferente. Essa técnica é comumente usada em plataformas de mídia social, por exemplo, ao se passar por celebridades, políticos ou empresas.

Emoção (terceira habilidade) tem como principal estratégia o uso de linguagem que estimula as emoções mais primitivas do ser humano, tais como: medo, raiva ou empatia, e/ou para abordar conteúdo associado a avaliações de normas sociais no domínio da moralidade (Roozenbeek; van der Linden, 2019). Estudos mostram que o conteúdo de apelo moral e emocional leva a um maior envolvimento e é mais provável que se torne viral e seja lembrado pelos consumidores de notícias (Berriche; Altay, 2020; Brady *et al.*, 2017).

Especificamente, observa-se neste trabalho que o uso de linguagem moral-emocional, sobretudo associada a interpretações literais de textos religiosos, tem sido explorada sobremaneira por grupos de extrema direita, como forma de mobilizar afetos e normalizar suas narrativas.

A quarta habilidade, difamação, compreende o processo de desacreditar os oponentes (*mal-information*) e tem como objetivo principal desviar a atenção da opinião pública de acusações de naturezas diversas, por meio do ataque e deslegitimação da fonte da crítica (Lischka, 2017) ou negação de acusações de irregularidades (A'Beckett, 2013). Com frequência, profissionais da imprensa são alvo constante desse padrão de manipulação nas redes sociais.

Conspiração, por sua vez, possibilita aos jogadores lançarem suas próprias teorias de conspiração e construir “câmaras de eco”, ao criarem explicações alternativas para eventos ou notícias para as quais já se tem uma explicação sacramentada, como, por exemplo, o movimento conspiratório do terraplanismo. Geralmente as narrativas conspiratórias assumem que alguns desses eventos são controlados por um pequeno grupo secreto de pessoas de elite, geralmente malicioso (Jolley; Douglas, 2017; van der Linden, 2015; Lewandowsky; Gignac; Oberauer, 2013).

3.3.3 Mecânica

A mecânica do jogo define quais são as possibilidades para os jogadores, que são expressas a partir das regras. (Monteiro-Krebs, 2022, p. 156). Além do objetivo central do jogo para os jogadores, a estrutura SGDA também destaca a importância do funcionamento do sistema de recompensa, os obstáculos, desafios e o equilíbrio entre as dificuldades e condições de vitória. (Mitgutsch; Alvarado, 2012, p. 124 *apud* Monteiro-Krebs, 2022, p. 156). Sicart (2008) define a mecânica do jogo como os métodos invocados pelos agentes para interagir com o mundo do jogo, ou seja, define as várias ações, comportamentos e mecanismos de controle oferecidos ao jogador dentro de um contexto de jogo. É o estabelecimento das regras que definem o espaço de possibilidade para as operações no mundo do jogo.

O protótipo Meias#Verdades foi construído a partir do *software* de desenvolvimento de jogos Construct3, em sua versão paga. O Construct3 oferece um motor de jogo (*game engine*) que permite a criação de videogames para diversas plataformas (PC, *consoles*, *mobile*, VR e AR) utilizando um editor visual e programação através de *scripting*.

O jogo simula a interface de uma rede social, onde os jogadores podem identificar a existência de uma *timeline*, contadores de “seguidores” e “curtidas”, comuns em plataformas digitais como Facebook, X e Instagram. A partir de uma narrativa baseada em escolhas, os usuários são apresentados a opções de *posts* que afetarão seu caminho ao longo do jogo. O objetivo é auxiliar o vilão, Corvo Capiroto a viralizar, ganhando muitos seguidores e prestígio (*likes*) e, para tanto, será necessário utilizar as estratégias de desinformação aprendidas durante a aventura. As opções a serem avaliadas pelos jogadores simulam *posts* e *memes* de redes sociais.

O personagem vai estimular os jogadores a escolherem *posts* ou *memes* e, abaixo dessa ilustração central, duas possibilidades de escolha de ação. Há dois botões com a descrição do que é possível fazer: um à direita e outro à esquerda. O jogador só precisa clicar em qual opção vai escolher para que a narrativa conduza ao próximo passo. Ao concluir cada fase (cinco no total), o jogador recebe um distintivo correspondente a cada habilidade conquistada (Figura 48). Ao final, espera-se que o jogador ganhe cinco distintivos, sendo considerado vencedor.

Os jogadores são recompensados por fazer uso das estratégias que aprenderam no jogo e são punidos quando houver perda de credibilidade ou

seguidores, por escolherem opções alinhadas com o comportamento jornalístico ético. Conforme dito, neste projeto não há a situação de *game over*, haja vista ser intenção do projeto fazer com que os usuários completem a aventura até o final. No entanto, na fase 3 (emoção) o jogador pode ter a conta “apagada” por “violar regras éticas” (Figura 49) e “zera” seu ranking de seguidores e curtidas, retomando a aventura ao clicar no botão “Criar nova conta”.

Figura 48 - Distintivos correspondentes às fases do Meias#Verdades





Fonte: a autora (2024).

Figura 49 - Corvo Capiroto tem conta "suspensa", perdendo seguidores e likes



Fonte: a autora (2024).

3.3.4 Ficção e narrativa

Foca no espaço ficcional criado e como ele se relacionará com o propósito do jogo. Como argumenta Charsky (2010 apud Mitgutsch e Alvarado, 2012), esse contexto ficcional envolve o cenário, a narrativa, a história, os personagens, o problema e assim por diante.

Para criar um jogo de combate à desinformação, a construção do roteiro de Meias#Verdades tomou como ponto de partida a necessidade de criação de um vilão, entendendo-o como uma figura de comunicação do mundo contemporâneo, uma vez que representa e comunica valores, lições e ideologias distorcidas, bastante comum em jogos, quadrinhos e cinema (Faria, 2012). Idealizou-se então o personagem Corvo Capiroto, que, no ambiente ficcional, cumpre a função de incorporar a própria metáfora da “luta contra a desinformação”. Na aventura, os jogadores precisam auxiliar o Corvo,

cuja motivação é espalhar “meias verdades” nas redes sociais e desestabilizar a sociedade.

O personagem, sempre a compartilhar posicionamentos beligerantes e subverter códigos éticos, interage com o jogador a cada fase, solicitando-o que opte entre um ou outro conteúdo (com frequência, moralmente duvidoso), oferecido sob a forma de *posts* ou *memes*. Em conformidade com muitos *fake news games*, o Meias#Verdades também simula uma rede social, com ícones que sinalizam a quantidade de seguidores e curtidas, e *posts* sob a forma de tuítes. Embora seja inspirado intencionalmente no estereótipo da vilania, caracterizado por olhares caricatos e sorrisos “maliciosos” (como demonstrado na Figura 51), buscou-se incorporar à narrativa elementos que despertem o carisma dos jogadores, principalmente por meio do humor e da sátira (Figura 50).

Figura 50 - Corvo Capiroto incorpora estereótipo do vilão



Fonte: a autora (2024).

Figura 51 - Vilão clama por "Nossa Senhora da Manipulação"



Fonte: a autora (2024).

3.3.5 Estética e gráficos

De acordo com Mitgutsh e Alvarado (2012), este componente da estrutura do SGDA diz respeito à linguagem audiovisual (características estéticas, imagéticas, preferências estilísticas, meios artísticos e técnicas de computação gráfica) para a visualização e exibição dos elementos envolvidos no jogo. A estética e os gráficos definirão os aspectos formais gerais que enquadram o conteúdo (informação), a ficção (o mundo e os personagens do jogo), o público-alvo, o cenário e a mecânica do jogo.

Os meios utilizados para a criação de entretenimento em geral – jogos eletrônicos, animações - permitem uma produção cada vez mais rápida e de melhor qualidade. Em um mercado saturado desse tipo de conteúdo, é o visual de um produto ou personagem que muitas vezes prende a atenção do consumidor. É nesse ponto que a *Concept Art* (Arte Conceito, em tradução literal) se mostra como uma ferramenta importante para definir uma estética de sucesso, transcrevendo para um meio gráfico uma determinada ideia, comunicando uma ou várias mensagens que podem ser condensadas e permitindo que o espectador compreenda como um todo a estética ali proposta. (Meneses, 2013).

O *sketch*, ou esboço inicial, foi primordial para tornar o projeto gráfico do jogo uma ideia concreta, ainda que de forma rústica. O mais importante é que esse esboço, ainda que tosco, expresse ideias que poderão ser aproveitadas em *concepts* futuros (Pipes, 2007). A ilustradora Cecília Ceci criou a identidade visual do jogo Meias#Verdades a partir dos protótipos esboçados pela pesquisadora.

No atual cenário do entretenimento moderno, onde as tecnologias de ponta, animações de alta definição e inovações digitais dominam, ecoa pelos corredores da criatividade contemporânea um maior interesse pela estética “Retrô”. É crescente, nos mais diversos meios, a retomada desses elementos que simulam o aspecto antigo e imperfeito das fotografias, publicidade que se apropriam desses elementos como forma de nostalgia (Bitencourt; Wille; Depexe, 2019).

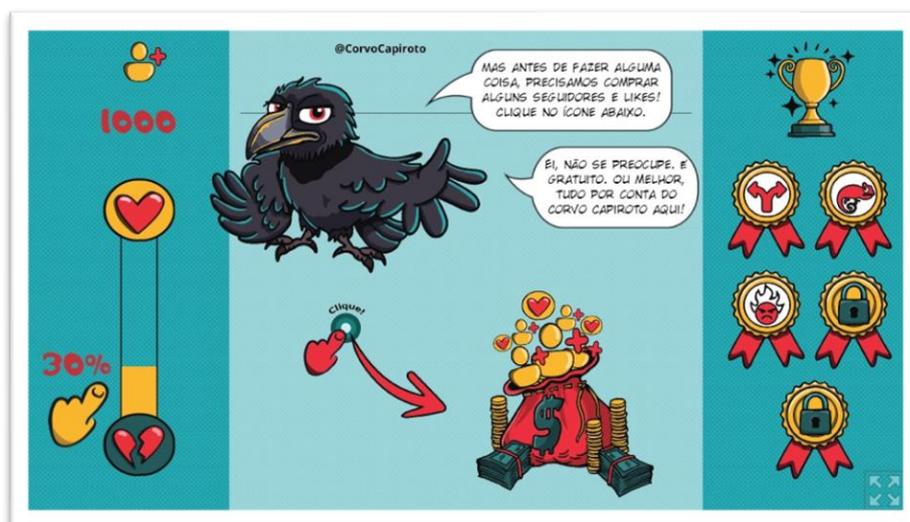
No contexto dos desenhos animados a estética “*Vintage Cartoon*”, também conhecida como “*New Retro Cartoon*” carrega consigo um sentimento de nostalgia e familiaridade. Segundo Christopher Hart (2005) o *New Retro Cartoon* é um estilo de ilustração derivados dos programas de TV e desenhos animados surgidos entre 1950 e 1960. Visualmente, tem raízes nos estúdios Hanna Barbera, tendo o seu uso popularizado nas produções do canal *Cartoon Network*, com personagens como

Johnny Bravo, *Meninas Super Poderosas* e *Samurai Jack*, tendo o seu apogeu televisivo na década de 90.

São também características da estética *New Retro*, as formas geometrizadas e simplificação dos traços, *art line* marcada pelo contorno preto, ausência de rebuscamento em suas formas e cores mais ou menos saturadas, a depender do efeito pretendido. A anatomia dos personagens do *New Retro* comporta-se de maneira peculiar também. Os personagens não lidam com limitações impostas pela anatomia humana, como acontece com os desenhos tradicionais, o que os torna ainda mais dinâmicos. Além disso, transparecem exatamente o que são: o vilão irá parecer um vilão, o Nerd vai possuir características marcantes que tornarão sua condição facilmente reconhecível (Hart, 2005).

Em busca dessas características, o projeto gráfico e estético do jogo *Meias#Verdades* se inspira no estilo *New Retro Cartoon*. A escolha dessa linguagem visual busca não só evocar um tom emotivo entre a audiência, como também, diferenciá-lo em meio a tantos projetos inovadores em ambiente digital, despertando a atenção do público-alvo (adultos entre 18 e 24 anos). O jogo também incorpora elementos da linguagem das Histórias em Quadrinhos (HQs), a partir da utilização de balões de texto com uso da fonte *Comic* (clássica em HQs), conforme ilustra-se na Figura 52.

Figura 52 - Balões de texto com fonte *Comic* remete à estética do HQ



Fonte: a autora (2024).

3.3.6 Enquadramento

Na concepção de Mitgutsch e Alvarado (2012) é o ajuste de todos os elementos contidos à habilidade exigida do público-alvo. Embora a audiência seja frequentemente tratada como uma questão importante no *design* de jogos sérios, Mitgutsch e Alvarado (2012) argumentam que a habilidade para jogar é muitas vezes negligenciada. Geralmente, os jogos tentam oferecer acesso fácil aos jogadores, mas, muitas vezes carecem de uma experiência equilibrada e envolvente (Mitgutsch; Alvarado, 2012). O Meias#Verdades se enquadra na categoria *Clicker Game* – também conhecida como *Idle Game* (jogos ociosos, em tradução livre). Essa modalidade é conhecida por oferecer uma mecânica simples e exigir apenas pequenas ações, como um “click”. O jogo foi projetado para ter duração de até cinco minutos. O ícone de uma mão indica qual ação o jogador deve executar, orientando sobre os próximos passos.

Figura 53 - Ícone de mão com indicador orienta ações a serem executadas



Fonte: a autora (2024).

3.4 DESENHO EXPERIMENTAL

Antes de descrever os caminhos adotados para a execução do objetivo c, é pertinente, para maior compreensão da leitura deste trabalho, explanar o planejamento prévio que orientou o estudo, desde a delimitação da questão principal da pesquisa, orientada a partir da teoria adotada, formulação das hipóteses,

predições, unidade amostral, variáveis independentes e dependentes do trabalho. (Silva et al., 2022).

É preciso ainda definir a estratégia mais adequada para a coleta de dados, pois esta garantirá a leitura correta das informações recolhidas. Esse procedimento envolve um sério esforço da parte do pesquisador interessado em aumentar seu conhecimento do comportamento humano. Levin (1987) salienta que:

Para entrevistar ou, por outra, eliciar informações de um grupo [...], tornam-se necessários certo grau de previsão, planejamento cuidadoso, controle, além do tempo despendido em campo. Completar a coleta de dados, entretanto, é somente o começo daquilo que constitui a análise estatística. A coleta de dados é o passo inicial, a matéria-prima com que o pesquisador deve trabalhar se o seu objetivo é analisar os dados, obter resultados e testar hipóteses acerca da natureza da realidade. (Levin, 1987, p. 15).

Com base nas informações supracitadas, expõem-se abaixo um panorama do delineamento da pesquisa, organizada para garantir validade e robustez dos resultados da tese.

População e Amostra

- Universo: brasileiros entre 18 e 24 anos, com acesso à internet e usuários de redes sociais;
- Amostra: voluntários (N=55) que aceitaram participar do estudo, selecionados por meio de amostragem por conveniência.

Critérios de Inclusão e Exclusão

- Inclusão: adultos incluídos na faixa etária entre 18 e 24 anos, usuários regulares de internet e redes sociais.
- Exclusão: indivíduos fora dessa faixa etária.

Instrumentos de Coleta de Dados

- Pré-Teste: questionário aplicado ao início do jogo Meias#Verdades para medir o conhecimento prévio em torno de cinco estratégias de desinformação: Polarização; Falsa Identidade; Emoção; Difamação e Conspiração, por meio da exibição de mensagens sob a forma de posts de redes sociais, que foram avaliados pelos voluntários por meio de uma escala de Likert;
- Intervenção: jogo digital Meias#Verdades.

- Pós-Teste: Questionário semelhante ao pré-teste para medir mudanças no conhecimento, atitudes e comportamentos após a intervenção.

Procedimento

Recrutamento dos Voluntários:

- Divulgação on-line em redes sociais, mídia tradicional e grupos de interesse no contexto da comunidade acadêmica;

Aplicação do Pré-Teste:

- Coleta de dados pré-jogo sobre conhecimento, atitudes e comportamentos relacionados à desinformação.

Intervenção:

- Jogar o protótipo do Meias#Verdades;

Aplicação do Pós-Teste:

- Coleta de dados pós-jogo para avaliar mudanças.

Variáveis do Estudo:

- Variável Independente: participação no jogo digital Meias#Verdades;
- Variáveis Dependentes: conhecimento sobre as estratégias de desinformação existentes no jogo (Polarização, Falsa Identidade, Emoção, Difamação e Conspiração) avaliadas por meio dos questionários pré e pós jogo;
- Atitudes em relação à confiabilidade em desinformação: medidas através de escalas de Likert onde 1 é “não confiável” e 7 é “muito confiável”;
- Comportamentos relacionados ao consumo de informações:

Análise de Dados:

- Comparação entre os grupos: avaliação das mudanças dentro de cada grupo (pré-jogo vs. pós-jogo);
- Métodos Estatísticos: Testes t pareados para comparações entre os grupos pré e pós-jogo; Regressão linear para analisar as possíveis relações entre as covariáveis socioeconômicas levantadas.

Considerações Éticas:

- Obter consentimento informado de todos os participantes por meio do TCLE;
- Garantir anonimato e confidencialidade dos dados coletados;
- Aprovação do comitê de ética em pesquisa da UFPE.

Cronograma

- 24 de janeiro a 30 de março de 2024: recrutamento e aplicação dos questionários pré e pós jogo; Intervenção (participação no jogo digital);
- 30 de março a 30 de maio de 2024: análise de dados.
- 31 de maio a 20 de julho de 2024: relatório final e divulgação dos resultados.

Potenciais limitações

- Viés de seleção: pesquisa pode não atingir uma amostra representativa do público-alvo pretendido (jovens brasileiros entre 18 a 24 anos, independentemente da realidade socioeconômica, orientação política e região de origem).
- Viés de medição: questionários podem não capturar todas as nuances de atitudes e comportamentos relacionados à confiabilidade em desinformação.

Dados Faltantes

- Monitorar a coleta de dados para identificar pontos onde ocorrem ausências de respostas (pré-teste, pós-teste, abandono do estudo);
- Tratar os dados faltantes por meio de métodos estatísticos que lidam com dados faltantes, como o modelo de máxima verossimilhança.

3.5 COLETA DE DADOS COM OS VOLUNTÁRIOS

Para coletar os dados do experimento adotou-se a estratégia de exibir, no *design* do jogo Meias#Verdades, *links* que direcionaram para os dois questionários formulados por meio da ferramenta gratuita Google Forms. Estes foram apresentados ao início e ao final do jogo. Os indivíduos respondentes formaram, portanto, as variáveis independentes. Já as variáveis dependentes medidas foram as cinco estratégias de desinformação treinadas durante a intervenção com o jogo e aplicadas aos questionários pré e pós sob a forma de *posts* e manchetes de notícias. Os participantes foram solicitados a avaliar a confiabilidade dessas mensagens em uma escala de Likert de 7 pontos, onde: 1 = não confiável e 7 = confiável, antes e depois de jogarem.

Também foram aplicadas perguntas de controle, representadas por manchetes inspiradas em notícias reais publicadas no cotidiano do jornalismo brasileiro, com linguagem que reunisse critérios associados ao código deontológico que guia a *práxis* jornalística, tais como: distanciamento e neutralidade, serviço ao

interesse da comunidade e objetividade (Traquina, 2005; Silva, 2014; Charaudeau, 2012).

Os itens baseados em notícias "reais" ajudaram a controlar a desejabilidade social: se os participantes simplesmente se tornassem mais céticos em relação a todos os títulos que lhes fossem mostrados, poderia se esperar que também avaliassem os itens de controle como significativamente menos confiáveis depois de jogar (Roozenbeek; van der Linden, 2019).

O experimento também coletou informações sociodemográficas com perguntas relacionadas a: gênero, idade, escolaridade, estado de residência, orientação política, renda familiar. Aqui é importante esclarecer que, a princípio pretendia-se recrutar 270 participantes (ao menos dez pessoas de cada um dos 26 estados brasileiros, além do Distrito Federal) e assim, analisar como os resultados poderiam diferir entre covariáveis medidas nas perguntas sociogeográficas (orientação política, idade, gênero, educação, renda familiar).

No entanto, apesar dos esforços em amplificar a divulgação do experimento científico, infelizmente a amostra obtida foi pequena (N=55), não sendo possível estabelecer relações causais entre os dados sociodemográficos e os resultados do estudo (o que seria mensurado por meio da técnica estatística de regressão linear).

Antes de iniciarem a aventura, os jogadores foram indagados a participarem de um estudo científico (Figura 54). O jogo apresentou uma pesquisa por meio de *links* fornecidos via Google Forms (Figura 55), cujas respostas foram encaminhadas ao e-mail principal da pesquisa (karoline.fernandes@ufpe.br). O questionário pré-jogo exibiu nove mensagens sob forma de *posts* de redes sociais e solicitou que o jogador avaliasse se o conteúdo era confiável ou não, em uma escala de 1 a 7, onde 1 equivaleu a "não é confiável" e 7 equivaleu a "muito confiável". As mensagens foram criadas - embora inspiradas em conteúdos reais pertencentes às categorias de técnicas de desinformação: polarização; falsa identidade, emoção, difamação e conspiração, e intercaladas com conteúdo que simula uma notícia factual jornalística.

Figura 54 - Corvo Capioto convida jogador para o experimento



Fonte: a autora (2024).

Figura 55 - Instruções para participação da pesquisa no *design* do jogo



Fonte: a autora (2024).

Na Figura 56 tem-se um exemplo de como se apresenta a mensagem no Google Forms:

Figura 56 - Mensagem sob forma de post no questionário pré-jogo

O QUE VOCÊ ACHA DESSE CONTEÚDO? *



@CorvoCapioto
Universidades públicas doutrnam para o comunismo.

1 2 3 4 5 6 7

Não é confiável Muito confiável

Fonte: a autora (2024).

É pertinente esclarecer que tanto as mensagens de tratamento quanto as de controle foram criadas especialmente para o protótipo Meias#Verdades, embora

inspiradas em situações reais. Esta também é uma mudança com relação ao método utilizado no jogo *Bad News*, formulado com base em casos reais de *fake news* e notícias reais publicadas em veículos de comunicação de falantes da língua inglesa.

Criar o conteúdo para os questionários de Meias#Verdades foi uma escolha particular de *design*, justificada na seguinte preocupação: sabe-se que a população brasileira é uma das maiores consumidoras de redes sociais do mundo – 3ª nação que mais consome tais plataformas mundialmente e 1ª da América Latina, conforme levantamento do Comscore 2023 (Pacete, 2023). Naturalmente, as chances de que peças desinformativas retiradas do “mundo real” já fossem conhecidas do público seriam maiores, o que poderia influenciar nas respostas.

A primeira questão oferecida foi uma pergunta de controle: um *tweet* com linguagem jornalística afirmando: “Relatório do Fórum Econômico Mundial aponta que crise climática vai provocar ameaça global em dez anos”. A mensagem teve como base a notícia publicada na CNN, cuja manchete foi: “Ameaças do clima e IA trazem perspectiva sombria para economia global, diz Fórum Econômico Mundial”¹⁸.

A Figura 57 reproduz a primeira pergunta de controle do questionário pré-jogo. A segunda pergunta de controle foi o seguinte *post*: “Criminosos assaltam supermercado”, e foi inspirada em uma notícia publicada na TV Jornal (2021), cuja chamada original é: “Criminosos assaltam supermercado e levam mais de R\$ 70 mil no Recife”¹⁹. A terceira questão oferecida foi a pergunta de tratamento relacionada à estratégia de Conspiração, a partir do seguinte *tweet* criado: “Nova Ordem Mundial vai instituir governo global e autoritário”, e foi inspirada em uma notícia publicada no Estado de S. Paulo (2023) sobre a referida teoria conspiratória, cuja manchete foi: “O que é a teoria da conspiração da Nova Ordem Mundial”²⁰.

¹⁸ Fonte: CNN (2024). Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/ameacas-do-clima-e-ia-trazem-perspectiva-sombria-para-economia-global-diz-forum-economico-mundial/>. Acesso em: 13 mai. 2024.

¹⁹ Fonte: TV Jornal (2021). Disponível em: <https://tvjornal.ne10.uol.com.br/tv-jornal-meio-dia/2018/05/04/criminosos-assaltam-supermercado-e-levam-mais-de-r-70-mil-no-recife-108494/index.html>. Acesso em: 13 mai. 2024.

²⁰ Fonte: Estado de S. Paulo (2023). Disponível em: <https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/nova-ordem-mundial-teoria-da-conspiracao/>. Acesso em: 13 mai 2024.

Figura 57 - Mensagem usada como pergunta de controle



Fonte: a autora (2024).

Os *posts* restantes seguiram a seguinte ordem: (4) pergunta de tratamento relacionada à estratégia Emoção: “Homossexuais reduzem população do planeta, conclui pesquisa”; (5) pergunta de controle: “Inflação chega a 8% em 12 meses, aponta IBGE”; (6): pergunta de tratamento relacionada à estratégia Falsa Identidade: “Eu gosto dos venenos mais lentos, das bebidas mais quentes e tenho apetites vorazes por uns rapazes (Clarice Lispector)”; (7): pergunta de tratamento relacionada à estratégia de Polarização: “Universidades públicas doutrinam para o comunismo”; (8): pergunta de tratamento relacionada à estratégia de Difamação: “Bancada feminina no congresso vota a favor da liberação das drogas”; (9): pergunta de controle: “Governo Federal lança campanha para aumentar cobertura vacinal”.

O questionário pós-jogo contou com um conjunto de 10 perguntas (cinco de tratamento e cinco de controle), com um conjunto semelhante – mas não idêntico – de estímulos baseados em *posts*. Além disso, os participantes responderam algumas perguntas sociodemográficas, tais como: idade, gênero, escolaridade, orientação política, renda familiar (Figura 58).

Figura 58 - Perguntas sociodemográficas no questionário pós-jogo

The image shows a screenshot of a questionnaire form with three sections, each containing radio button options:

- Gênero ***
 - Feminino
 - Masculino
 - Não-binário (a)
- Idade ***
 - 18 a 24 anos
 - 25 a 35 anos
 - 36 a 45 anos
 - 46 a 56 anos
 - 56 a mais
- Escolaridade ***
 - Ensino Fundamental incompleto
 - Ensino Fundamental completo
 - Ensino Médio incompleto
 - Ensino Médio completo
 - Ensino Superior incompleto
 - Ensino Superior completo

Fonte: a autora (2024).

Os questionários pré e pós completos podem ser encontrados, respectivamente, nos Apêndices B e C desta tese. Somando-se o tempo de resposta do questionário pré-jogo, a intervenção contida no protótipo de Meias#Verdades e a resposta do questionário pós-jogo, os voluntários levaram, em média, entre cinco a sete minutos.

3.6 ASPECTOS ÉTICOS E LEGAIS

Os participantes da pesquisa receberam por e-mail o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) em formato PDF para ser assinado e encaminhado de volta ao e-mail da pesquisadora. No referido documento, a pesquisadora se comprometeu a garantir o sigilo e a confidencialidade, de forma que nenhuma informação que identificasse os respondentes fosse divulgada, preservando a privacidade dos voluntários.

De acordo com as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos, esta investigação foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da UFPE. É importante ressaltar que não foi registrada nenhuma informação de identificação pessoal dos participantes (incluindo endereços ou localização) em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

(LGPD) do Brasil, Lei nº 13.853, de 8 de julho de 2019 (Brasil, 2019). O documento está disponível no Apêndice A da pesquisa. As informações dos voluntários ficarão armazenadas em uma mídia externa (HD), conforme determinação do CEP/UFPE).

4 ANÁLISE, DISCUSSÃO E INFERÊNCIAS DOS RESULTADOS

Nesta seção estão organizados os principais achados da pesquisa. Busca-se, assim, um sentido mais amplo para os dados brutos obtidos, mediante sua correspondência com conhecimentos disponíveis, derivados principalmente das teorias que deram fundamentação à pesquisa (Gil, 2008). A apresentação dos resultados conta com a interpretação objetiva e tradução dos números em gráficos e tabelas, com o propósito de responder à problemática de pesquisa e hipótese formulada.

A partir do problema de pesquisa desta tese, procurou-se investigar: até que ponto intervenções com base no método *prebunking*, sobretudo com o uso de jogos, são eficazes em conferir resistência cognitiva contra a desinformação on-line, especialmente propagada pela extrema direita, no contexto político brasileiro? Esta pergunta foi então traduzida na hipótese testável: **H¹**: após jogarem Meias#Verdades, os participantes classificarão como menos confiáveis as peças desinformativas ensinadas no jogo (Polarização, Falsa Identidade, Emoção, Difamação e Conspiração), exibindo assim, o efeito de inoculação. Assumiu-se, portanto, a hipótese nula: **H⁰**: a inoculação preventiva, induzida durante o jogo Meias#Verdades, não interfere na confiabilidade em peças desinformativas, não gerando efeito de inoculação.

Em consonância com as pesquisas de inoculação acessadas nesta tese (Linden *et al.*, 2017; Roozenbeek; van der Linden, 2019; Roozenbeek *et al.* 2022; Basol *et al.*, 2021) a testagem da hipótese foi realizada por meio de análises estatísticas, por meio das quais foi possível relatar mudanças nos participantes antes e depois do jogo e, sequencialmente, comparar os resultados com descobertas anteriores, encontradas na literatura.

Levin (1987) define a estatística como “um conjunto de técnicas para a redução de dados quantitativos a um número menor, em termos descritivos, que sejam mais convenientes e facilmente comunicáveis”. A estatística descritiva ajuda a descrever as características dos participantes, resumir a distribuição dos dados e identificar padrões e tendências.

Uma das perguntas mais comuns em estatística é saber se há diferença entre as médias de dois grupos ou tratamentos. Silva *et al.* (2022) ilustram que, para responder a esta pergunta, Student (pseudônimo de William Sealy Gosset), químico

da cervejaria Guinness, desenvolveu em 1908 o Teste T, uma estatística que segue uma distribuição (t) para rejeitar ou não uma hipótese nula de médias iguais entre dois grupos, por meio da seguinte equação (Figura 59).

Figura 59 - equação do Teste T de Student

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2)}{\sqrt{\frac{2S_p^2}{n}}}$$

Onde:

- $\bar{X}_1 - \bar{X}_2$ = diferença entre as médias de duas amostras
- S_p^2 = desvio padrão das amostras
- n = tamanho das amostras

Fonte: Silva *et. al.* (2022, p. 190).

Para aplicar o Teste T é preciso observar algumas premissas: as amostras devem ser independentes; as unidades amostrais são selecionadas aleatoriamente; distribuição normal dos resíduos e homogeneidade da variância (Silva *et al.*,2022). A normalidade dos resíduos refere-se à distribuição dos desvios entre valores observados e valores previstos pelo modelo.

Em um Teste T, os resíduos são as diferenças entre os valores observados da variável dependente e os valores previstos pelo modelo. Já a homogeneidade da variância (homoscedasticidade) é uma suposição fundamental em muitas análises estatísticas para comparação de médias e implica que as variâncias das amostras comparadas são iguais. (Levin, 1987, p. 181). Especificamente para examinar a hipótese 1, recorreu-se, neste trabalho, ao Teste T pareado - uma estatística que usa dados medidos duas vezes na mesma unidade amostral, resultando em pares de observações para cada amostra (amostras pareadas). Ele determina se a diferença da média entre duas observações é zero. (Silva *et al.*,2022, p. 198). A análise segue a equação constante (Figura 60).

Figura 60 - Equação para a estatística com Teste T de amostras pareadas

$$t = \frac{\bar{d}}{S_{\bar{d}}}$$

Onde:

- \bar{d} = média da diferença das medidas pareadas. Observe que o teste não usa as medidas originais, e sim, a diferença para cada par
- $S_{\bar{d}}$ = erro padrão da diferença das medidas pareadas

Fonte: Silva *et. al.* (2022, p. 198).

A princípio, buscou-se reproduzir *ipsis litteris* o método contido nas supracitadas pesquisas envolvendo intervenções preventivas de inoculação, como por exemplo: reunir um conjunto amostral robusto o suficiente para compor grupos de tratamento e controle e, assim, testar mais de uma hipótese, além de analisar as correlações entre variáveis independentes dos diferentes grupos. No entanto, esta pesquisa enfrentou limitações desafiadoras, entre as quais: tempo, dinheiro e capital humano. Assim sendo, o desenho experimental foi readaptado à realidade encontrada, onde foi possível obter *insights* valiosos.

4.1 HIPÓTESE 1- O EFEITO DA INOCULAÇÃO

O experimento alcançou a unidade amostral $n=55$, correspondente aos voluntários que responderam ambos os dois questionários aplicados nos momentos pré e pós-jogo, ou seja: o estudo analisou dois grupos (situações antes e depois da intervenção contida na ferramenta Meias#Verdades). Como não foi possível estabelecer um grupo de controle, o estudo focou a análise estatística na técnica do Teste T pareado, não sendo possível aplicar a Análise de Variância (ANOVA) - recomendada para comparação a partir de três ou mais grupos. Mesma justificativa para a exclusão da aplicação da técnica de regressão linear, prevista, no desenho experimental inicial, para analisar as relações entre covariáveis independentes coletadas (o questionário sociodemográfico).

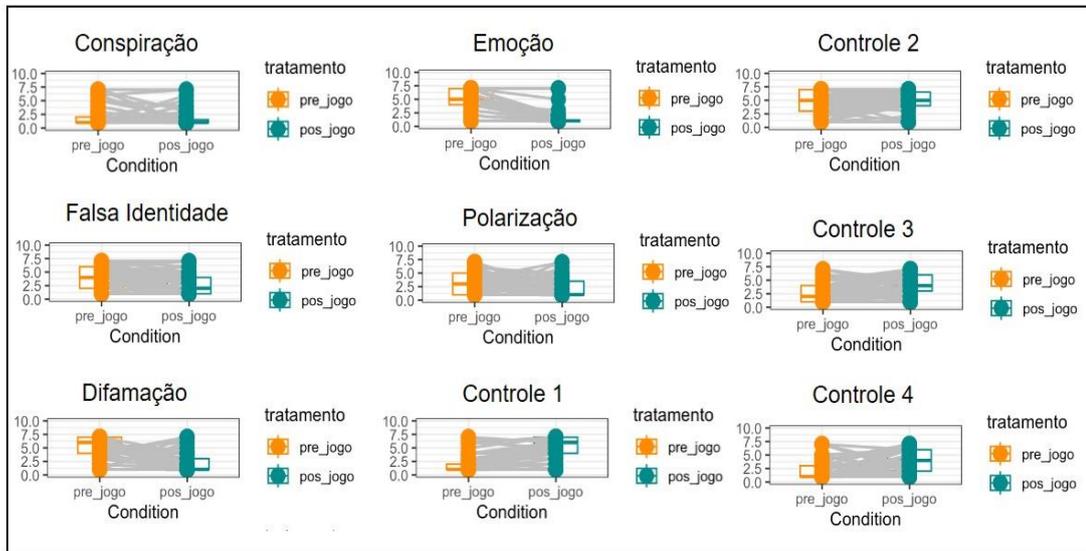
Conforme dito, a principal variável dependente analisada na pesquisa foi a capacidade dos voluntários de reconhecerem estratégias de desinformação na forma de *posts* e manchetes de notícias enganosas (Roozenbeek; van der Linden, 2019) apresentadas nos questionários.

As variáveis de tratamento devem ser interpretadas neste estudo como os enunciados os quais houve o emprego das técnicas de desinformação contidas no jogo (Polarização, Falsa Identidade, Emoção, Difamação e Conspiração). Aplicou-se ainda as perguntas de controle, correspondentes às notícias “reais”, inseridas nos questionários apenas para equilibrar o grau de desejabilidade das pessoas em julgarem como “não confiável” todos os enunciados exibidos nos questionários.

Os resultados do Teste T pareado com as variáveis tratamento e controle são exibidos de maneira global no Gráfico 1. Como descrito anteriormente, os participantes avaliaram as mensagens a partir da escala de Likert, onde 1 corresponde

a “não confiável” e 7 corresponde a “muito confiável”. Os gráficos exibem os julgamentos de confiabilidade pré (laranja) e pós (verde) das estratégias de desinformação e dos itens de controle.

Gráfico 1 - Gráficos *box plot* das variáveis de desinformação e controle



Fonte: a autora (2024).

Para facilitar a leitura dos dados obtidos por meio do modelo criado para o *software R* é preciso esclarecer que o *p-value* (*valor de p*) é uma medida usada em testes de hipóteses estatísticas para determinar a significância dos resultados observados. O valor ajuda a decidir se se pode ou não rejeitar a hipótese nula. Os valores de *t* correspondem ao tamanho do efeito. Já o valor de *p*, convencionalmente, precisa apresentar média menor ou igual a 0.05 para que as diferenças sejam estatisticamente significativas. Os valores de *t* indicam, também, a direção da diferença, ou seja: valores negativos apontam uma *diminuição do score*, e valores positivos, *aumento dos scores*.

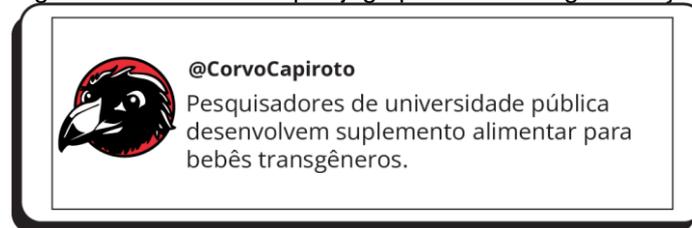
O jogo Meias#Verdades aborda a linguagem emocional ao exibir uma desinformação que apresenta uma perversa caricatura do movimento feminista (Figura 61). Os enunciados abordados nos questionários pré-pós foram, respectivamente: “Pesquisadores de universidade pública desenvolvem suplemento alimentar para bebês transgêneros” (Figura 62) e “Papa Francisco usa cruz LGBTQIAP+ e diz que vai mudar Bíblia” (Figura 63).

Figura 61 – Intervenção para desinformação moral-emocional



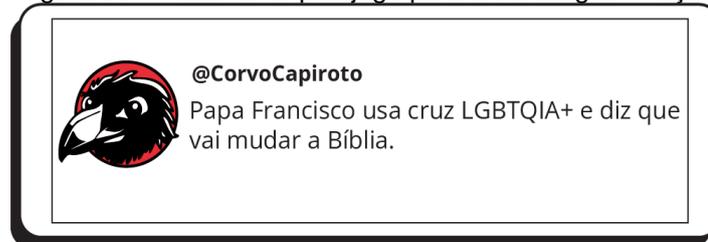
Fonte: a autora (2024).

Figura 62 - Tratamento pré-jogo para a estratégia Emoção



Fonte: a autora (2024).

Figura 63 - Tratamento pós-jogo para a estratégia Emoção



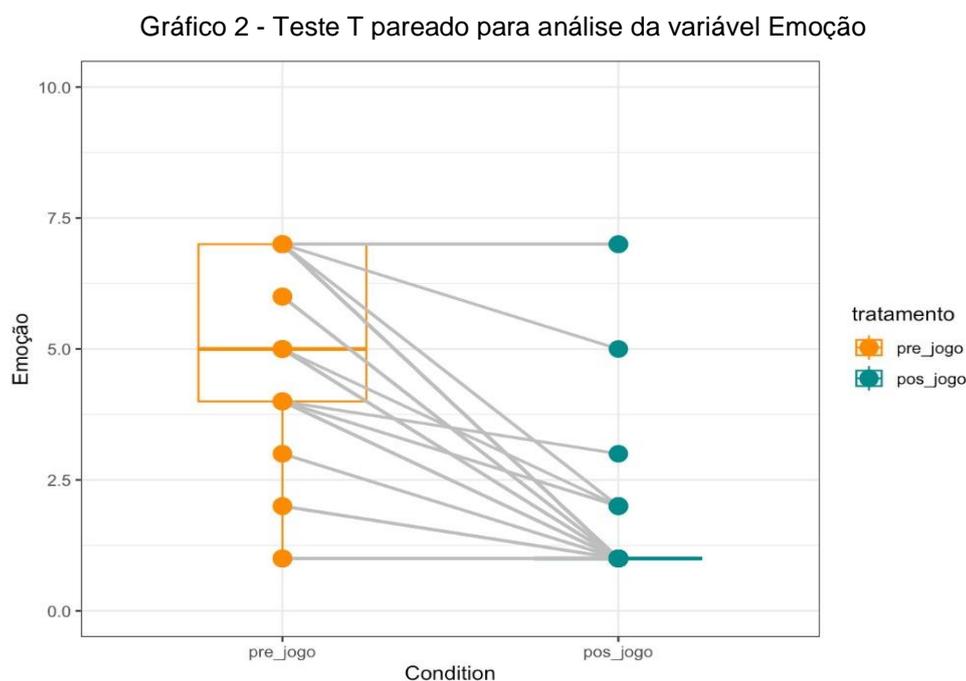
Fonte: a autora (2024).

A análise do tratamento para as respostas emparelhadas da variável Emoção destaca-se sobremaneira, com os seguintes resultados: $t = -10.896$ e $p\text{-value} = 3.008e-15$.²¹ Como dito, o valor de t indica a direção da diferença, ou seja, valores negativos são diminuição das médias e valores positivos são aumento das médias. Em suma, o Teste T pareado indicou que, após jogarem o jogo, a média de voluntários que avaliou a desinformação classificada como Emoção entre os índices 5, 6 e 7 na escala de Likert reduziu, comparada à situação pré-jogo. Um resultado em consonância com o estudo de Basol *et al.* (2021) em torno de evidências transculturais

²¹ Em notação científica, $3.008e-15$ significa 3.008×10^{-15} , valor extremamente pequeno, indicando que a probabilidade de obter os resultados observados, sob a hipótese nula, é praticamente zero).

para intervenções *pré-bunking* contra desinformação, entre as quais, a linguagem emocionalmente provocativa.

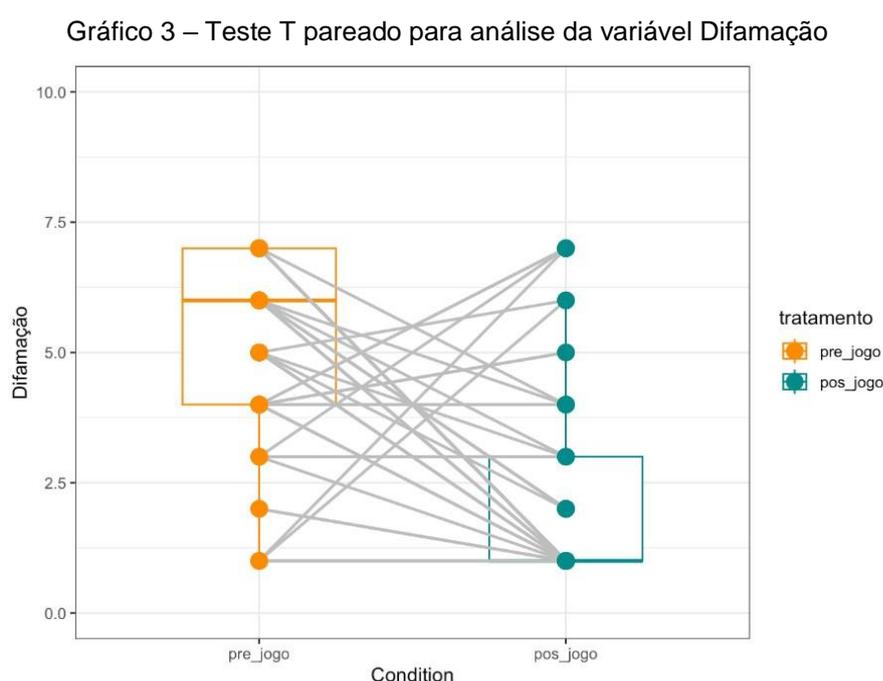
O valor de p , bastante abaixo do índice 0.05, revela que as diferenças das médias são estatísticas significativas, indicando que a inoculação foi eficaz quanto ao seu propósito. O Gráfico 2 mostra a representação do Teste T pareado, por meio do gráfico de caixa (*box plot*) para a variável Emoção:



Especificamente, neste estudo, trabalhou-se com peças desinformativas explicitamente orientadas à extrema direita, na tentativa de preencher uma lacuna da maior parte dos estudos envolvendo intervenções preventivas de inoculação, já que, na literatura acessada nesta tese, a desinformação abordada é politicamente “neutra”, ou seja, sem assumir um viés conservador ou progressista. Argumenta-se aqui que os dados obtidos sugerem que é possível estimular resistência atitudinal, especificamente, frente aos discursos extremistas discutidos ao longo deste trabalho – particularmente, desinformação contra movimentos em defesa da emancipação política das mulheres e a população LGBTQIA+.

A segunda variável, Difamação, também apresentou resultados significativos: $t = -6.9587$ e $p\text{-value} = 4.808e-09$, coadunando com o efeito positivo sobre a eficácia da ferramenta Meias#Verdades em mitigar os efeitos dessa estratégia de desinformação nas redes sociais – bastante praticada por grupos radicais,

principalmente com o objetivo de dismantelar a confiança dos indivíduos em instituições próprias do sistema de pesos e contrapesos da democracia brasileira (Sistema Eleitoral, Sistema Judiciário, Imprensa). Assim, os números preliminares fortalecem o potencial para uma nova linha de investigação em torno da construção de ferramentas que possam capacitar indivíduos, especificamente, sobre a radicalização na política e disseminação de discursos excludentes por meio de técnicas de desinformação. No Gráfico 3, a representação dos dados sobre a variável Difamação, treinada no jogo:



Fonte: a autora (2024).

Para a variável Falsa Identidade, a recolha de dados apresentou os seguintes indicativos: $t = -4.6988$, $p\text{-value} = 1.843e-05$. As questões emparelhadas dos momentos pré e pós jogo foram as seguintes: “*Eu gosto dos venenos mais lentos, das bebidas mais quentes e tenho apetites vorazes por uns rapazes*” (Clarice Lispector) e “*Quer irritar um conservador? Minta para ele. Quer irritar um esquerdista? Diga-lhe a verdade (Theodore Roosevelt)*”. O primeiro enunciado aborda a escritora Clarice Lispector. Ucraniana, de origem judaica, migrou com a família para o Brasil ainda criança, nos anos de 1920. Os Lispector eram perseguidos na Europa e encontraram no estado de Pernambuco o refúgio que precisavam.

Pela sua origem, chegou a ser fichada como “judia soviética comunista” pela ditadura militar brasileira. Clarice é uma das mais populares e importantes escritoras

da literatura brasileira e, com frequência, frases de efeito são falsamente atribuídas a ela, a ponto de ilustrarem *memes* que satirizam essa “prática” na Internet. Já a segunda mensagem traz uma comparação entre conservadores e “esquerdistas”, afirmando que os primeiros se irritam com a mentira e os últimos, com a verdade. A personalidade em questão é o ex-presidente norte-americano Theodore Roosevelt. O texto foi inspirado em um material desmascarado pela Agência Lupa e bastante compartilhado em grupos de extrema direita.

Dentro do jogo a intervenção proposta para esse tratamento envolveu duas personalidades populares do ramo das *Big Techs* (Elon Musk e Bill Gates), além da criação de sites de notícias sem nenhuma credibilidade jornalística), conforme ilustra-se nos exemplos das Figuras 64 e 65.

Figura 64 - Intervenção para a estratégia de Falsa Identidade



Fonte: a autora (2024).

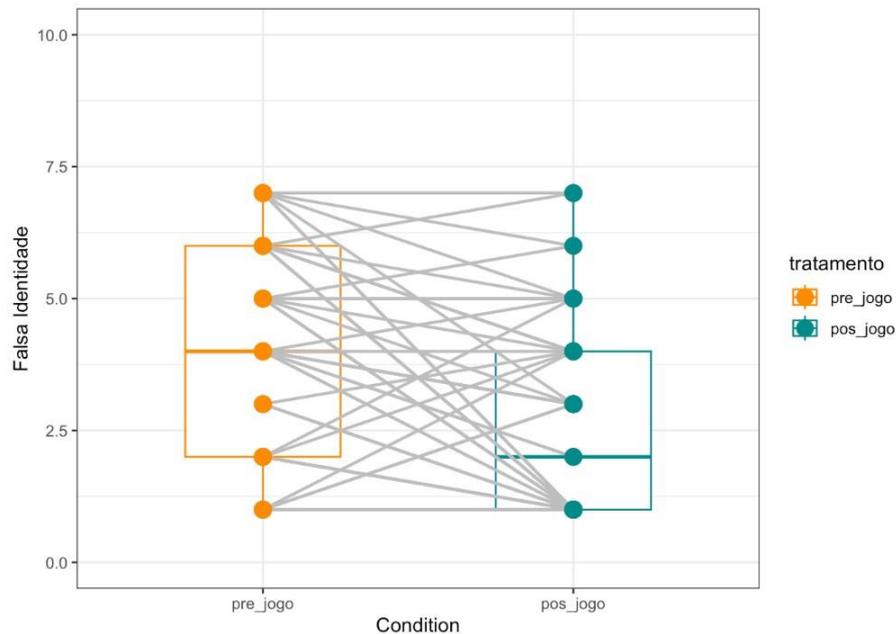
Figura 65 – 2ª intervenção para a estratégia Falsa Identidade



Fonte: a autora (2024).

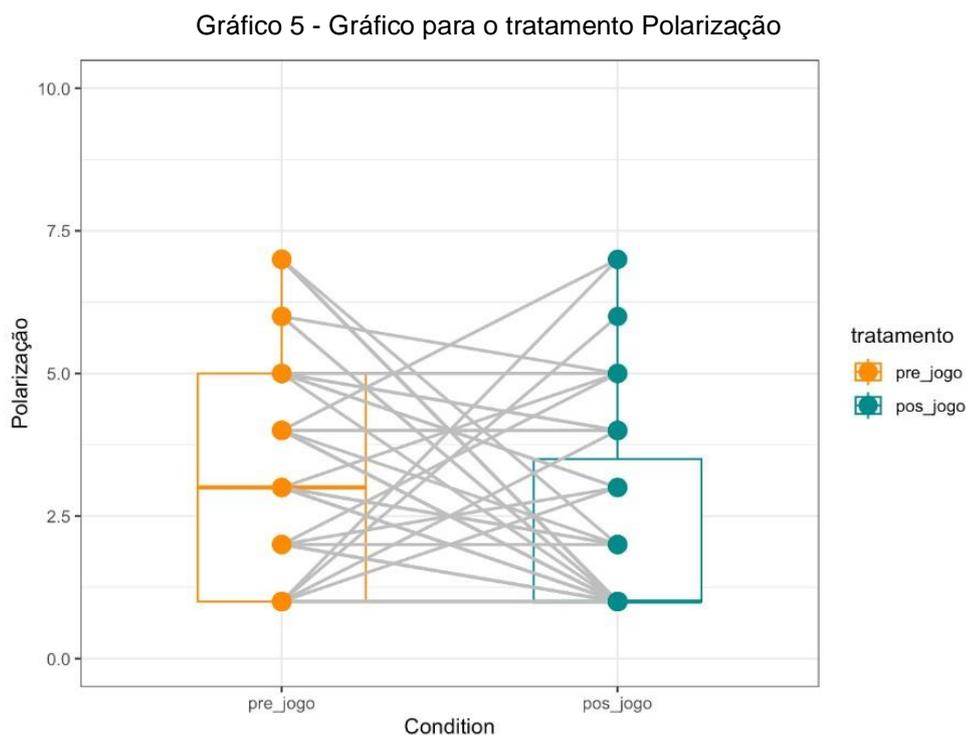
Também se buscou aqui atribuir uma intenção política para testar o potencial da intervenção junto ao Meias#Verdades em mitigar os efeitos da desinformação propagada pela extrema direita brasileira. O Gráfico 4 ilustra as médias de respostas nos momentos pré e pós jogo para a variável Falsa Identidade.

Gráfico 4 - Visualização do Teste T pareado para a variável Falsa Identidade



Fonte: a autora (2024).

Os dados relativos à estratégia de Polarização (elemento muito importante na desinformação on-line) sugerem um efeito de inoculação um pouco menor, mas ainda significativo, para manchetes polarizadoras. O Teste T pareado mostrou os seguintes dados: $t = -3.0636$, $p\text{-value} = 0.003408$. As questões desinformativas emparelhadas para o tratamento de Polarização foram, respectivamente: “Universidades doutrina para o comunismo” e “Militantes do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) invadem terra e queimam floresta”.



Fonte: a autora (2024).

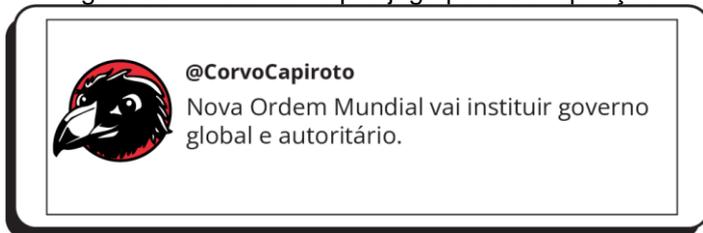
O efeito menor, porém, estatisticamente significativo para a variável Polarização se alinha com os achados da pesquisa anterior de Roozenbeek e van der Linden, 2019), que encontraram um efeito de inoculação um pouco menor, mas ainda importante, comparado às outras estratégias de manipulação, para manchetes polarizadoras. Neste estudo, especificamente, os autores analisaram covariáveis sociodemográficas, concluindo que embora haja pequena variação nos resultados, com relação à vulnerabilidade de idosos e conservadores em acreditarem e compartilhar desinformação, não houve diferença com relação a gênero, nível educacional, grupos etários ou ideologia política:

Não encontramos diferenças (praticamente) significativas nos efeitos da inoculação entre gêneros, níveis de educação, grupos etários ou ideologias políticas. Esta é uma descoberta notável por si só, pois o nosso objetivo era desenvolver uma intervenção que pudesse ser usada como uma “vacina de amplo espectro” sem causar reatância psicológica. (Roozenbeek; van der Linden, 2019, p. 7, tradução nossa).

Já os dados relacionados à variável Conspiração não foram significativos, com os seguintes resultados: $t = -1.2564$, e $p\text{-value} = 0.2144$ (alto, considerando o nível de significância = 0,05). As questões pré e pós jogo emparelhadas foram as

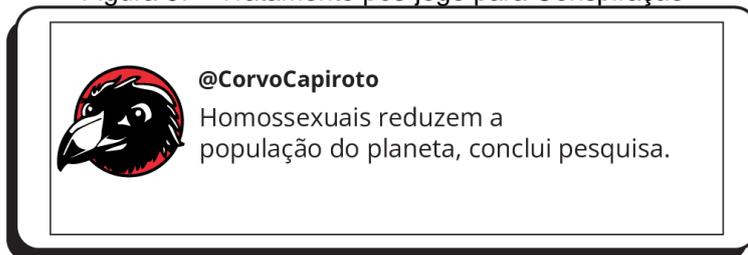
seguintes: “Nova Ordem Mundial vai instituir governo global e autoritário” (Figura 66) e “Homossexuais reduzem a população do planeta, conclui pesquisa” (Figura 67).

Figura 66 - Tratamento pré-jogo para Conspiração



Fonte: a autora (2024).

Figura 67 - Tratamento pós-jogo para Conspiração

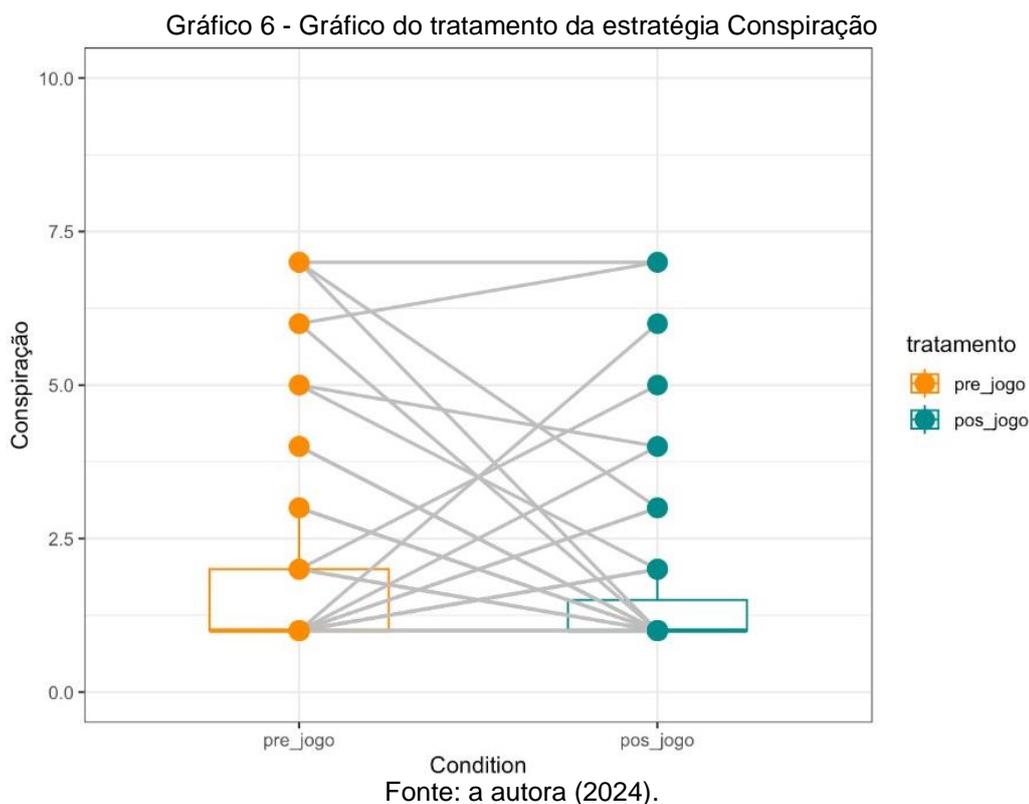


Fonte: a autora (2024).

Figura 68 - Intervenção para a técnica de Conspiração



Fonte: a autora (2024).



O desempenho abaixo do esperado para a variável Conspiração parece ser, particularmente para a presente pesquisa, uma condição limite para os efeitos da inoculação, que, aparentemente, não se estenderam para além do ambiente do jogo Meias#Verdades, embora classificações de suscetibilidade relativamente modestas indiquem um possível efeito de base entre aqueles que já eram menos propensos a acreditar nas manchetes falsas, como é comum na investigação de notícias falsas. (Pennycook; Rand, 2018). No entanto, tem-se aqui algumas suposições a serem levadas em consideração, sendo a primeira delas, as limitações com relação ao recrutamento de voluntários.

Ainda que tenha-se feito um grande esforço para divulgar o experimento e recrutamento de participantes do experimento, na grande mídia e em vários grupos de interesse – inclusive em programas de Tv de abrangência nacional, não sendo feita qualquer restrição de classe social, gênero ou orientação política, a pesquisa acabou alcançando, majoritariamente, universitários de classe média - a maior parte, da Universidade Federal de Pernambuco (instituição que liderou esta pesquisa) – além de pessoas que realmente estavam interessadas em entender sobre os mecanismos por trás das *fake news*.

Outra consideração é que as temáticas formuladas para o tratamento Conspiração, embora também inspiradas em teorias conspiratórias reais, mas de natureza fictícia, podem não ter sido intrigantes o suficiente para desafiar o senso crítico dos voluntários, supostamente, mais letrados e menos suscetíveis às estratégias de manipulação trabalhadas no jogo. É claro que, em toda a amostra, as classificações de suscetibilidade relativamente modestas indicam um possível efeito de base entre aqueles que já eram menos propensos a acreditar nas manchetes falsas, como é comum na investigação de notícias falsas (Roozenbeek; van der Linden, 2019, p. 8).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A trajetória adotada nesta pesquisa procurou responder à seguinte problemática: *até que ponto intervenções com base no método prebunking, sobretudo com o uso de jogos, são eficazes em conferir resistência cognitiva contra a desinformação on-line, especialmente propagada pela extrema direita, no contexto político brasileiro?* A questão surgiu a partir das mudanças substanciais ocorridas no *mainstream* da política brasileira quando da ascensão do líder de extrema direita, Jair Messias Bolsonaro, após as eleições de 2018.

Refletiu-se sobre o avanço global não só político, como sociocultural de ideias associadas à extrema direita na contemporaneidade, especialmente, no caso brasileiro, durante o governo Bolsonaro (2019-2022). Argumentou-se que atualmente vive-se uma realidade de “vergonhosa normalização” de discursos extremistas e/ou radicais, fruto, sobretudo, de um engenhoso conjunto de estratégias de disseminação em massa de conteúdos falsos na Internet, construídos, majoritariamente, por grupos alinhados à extrema direita. Um ambiente classificado como “ecossistema da desinformação digital bolsonarista” neste trabalho. Assim, o trabalho discutiu o fenômeno da desinformação em seus mais amplos aspectos, atualizando o estado da arte em torno dos diversos conceitos de desinformação, *misinformation*, *mal-information* e *fake news* a partir de uma abordagem conceitual interdisciplinar entre os campos da Ciência da Informação e Comunicação.

O estudo teve como intuito oferecer, no âmbito científico, uma ferramenta lúdica e acessível que pudesse conferir proteção psicológica frente aos efeitos nocivos da desinformação on-line. A partir da problemática, construiu-se a hipótese: a intervenção delineada no jogo Meias#Verdades, com base no método prebunking de inoculação, é eficaz em reduzir a vulnerabilidade de indivíduos em acreditar e compartilhar desinformação *on-line*.

O problema de pesquisa e hipótese, naturalmente, nortearam o trabalho, que tomou como ponto de partida estudos anteriores ligados à ciência comportamental destinada a capacitar populações para se protegerem contra a propagação de desinformação na sociedade (Linden *et al.*, 2017; Roozenbeek e van der Linden, 2019; Basol *et al.*, 2021). Essa literatura embasou a revisão teórica e as escolhas metodológicas. Resgatou-se o paradigma da Teoria da Inoculação Psicológica, originalmente introduzida entre os anos de 1960 por McGuire (1962) e

aplicada, nos últimos anos, em vários aspectos do conhecimento, entre os quais, o problema da desinformação.

Assim, a partir do método *prebunking* de inoculação descrito em investigações anteriores, incorporado ao jogo mundialmente famoso *Bad News*, discutiu-se as possibilidades do uso de jogos como uma ferramenta eficaz na formulação de intervenções de inoculação. Neste sentido, a discussão também incluiu o papel dos Jogos Sérios (Serious Games) na construção de mecanismos que possam conferir resistência cognitiva contra a disseminação de conteúdos fraudulentos e distorcidos nas redes sociais.

A partir de então, os objetivos foram definidos. O geral, voltado a explorar as potencialidades da Teoria da Inoculação Psicológica no contexto da desinformação on-line e radicalização da política brasileira, aplicando o método *prebunking* de inoculação ao design do jogo sério Meias#Verdades. Desta maneira, o cenário de fortalecimento e normalização das narrativas da extrema direita na política brasileira, a disseminação de técnicas de desinformação nas redes sociais como recurso político de grupos extremistas, os conceitos clássicos da teoria da inoculação (ameaça e refutação preventiva), o método *prebunking* aplicado ao contexto da desinformação on-line e o enorme potencial da linguagem dos jogos sérios como ferramenta de promoção da literacia midiática foram debatidos em diálogo com a literatura levantada.

A tese orientou-se a partir dos seguintes objetivos definidos: a) identificar as principais estratégias de desinformação disseminadas pelas redes sociais brasileiras a partir de grupos de extrema direita; b) aplicar o método *prebunking* de inoculação ao design de um jogo sério adaptado à realidade brasileira; c) investigar a eficácia de intervenções preventivas de inoculação com uso dos jogos em estimular resiliência cognitiva frente à desinformação on-line. Por fim, buscou-se o objetivo d): demarcar a relação entre a Teoria da Inoculação Psicológica e o jogo Meias#Verdades como recurso de combate à desinformação.

Para cumprir o objetivo a, aplicou-se a técnica de Análise de Conteúdo às postagens desmascaradas epistemologicamente como desinformação, pela Agência Lupa. Focou-se nos conteúdos alinhados à extrema direita brasileira. O levantamento com aproximadamente 1.200 peças desinformativas foi esmiuçado e classificado nas seguintes taxonomias: Polarização, Emoção, Difamação, Falsa Identidade e Conspiração. Essas se mantiveram em semelhança com pesquisas de inoculação

anteriores (Traberg *et al.*, 2022) que levantaram as técnicas de manipulação mais comuns nas redes sociais no contexto norte-americano e europeu.

Já o objetivo b incluiu *aplicar o método prebunking de inoculação ao design de um jogo sério adaptado à realidade brasileira*. Assim, foi construído o protótipo do jogo sério Meias#Verdades, primeiramente, em versões analógicas, as quais foram aplicados testes de usabilidade. Considerado pronto, a equipe técnica, formada essencialmente pela autora, na condição de *game designer*, da ilustradora de jogos, Cecília Ceci e pelo desenvolvedor de jogos, Gabriel Candido, trabalhou no *design* do jogo digital, que, por sua vez, foi delineado tendo a ferramenta Serious Game Design Assessment Framework (SGDA) como documento orientador. O protótipo encontra-se armazenado no seguinte endereço: <https://fakenewsgame.itch.io/meiasverdades>.

Executado o objetivo anterior, o estudo foi conduzido no sentido de cumprir os objetivos c e d: investigar a eficácia de intervenções preventivas de inoculação com uso dos jogos em estimular resiliência cognitiva frente à desinformação on-line e apontar as nuances entre a Teoria da Inoculação Psicológica e o jogo Meias#Verdades como recurso de combate à desinformação. A princípio, tentou-se implementar a aplicação dos questionários dentro do *design* do jogo, seguindo o paradigma *within-subject* (dentro do sujeito, em tradução livre), desenvolvido por Roozenbeek e van der Linden (2019), por possibilitar, segundo os autores, que os voluntários fossem menos atingidos pelos efeitos comuns de experimentos científicos (Roozenbeek *et al.*, 2020). Contudo, a falta de recursos (financeiros e tecnológicos) não permitiu que o jogo fosse desenvolvido nesses moldes.

Como dito, os voluntários precisaram sair do jogo por alguns minutos, clicar em um *link* fornecido via Google Forms (plataforma gratuita), responder aos questionários e voltar para a ferramenta. Além disso, precisaram enviar, previamente, o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para o e-mail da pesquisadora. Esses detalhes, certamente influenciaram na redução da taxa de adesão de voluntários ao experimento.

Outra limitação importante a ser reconhecida com relação à amostra obtida (N=55) é sobre o desequilíbrio dos dados sociodemográficos, que, por serem reduzidos em números e abrangência territorial, não representam a estratificada população brasileira. Embora a pesquisa tenha direcionado amplo esforço na divulgação do experimento, tendo, inclusive, sido objeto de reportagens em emissoras nacionais de TV, como a TV Cultura e a Rede TV, a unidade amostral obtida foi inferior

à esperada, impossibilitando que a pesquisa pudesse fazer qualquer inferência com relação às covariáveis de gênero, orientação política, nível educacional, renda familiar e orientação política. No entanto, ressalta-se aqui que, na maior parte dos estudos envolvendo intervenções preventivas com o uso de jogos (Linden *et al.*, 2017; Roozenbeek; van der Linden, 2019; Basol *et al.*, 2021; Lewandowsky ; van der Linden, 2021), os efeitos de inoculação são significativos, independente desses fatores.

A partir dos dados analisados, a presente investigação encontrou suporte para a hipótese levantada, tendo demonstrado, estatisticamente, que, após jogarem o jogo Meias#Verdades, os voluntários reduziram seu grau de vulnerabilidade frente às estratégias de desinformação trabalhadas na ferramenta - embora, particularmente, os dados não tenham sido estatisticamente significativos para o efeito de inoculação pretendido para a estratégia de Conspiração.

Sobre esse aspecto, conforme discutido anteriormente, argumenta-se aqui que as mensagens escolhidas para serem incluídas nos questionários pré e pós não eram suficientemente desafiadoras para a audiência envolvida no teste. Supõe-se que os enunciados e a intervenção contida no jogo para o tratamento de Conspiração, embora inspiradas em conteúdos reais, tenham sido bastante óbvias ou distantes de causar incerteza à audiência, ou, ainda, que os jogadores já tenham sido expostos anteriormente às mensagens conspiratórias empregadas. Neste sentido, será necessário um estudo futuro para avaliar novas possibilidades de intervenções de inoculação estimular resiliência dos indivíduos frente aos inúmeros raciocínios conspiratórios que se propagam pela internet.

Por outro lado, o conteúdo informativo aplicado ao jogo Meias#Verdades – um recorte da realidade brasileira no que tange à propagação de desinformação em ambiente digital suscita uma consciência sobre a prática de desinformação, podendo ser aplicado em diversos setores da sociedade, como escolas, universidades e outros ambientes de informação, bem como instituições terapêuticas de caráter psicossocial. A forma como o produto está delineado permite novos arranjos e reconfigurações, a depender do meu propósito (por exemplo, o combate ao negacionismo climático, que avança no contexto brasileiro). As inúmeras possibilidades e potencialidades da ferramenta Meias#Verdades permitem que esta investigação reúna elementos para avançar na adoção de estratégias que possam contribuir para resolver o dilema das fake news em democracias ocidentais.

Especificamente, considera-se que a discussão adotada neste trabalho contribui ainda para o combate aos discursos extremistas que, quase sem nenhuma regulação, se propagam massivamente em aplicativos de troca de mensagens e plataformas digitais, lançando um olhar sobre o processo de normalização da agenda da extrema direita no contexto político brasileiro.

A intervenção por meio do método *prebunking* validada neste estudo a partir do protótipo do jogo Meias#Verdades busca aumentar a motivação e as habilidades dos indivíduos para se envolverem criticamente com o conteúdo das redes sociais (Bulger; Davidson 2018), oferecendo uma ferramenta estratégica que pode ser utilizada pelo poder público e sociedade civil em campanhas de alfabetização midiática e conscientização sobre desinformação on-line. Algumas questões que surgiram ao longo desta tese, todavia, exigirão novos estudos empíricos para serem respondidas, tais como: quanto tempo dura o efeito de inoculação na memória dos indivíduos? Exercícios de feedback após as intervenções com uso de jogos podem para evitar a deterioração exponencial da vacinação psicológica contra a desinformação ao longo do tempo? Todavia, as descobertas descritas neste trabalho têm implicações para a concepção de intervenções de inoculação contra a desinformação on-line.

REFERÊNCIAS

"E CONHECEREIS a verdade, e a verdade vos libertará". **O Antagonista**. 30 out. 2019. Disponível em: <https://oantagonista.uol.com.br/brasil/e-conhecereis-a-verdade-e-a-verdade-vos-libertara/>. Acesso em: 20 jul. 2022.

44% DOS BRASILEIROS veem ameaça comunista com Lula, diz Ipec. **Poder 360**. 19 mar. 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/pesquisas/quase-metade-do-brasil-cre-em-ameaca-comunista-com-lula-diz-ipeec>. Acesso em: 04 jul. 2023.

50% DOS BRASILEIROS são católicos, 31%, evangélicos e 10% não têm religião, diz Datafolha. **G1**. 13 jan. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/13/50percent-dos-brasileiros-sao-catolicos-31percent-evangelicos-e-10percent-nao-tem-religiao-diz-datafolha.ghtml>. Acesso em: 21 maio 2023.

A'BECKETT, Ludmilla. Strategies to Discredit Opponents: Russian Presentations of Events in Countries of the Former Soviet Union. **Psychology of Language and Communication**, v.17, n. 2, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.2478/plc-2013-0009>. Acesso em: 4 nov. 2022.

ABOKHODAIR, Norah; YOO, Daisy; MCDONALD, David W. Dissecting a social botnet: Growth, content, and influence in *twitter*. In: ACM CONFERENCE ON COMPUTER-SUPPORTED COOPERATIVE WORK & SOCIAL COMPUTING, 18., Vancouver, 2015. **Proceeding [...]**. Vancouver, Canada: ACM, 2015. p. 839-851.

AGÊNCIA LUPA. **É montagem capa do JB dizendo que Lula vai confiscar poupança**. 18 nov. 2022. Instagram: @agência lupa. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CIGY_mGPNPm/. Acesso em: 13 mar. 2024.

AGLEY, Jon *et al.* COVID-19 Misinformation Prophylaxis: Protocol for a Randomized Trial of a Brief Informational Intervention. **JMIR research protocols**, v. 9, n. 12, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.2196/24383>. Acesso em: 28 maio 2024.

AGUIAR, Rodrigo Queiroz de; PELÁ, Márcia Cristina Hizim. Misoginia e violência de gênero: Origem, fatores e cotidiano. **Revista Sapiência: Sociedade, Saberes e Práticas Educacionais**, v. 9, n. 3, p. 68-84, 2020. Disponível em: <https://www.revista.ueg.br/index.php/sapiencia/article/view/10842>. Acesso em: 20 fev. 2023.

ALBURQUERQUE, Alexandre Aragão de. Cristofascismo: o que é isso? **Segunda Opinião**, 29 nov. 2019. Disponível em: <https://segundaopinio.jor.br/cristofascismo-o-que-e-isso-alexandre-aragao-de-albuquerque/>. Acesso em: 19 maio 2023.

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos de estado**. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

ALVES, Pedro. Manifestantes fazem ato a favor de Bolsonaro no 7 de Setembro no Recife. **Portal G1**. 07 set. 2022. Disponível em:

consolidação da democrática. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE, 4., 2017, Santa Maria. **Anais [...]**. Santa Maria: UFSM, 2017. p. 1-15.

BANAS, John A.; RAINS, Stephen A. A meta-analysis of research on inoculation theory. **Communication Monographs**, v. 77, n. 3, p. 281-311, 2010. DOI: 10.1080/03637751003758193. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/03637751003758193>. Acesso em: 8 set. 2022.

BARBA, Mariana Della; WENTZEL, Marina. Discurso de Bolsonaro deixa ativistas 'estarecidos' e leva OAB a pedir sua cassação. **BBC Brasil**. 19 abr. 2016. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160415_bolsonaro_ongs_oab_md_b. Acesso em: 02 mar. 2023.

BARBOSA, Jefferson Rodrigues. Direita Radical no Brasil: Bolsonarismo e extrema direita. **Contemporâneos Revista de Artes e Humanidades**, n. 23, jul. - dez., 2022. Disponível em: <https://revistacontemporaneos.com.br/direita-radical-no-brasil-bolsonarismo-e-extrema-direita/>. Acesso em: 16 maio 23.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BARRETO FILHO, Herculano.; BIMBATI, Ana Paula. Culto ao nazismo influencia ataques a escolas; casos disparam pós pandemia. **UOL**. 02 abr. 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2023/04/02/nazismo-ataque-escolas-mais-casos-apos-pandemia.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 17 maio 2023.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. As fake news e as "anomalias". **Verbum: Cadernos de pós-graduação**, v. 9, n. 2, p. 26-41, 2020. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/verbum/article/view/50523>. Acesso em: 18 jan. 2022.

BASOL, Melisa *et al.* Towards psychological herd immunity: Cross-cultural evidence for two prebunking interventions against COVID-19 misinformation. **Big Data Society**, v. 8, n. 1, 2021. DOI:10.1177/20539517211013868. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/20539517211013868>. Acesso em: 10 set. 2022.

BASOL, Melisa; ROOZENBEEK, Jon; VAN DER LINDEN, Sander. Good news about Bad News: Gamified inoculation boosts confidence and cognitive immunity against fake news. **Journal of Cognition**, v. 3, n. 1, p. 1-9, 2020. Disponível em: <https://www.journalofcognition.org/article/10.5334/joc.91/>. Acesso em: 10 set. 2022.

BATISTELLA, Alessandro. Um conceito em reflexão: o populismo e a sua operacionalidade. **Revista Latino-Americana de História**, São Leopoldo, v. 1, n. 3, p. 468-484, mar. 2012. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/rla/index.php/rla/article/view/97>. Acesso em: 14 maio 2023.

BERRICHE, Manon; ALTAY, Sacha. Internet users engage more with phatic posts than with health misinformation on Facebook. **Palgrave Communications**, v. 6, n. 1, p. 1-9, 2020. DOI: 10.1057/s41599-020-0452-1. Disponível em: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02567830>. Acesso em: 02 ago. 2022.

BITENCOURT, João; WILLE, Danielle Neugebauer; DEPEXE, Sandra. Tendências em artes gráficas: o artesanal e a estética retro. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Porto Alegre - RS, 20 a 22 jun. 2019. Trabalho apresentado no 20º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Porto Alegre - RS, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sul2019/resumos/R65-0780-1.pdf>. Acesso em: 14 maio 2024.

BOGOST, Ian. **Persuasive games: the expressive power of videogames**. Cambridge: The MIT Press, 2007.

BOLDRINI, Angela; LOURENÇO, Marina. Deputadas trans são eleitas para o Congresso pela primeira vez na história. **Folha de São Paulo**. 3 out. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/em-feito-inedito-deputadas-transexuais-sao-eleitas-para-o-congresso.shtml>. Acesso em: 18 maio 2023.

BOLSONARO já defendeu estudantes que admiravam Hitler. **Congresso em Foco**. 20 jan. 2020. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/area/governo/bolsonaro-ja-defendeu-estudantes-que-admiravam-hitler-confira/>. Acesso em: 17 maio 2023.

BOLSONARO veta verbas aprovadas pelo Congresso para recuperação do setor cultural. **G1**. 06 abr. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/04/06/bolsonaro-veta-verbas-aprovadas-pelo-congresso-para-recuperacao-do-setor-cultural.ghtml>. Acesso em: 22 maio 2023.

BOLSONARO, Jair. **Uma das metas para tirarmos o Brasil das piores posições nos rankings de educação do mundo é combater o lixo marxista que se instalou nas instituições de ensino**. 31 dez. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1079686972673806336?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1079686972673806336%7Ctwgr%5E0eb93796aa9912f73fdf4a4697ea7d6d05ebf731%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fjc.ne10.uol.com.br%2Fblogs%2Fjamildo%2F2018%2F12%2F31%2Fno-twitter-bolsonaro-fala-em-combater-lixo-marxista-na-educacao%2Findex.html. Acesso em: 22 maio 2023.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand, 2012.

BOVET, Alexandre; MAKSE, Hernán A. Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. **Nature Communications**, v. 10, n. 7, p. 1-14, 2019. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41467-018-07761-2>. Acesso em: 15 nov. 2022.

BRADY, William J. *et al.* Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. **Psychological and Cognitive Science**, v. 114, n. 28, p. 7313–7318, 2017. Disponível em: <http://www.pnas.org/cgi/doi/10.1073/pnas.1618923114>. Acesso em: 02 ago. 2022.

BRASIL está diante de um aumento de violência contra a mulher', diz pesquisadora. **UOL**. 03 mar. 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2023/03/03/brasil-esta-diante-de-um-aumento-de-violencia-contra-a-mulher-diz-pesquisadora.htm>. Acesso em: 18 maio 2023.

BRASIL. Lei n. 14.192, de 4 de agosto de 2021. Dispõe sobre os crimes de divulgação de fato ou vídeo com conteúdo inverídico no período de campanha eleitoral, para criminalizar a violência política contra a mulher [...]. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 5 ago. 2021. Seção 1, p. 1.

BRASIL. Lei nº 13.853, de 8 de julho de 2019. Altera a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, para dispor sobre a proteção de dados pessoais e para criar a Autoridade Nacional de Proteção de Dados; e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 20 dez. 2019. Seção 1, p. 1.

BRASIL. Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989. Define os crimes resultantes de preconceito de raça ou de cor. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 6 jan. 1989. Seção 1, p. 369.

BREAKING HARMONY SQUARE. *Game*. [2022]. Disponível em: <https://harmonysquare.game/en>. Acesso em: 19 jan. 2022.

BREHM, Jack. **A theory of psychological reactance**. New York, NY: Academic Press, 1966.

BRONIATOWSKI, David *et al.* Weaponized health communication: *Twitter* bots and Russian trolls amplify the vaccine debate. **American Journal of Public Health (AJPH)**, v. 108, n. 10, p. 1378-1384, 2018. DOI: 10.2105/AJPH.2018.304567.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: Feminismo e subversão da identidade. 17. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2019.

CAPURRO, Rafael. Epistemologia e ciência da informação. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 5., 2003, Belo Horizonte. **Anais [...]**, Belo Horizonte: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação e Biblioteconomia, 2003.

CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr. 2007. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/22360>. Acesso em: 20 maio 2023.

CARNEIRO, Júlia. Mulher, negra, favelada, Marielle Franco foi de 'cria da Maré' a símbolo de novas lutas políticas no Rio. **BBC Brasil**, 15 mar. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43423055>. Acesso em: 17 maio 2023.

CARVALHO, Olavo de. Marxismo cultural - Escola de Frankfurt: aula de Olavo de Carvalho. *YouTube*. Publicado em: 8 jul. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OC-3KEHCK9E>. Acesso em: 22 maio 2023.

CASSIMIRO, Paulo Henrique Paschoeto. Os usos do conceito de populismo no debate contemporâneo e suas implicações sobre a interpretação da democracia. **Revista Brasileira de Ciências Políticas**, n. 35, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-3352.2021.35.242084>. Acesso em: 14 maio 2023.

CEDILLO, Joel Ivan Gonzalez. Religious extremism: the use of western christianity as an element of white supremacism. **Religiovedenie [Study of Religion]**, n.4, 2019. Disponível em: <https://religio.amursu.ru/images/Volumes/2019/4/12-.pdf>. Acesso em: 19 maio 2023.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

CHARSKY, Dennis. From edutainment to serious games: A change in the use of game characteristics. **Games & Culture**, v. 5, n. 2, p. 177-198, 2010. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1555412009354727>. Acesso em: 10 set. 2022.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil, mito fundador e sociedade autoritária**. 4. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

CHOOSE YOUR OWN FAKE NEWS. *Game*. [2022]. Disponível em: <https://chooseyourownfakenews.com>. Acesso em: 19 jan. 2022.

CINELLI, Matteo *et al.* The COVID-19 social media infodemic. **Scientific Reports**, v. 10, n. 16598, p. 1-10, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5>. Acesso em: 5 set. 2022.

CLARK, C. Abt. **Serious games**. New York: Viking, 1970.

CLARK, Eric M. *et al.* Sifting robotic from organic text: A natural language approach for detecting automation on *Twitter*. **Journal of Computational Science**, v. 16, p. 1-7, 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1877750315300363?via%3Dih>. Acesso em: 12 nov. 2022.

CLARK, Richard Edward. Learning from serious games? Arguments, evidence, and research suggestions. **Educational Technology**, v. 47, n. 3, p. 56-59, 2007. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/44429512>. Acesso em: 2 mar. 2022.

CLARKE, Christopher E. *et al.* Public opinion on energy development: the interplay of issue framing, top-of-mind associations, and political ideology. **Energy Policy**, v. 81, p. 131-140, 2015. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0301421515000920>. Acesso em: 12 nov. 2022.

COLETTA, Ricardo Della. Sob a vigília de Bolsonaro, desfile militar em dia do voto impresso dura 10 minutos e tem gritos por intervenção. **Folha de São Paulo**. 10 ago. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/08/desfile-militar-em-dia-do-voto-impresso-dura-10-minutos-e-tem-bolsonaro-no-alto-da-rampa-do-planalto.shtml>. Acesso em: 22 maio 2023.

COMPTON, Joshua A.; PFAU, Michael. Inoculation Theory of Resistance to Influence at Maturity: Recent Progress In Theory Development and Application and Suggestions for Future Research. **Annals of the International Communication Association**, v. 29, n.1, p. 97-146, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/23808985.2005.11679045>. Acesso em: 20 out. 2023.

COMPTON, Joshua. Inoculation Theory. *In*: DILLARD, James Price; SHEN, Lijiang. **The SAGE handbook of persuasion: developments in theory and practice**. 2. ed. New York: SAGE Publications, 2013.

CONOVER, Michael *et al.* Political polarization on *twitter*. *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE ON BLOGS AND SOCIAL MEDIA, 5., 2011, Barcelona. **Proceedings of the International AAI Conference on Web and Social Media**, v. 5, n. 1, p. 89-96, 2021. DOI: 10.1609/icwsm.v5i1.14126. Disponível em: <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14126>. Acesso em: 20 mar. 2023.

CORTÊS, Mariana. A revolta dos bastardos: do Pentecostalismo ao Bolsonarismo. **Caderno CRH**, v. 34, 2021. DOI: 10.9771/ccrh.v34i0.46419. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/crh/article/view/46419>. Acesso em: 22 maio 2023.

COSTA, Iná Camargo. **Dialética do marxismo cultural**. São Paulo: Expressão Popular, 2020.

COSTA, Luís Antônio. Os 10 melhores websites e apps de *Deepfake*. **Showmetech**. 14 abr. 2021. Disponível em: <https://www.showmetech.com.br/melhores-websites-apps-de-deepfake/>. Acesso em: 30 dez. 2021.

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

DAVIS, Clayton A. *et al.* Botornot: A system to evaluate social bots. *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE COMPANION ON WORLD WIDE WEB (ACM), 25., 2016, Montréal. **Proceedings [...]**. Montréal: ACM, 2016. p. 273-274. Disponível em: <https://doi.org/10.48550/arXiv.1602.00975>. Acesso em: 2 ago. 2022.

DEBERT, Guita Grin. **Ideologia e populismo**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1979.

DEISTER, Jaqueline. Bolsonaro é condenado a pagar R\$ 150 mil por declarações racistas e homofóbicas. **Brasil de Fato**. 14 maio 2019. Disponível em: <https://www.brasildefatorj.com.br/2019/05/14/bolsonaro-e-condenado-a-pagar-rdollar-150-mil-por-declaracoes-racistas-e-homofobicas>. Acesso em: 10 dez. 2022.

DEJONG, Scott. Playing With Fake News: State Of Fake News Video Games. **The International Journal of Games and Social Impact**, v.1, n.1, 2023. Disponível em: <https://www.doi.org/10.24140/ijgsi.v1.n1.05>. Acesso em: 11 mar. 2023.

DEMORI, Leandro. O criador: Radical católico da Espanha treinou extrema direita brasileira em 2013 com táticas que elegeram Bolsonaro. **The Intercept Brasil**. 18 ago. 2021. Disponível em: <https://theintercept.com/2021/08/18/catolico-espanha-citizengo-treinou-extrema-direita-2013-bolsonaro/>. Acesso em: 10 jan. 2023.

DEMORI, Leandro. Pesquisadora encontra carta de Bolsonaro publicada em sites neonazistas em 2004. **The Intercept Brasil**, 28 jul. 2021. Disponível em: <https://theintercept.com/2021/07/28/carta-bolsonaro-neonazismo/>. Acesso em: 18 jan. 2023.

DEMURU, Paolo. Caos, teorias da conspiração e pandemia. **Revista Acta Semiotica**, São Paulo, n. 1, p. 244-260, 2021. DOI: 10.23925/2763-700X.2021n1.54178. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/actasemiotica/article/view/54178>. Acesso em: 1 mar. 2023.

DEMURU, Paolo. Teorias da conspiração e populismo messiânico no Brasil contemporâneo: uma perspectiva semiótico-cultural. **Estudos Semióticos**, v. 17, n. 2, p. 264-291, 2021. DOI: 10.11606/issn.1980-4016.esse.2021.180942. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/esse/article/view/180942>. Acesso em: 1 out. 2022.

DESDOBRAMENTOS de caso Marielle avançam sem conclusão sobre mandante do crime após 5 anos. **Folha de São Paulo**. 13 mar. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2023/03/desdobramentos-de-caso-marielle-avancam-sem-conclusao-sobre-mandante-do-crime-apos-5-anos.shtml>. Acesso em: 17 maio 2023.

DIAMOND, Jim; BRUNNER, Cornelia. Evaluation of Breakthrough's ICED! video game. **The Communication Initiative Network**, [2008]. Disponível em: <https://www.comminet.com/global/content/evaluation-breakthroughs-iced-video-game>. Acesso em: 23 mar. 2022.

DIAS, Adriana Abreu Magalhães. **Links de ódio**: uma etnografia do racismo na Internet. 2005. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais) — Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2005. Disponível em: https://www.academia.edu/4430506/Links_de_%C3%B3dio. Acesso em: 22 jan. 2023.

DIAS, Adriana Abreu Magalhães. **Observando o ódio**: Entre uma etnografia do neonazismo e a biografia de David Lane. 2018. Tese (Doutorado em Antropologia Social) — Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.12733/1605300>. Acesso em: 22 jan. 2023.

DIAS, Adriana Abreu Magalhães. **Os anacronautas do teutonismo virtual**: uma etnografia do neonazismo na internet. 2007. Dissertação (Mestrado em Antropologia

Social) — Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2007. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.12733/1605300>. Acesso em: 22 jan. 2023.

DIXON, Graham; CLARKE, Christopher. Heightening uncertainty around certain science media coverage, false balance, and the autism-vaccine controversy. **Science Communication**, v. 35, n. 3, p. 358–382, 2013. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1075547012458290>. Acesso em: 14 mar. 2022.

DONOVAN, Jack. **A nation without masculinity isn't a nation worth saving. A species of genderless worms belongs in the dirt**. 8 maio 2023. Twitter: @ph2t3r. Disponível em: <https://twitter.com/ph2t3r/status/1655618635157712909>. Acesso em: 17 mai. 2023.

DONOVAN, Tristan. **Replay**: The history of video games. United Kingdom: Yellow Ant, 2010.

DOUGLAS, Mary; WILDAVSKY, Aaron. **Risk and culture**: An essay on the selection of technical and environmental dangers. Berkeley: University of California Press, 1982.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake News na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 2020. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Universidade Federal da Bahia, Salvador. 2020. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/31967>. Acesso em: 22 set. 2022.

EAGLY, Alice H.; CHAIKEN, Shelly. The psychology of attitudes. **Harcourt brace Jovanovich college publishers**, 1993. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/258879638>. Acesso em: 11 jan. 2024.

EAGLY, Alice H.; CHAIKEN, Shelly. The Psychology of Attitudes. **Journal of Marketing Research**, v. 34, n. 2, p. 298-303, 1997. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/3151869?origin=crossref>. Acesso em: 31 out. 2023.

EATWELL, Roger; GOODWIN, Matthew. **Nacional-populismo**: a revolta contra a democracia liberal. Rio de Janeiro: Record, 2020.

ECKER, Ullrich K. H; LEWANDOWSKY, Stephan; CHADWICK, Matthew. Can corrections spread misinformation to new audiences? Testing for the elusive familiarity backfire effect. **Cognitive Research**, v. 5, n. 41, p. 1-25, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00241-6>. Acesso em: 3 set. 2022.

EM VÍDEO, Damares diz que 'nova era' começou: 'meninos vestem azul e meninas vestem rosa'. **G1**. 3 jan. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/01/03/em-video-damares-alves-diz-que-nova-era-comecou-no-brasil-meninos-vestem-azul-e-meninas-vestem-rosa.ghtml>. Acesso em: 18 fev. 2023.

ESCANDÓN, Kevin *et al.* COVID-19 false dichotomies and a comprehensive review of the evidence regarding public health, COVID-19 symptomatology, SARS-CoV-2

transmission, mask wearing, and reinfection. **Journal BMC Infect Dis.**, v. 21, n. 1, 710, 2021. Disponível em: <https://bmcinfectdis.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12879-021-06357-4>. Acesso em: 24 fev. 2024.

EVANS, Geoffrey; HEATH, Anthony; LALLJEE, Mansur. Measuring left-right and libertarian-authoritarian values in the British electorate. **The British Journal of Sociology**, v. 47, n. 1, p. 93–112, 1996. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/591118?origin=crossref>. Acesso em: 15 maio 2023.

EXTREMISTA que invadiu o Capitólio usando chapéu com chifres se recusa a comer comida não-orgânica na prisão. **GQ**. 12 jan. 2021. Disponível em: <https://gq.globo.com/Noticias/noticia/2021/01/extremista-que-invadiu-o-capitolio-usando-chapeu-com-chifres-se-recusa-comer-comida-nao-organica-na-prisao.html>. Acesso em: 17 jun. 2023.

FALCÃO, Márcio. STF já condenou 86 réus pelos atos golpistas de 8 de janeiro. **G1**. 20 fev. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2024/02/20/stf-ja-condenou-86-reus-pelos-atos-golpistas-de-8-de-janeiro.ghtml>. Acesso em: 29 maio 2024.

FALLIS, Dom. A functional analysis of disinformation. *In*: iCONFERENCE 2014 **Proceedings [...]**. iSchools, p. 621–627, 01 mar. 2014a. DOI:10.9776/14278 Disponível em: <https://www.ideals.illinois.edu/handle/2142/47258>. Acesso em: 7 Jun. 2022.

FALLIS, Don. The Varieties of Disinformation. *In*: Floridi, L., Illari, P. **The Philosophy of Information Quality**. Springer: Cham, 2014b. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-319-07121-3_8. Acesso em: 10 jan. 2024.

FALLIS, Don. What is disinformation? **Library Trends**, v. 63, n. 3, p. 401-426, 2015. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1353/lib.2015.0014>. Acesso em: 10 jan. 2024.

FANJUL, Sergio C. Teorias conspiratórias do QAnon varrem o mundo e são mais perigosas do que parecem. **El País**. 12 jan. 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/internacional/2021-01-12/teorias-conspiratorias-do-qanon-varrem-o-mundo-e-sao-mais-perigosa-do-que-parecem.html>. Acesso em: 11 mar. 2024.

FANTONE, Laura. Video games and queerness in California. **Digital Creativity**, v. 25, n. 4, p. 357-359, 2014. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14626268.2014.906918>. Acesso em: 22 out. 2022.

FARROW, Luca; Hedges, Paul. Christian. Far-Right Extremism: Theology & Typology. **RSIS-Rajaratnam School of International Studies**, n. 48, 2022. Disponível em: <https://www.rsis.edu.sg/wp-content/uploads/2022/05/CO22048.pdf>. Acesso em: 19 maio 2023.

FAZIO, Lisa K. *et al.* Knowledge does not protect against illusory truth. **Journal of Experimental Psychology: General**, v. 144, n. 5, p. 993–1002, 2015. Disponível em: DOI:10.1037/xge0000098. Acesso em: 4 set. 2022.

FERRARA, Emílio *et al.* The rise of social bots. **Commun ACM**, v. 59, n. 7, p. 96-104, 2016. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2818717>. Acesso em: 10 nov. 2022.

FERRAZ, Ricardo; BARROS, Duda. Quem são os católicos ultraconservadores que vão às ruas por Bolsonaro. **Revista Veja**. 07 set. 2021. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/quem-sao-os-catolicos-ultraconservadores-que-vaao-as-ruas-por-bolsonaro>. Acesso em: 21 maio 2023.

FERREIRA, Jorge. O nome e a coisa: o populismo na política brasileira. *In: O populismo e sua história: debate e crítica*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

FERREIRA, Sérgio Rodrigo da Silva. Repensar a esfera pública política a partir das Câmaras de Eco: conceitos e questões metodológicas. **Liinc em Revista**, v. 18, n. 2, p. e6067, 2022. DOI: 10.18617/liinc.v18i2.6067. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/6067>. Acesso em: 4 jan. 2023.

FETZER, James. Disinformation: The use of false information. **Minds and Machines**, v. 14, p. 231-240, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1023/B:MIND.0000021683.28604.5b>. Acesso em: 8 jan. 2023.

FIELITZ, Maik; MARCKS, Holger. **Digital Fascism: Challenges for the Open Society in Times of Social Media**. UC Berkeley: Center for Right-Wing Studies, 2019. Disponível em: <https://escholarship.org/uc/item/87w5c5gp>. Acesso em: 14 mar. 2023.

FILIFE Martins fez gesto com conotação racista no Senado, conclui investigação. **Poder 360**. 5 maio 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/congresso/filipe-martins-fez-gesto-com-conotacao-racista-no-senado-conclui-investigacao/>. Acesso em: 16 maio 2023.

FINCHELSTEIN, Federico. **Uma breve história das mentiras fascistas**. São Paulo: Vestígio, 2020.

FIORIN, José Luiz. Modalização: da língua ao discurso. **ALFA: Revista de Linguística**, São Paulo, v. 44, 2001. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/4204>. Acesso em: 1 ago. 2022.

FLANAGAN, Mary. **Critical Play**. Radical game design. Cambridge: MIT Press, 2009.

FLANAGAN, Mary; NISSENBAUM, Helen. **Values at play: valores em jogos digitais**. São Paulo: Blucher, 2016.

FLORIDI, Luciano. Semantic conceptions of information. **Stanford Encyclopedia of Philosophy**. Stanford: Metaphysics Research Lab, 2022.

FLORIDI, Luciano. The Internet as a disinformation superhighway? **The Electronic Library**, v. 14, n. 6, p. 509-551, 1996. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/eb045517>. Acesso em: 8 jan. 2023.

FLORIDI, Luciano. **The philosophy of information**. New York: Oxford University Press, 2011.

FOWLER, James H.; CHRISTAKIS, Nicholas A. Dynamic spread of happiness in a large social network: longitudinal analysis over 20 years in the Framingham Heart Study. **BMJ**, v. 337, 2008. DOI:10.1136/bmj.a2338. Disponível em: <https://www.bmj.com/content/337/bmj.a2338>. Acesso em: 8 jan. 2023.

FREDERICK, Shane. Cognitive reflection and decision making. **Journal of Economic Perspectives**, v. 19, n. 4, p. 25–42, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1257/089533005775196732>. Acesso em: 10 jan. 2023.

FREIRE, Paulo Márcio Souza; GOLDSCHMIDT, Ronaldo Ribeiro. Uma introdução ao combate automático às *fake news* em redes sociais virtuais. In: CAVALCANTI, Maria Cláudia; TRAINA, Agma (org.). **Tópicos em gerenciamento de dados e informações**: Minicursos do SBB 2019. Fortaleza: Sociedade Brasileira de Computação, 2019. p. 38-67. ISSN 2016-5170. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/livros/index.php/sbc/catalog/book/62>. Acesso em: 18 jan. 2022.

GALF, Renata. Musk volta a atacar Moraes e diz que ministro deveria renunciar ou sofrer impeachment. **Folha de São Paulo**. 6 abr. 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2024/04/musk-diz-que-vai-levantar-restricoes-judiciais-no-x-e-que-principios-importam-mais-que-lucro.shtml>. Acesso em: 17 abr. 2024.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (org.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GLOBAL Risks 2024: Disinformation Tops Global Risks 2024 as Environmental Threats Intensify. **World Economic Forum**. 10 jan 2024. Disponível em: <https://www.weforum.org/press/2024/01/global-risks-report-2024-press-release/>. Acesso em: 14 mar. 2024.

GO VIRAL: A 5-minute game that helps protect you against covid-19 misinformation. *Game*. [2022]. Disponível em: <https://www.goviralgame.com/en>. Acesso em: 4 set. 2022.

GOEL, Sharad; ANDERSON, Ashton; HOFMAN, Jake; WATTS, Duncan J. The Structural Virality of Online Diffusion. **Management Science**, v. 62, n. 1, p. 180–196, 2016. Disponível em: <https://5harad.com/papers/twiral.pdf>. Acesso em: 5 set. 2022.

GOGA, Oana; VENKATADRI, Giridhari; GUMMADI, Krishna P. The doppelgänger bot attack: Exploring identity impersonation in online social networks. *In: INTERNET MEASUREMENT CONFERENCE (ACM)*, 2015, New York. **Proceedings [...]**. New York: ACM, 2015. p. 141–153.

GOMES, Angela de Castro. O populismo e as ciências sociais no Brasil: notas sobre a trajetória de um conceito. *In: FERREIRA, Jorge (org.). O populismo e sua história: debate e crítica*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

GOTTFRIED, Jeffrey; SHEARER, Elisa. News use across social media platforms 2016. **Pew Research Center**, 26 maio 2016. Disponível em: www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/. Acesso em: 6 jan. 2023.

GOULART, Lucas. **Jogos vivos para pessoas vivas**: Composições queer-contra públicas nas culturas de jogo digital. 2017. Tese (Doutorado em Psicologia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: file:///C:/Users/Nadi%20Presser/Downloads/Jogos_vivos_para_pessoas_vivas_comp_osico.pdf. Acesso em: 20 out. 2022.

GOULART, Lucas; NARDI, Henrique Caetano. Death by cuteness: Ética queer-afetiva e a estética da fofura. **Domínios de imagem**, v. 15, n. 29, p. 80-100, 2022. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/dominiosdaimagem>. Acesso em: 5 mar. 2023.

GOULART, Lucas; NARDI, Henrique Caetano. GAMERGATE: cultura dos jogos digitais e a identidade gamer masculina. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 11, n. 3, p. 250-268, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.22409/ppgmc.v11i3.9855>. Acesso em: 24 nov. 2022.

GOUVEIA, Luís Borges; SILVA, Armando Malheiro da. A Infocomunicação ou a Convergência das Ciências da Informação e da Comunicação para um Objeto Comum. **Páginas a&b: arquivos e bibliotecas**, nº especial, p.15-33, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.21747/21836671/pag2020a2>. Acesso em: 28 fev. 2021.

GRAHAM, Jesse; HAIDT, Jonatha; NOSEK, Brian A. Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations. **J Pers Soc Psychol**, v. 96, n. 5 p. 1029-1046, 2009. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2Fa0015141>. Acesso em: 6 jan. 2023.

GRAHAM, Peter. Testimonial entitlement and the function of comprehension. *In*: HADDOCK, Adrien; MILLER, Alan; PRITCHARD, Duncan (ed.). **Social epistemology**. New York: Oxford, University Press, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199577477.003.0008>. Acesso em: 3 fev. 2022.

GREIFENEDER, Rainer *et al.* **The Psychology of Fake News: accepting, Sharing and Correct Misinformation**. New York: Routledge, 2021.

GRIFFIN, Roger. **The Nature of fascism**. London: Printer, 1991.

GRIFFITHS, Mark D. Adolescent trolling in online environments: a brief overview. **Education and Health**, v. 32, n. 3, p. 85–87, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/318866027_Adolescent_trolling_in_online_environments_A_brief_overview. Acesso em: 2 ago. 2022.

GROSSO, Francisco Andolfato. **Extrema Direita e Tribalismo Masculino: o pensamento de Jack Donovan**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) - Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/27793>. Acesso em: 17 maio 2023.

GUILHOTINA: Não Bote fé nas fake news #01: Fundamentalismo religioso, internet e a divulgação de mentiras. Entrevistada: Magali do Nascimento Cunha. Entrevistadora: Bianca Pyl e Luís Brasilino. *Le Monde Diplomatique Brasil*, 16 maio 2022. *Podcast*. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/nao-bote-fe-nas-fake-news-01/>. Acesso em: 20 maio 2023.

HAIDT, Jonathan. The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment. **Psychological Review**, v. 108, n. 4, p. 814–834, 2001. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.108.4.814>. Acesso em: 12 nov. 2022.

HEATH, Yuko; GIFFORD, Robert. Free-market ideology and environmental degradation—the case of belief in global climate change. **Environment and Behavior**, v. 38, n. 1, 48-71, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0013916505277998>. Acesso em: 12 nov. 2022.

HIMELEIN-WACHOWIAK, McKenzie *et at.* Bots and misinformation spread on social media: A mixed scoping review with implications for COVID-19. **Journal of Medical Internet Research**, v. 23, n. 5, e26933, 2021. Disponível em: <https://www.jmir.org/2021/5/e26933>. Acesso em: 28 maio 2024.

HUNICKE, Robin; LEBLANC, Marc; ZUBEK, Robert. Formal approach to game design and research. *In*: AAAI CHALLENGES IN GAME AI WORKSHOP. San Jose. **Proceedings [...]** San Jose: CA. July, p. 25-26, 2004. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/228884866_MDA_A_Formal_Approach_to_Game_Design_and_Game_Research. Acesso em: 16 mar. 2024.

HUR, Domenico Uhng. **Psicologia, política e esquizoanálise**. 2. ed. Campinas, SP: Alínea, 2019.

ICH.IO – baixe os últimos jogos indie. [2024]. Disponível em: <https://itch.io/>. Acesso em: 13 mar. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal**: 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2018. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101631>. Acesso em: 19 jan. 2022.

INSTITUTO BRASIL-ISRAEL. **Noite dos Cristais pavimentou caminho para o holocausto**. Disponível em: <http://www.institutobrasilisrael.org/2018/11/10/noite-dos-cristais-pavimentou-caminho-para-o-holocausto/>. Acesso em: 16 maio 2023.

INSTITUTO BRASIL-ISRAEL. **O que estamos vendo pode ser definido como “banalização” e “perversão” não porque utiliza categorias do nazismo e do Holocausto para a análise de temas contemporâneos, mas porque inventa formas de aplicá-las num discurso que é excludente é perigoso em si**. [10/11]. 27 maio 2020. *Twitter*: @ibi_br. Disponível em: https://x.com/ibi_br/status/1265766637736726528. Acesso em: 16 maio 2023.

INSTITUTO HUMANITAS UNISINOS (IHU). **As últimas aulas públicas de Adriana Dias**. 2 fev. 2023. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/625959-as-ultimas-aulas-publicas-de-adriana-dias>. Acesso em: 18 jan. 2023.

ITÁLIA: partido pós-fascista de Giorgia Meloni vence eleições. **G1**. 26 set. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2022/09/26/italia-partido-pos-fascista-de-georgia-meloni-vence-eleicoes-legislativas-com-direita-pura-e-dura.ghtml>. Acesso em: 28 set. 2022.

ITTI, Laurent; BALDI, Pierre. Bayesian surprise attracts human attention. **Vision Research**, v. 49, n. 10, p.1295-1306, 2009. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0042698908004380>. Acesso em: 8 set. 2022.

IYENGAR, Ananya *et al.* Inoculation against conspiracy theories: A consumer side approach to India’s fake news problem. **Applied Cognitive Psychology**, v. 37, n. 2, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/acp.3995>. Acesso em: 17 abr. 2024.

JAYANTH, Meg. 52% of gamers are women-but the industry doesn’t know it. **The Guardian**. 18 set. 2014. Disponível em: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/sep/18/52-percent-people-playing-games-women-industry-doesnt-know>. Acesso em 24 nov. 2022.

JOÃO FILHO, João. Arautos do Evangelho: a seita aliada de Bolsonaro agora na mira da justiça. **The Intercept**. São Paulo. 5 jul. 2022. Disponível em:

<https://www.intercept.com.br/2022/04/30/arautos-do-evangelho-seita-aliada-bolsonaro-justica/>. Acesso em: 20 maio 2023.

JOÃO FILHO. O casamento entre a extrema direita e o movimento antivacina é um perigo para o mundo. **The Intercept**, 14 jul. 2019. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/07/14/movimento-antivacina-extrema-direita-trump-bolsonaro/>. Acesso em: 10 out. 2022.

JOLLEY, Daniel; DOUGLAS, Karen M. Prevention is better than cure: addressing antivaccine conspiracy theories. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 47, n. 8, p. 1-33, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/jasp.12453>. Acesso em 24 nov. 2022.

JOYCE, Neys; JANSZ, Jeroen. Political Internet Games: Engaging an audience. **European Journal of Communication**, v. 25, n. 3, p. 1-15, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/026732311037345>. Acesso em: 20 mar. 2022.

KAHAN, Dam; SLOVIC, Paul; BRAMAN, Donald; GASTIL, John. Fear of democracy: A cultural critique of Sunstein on risk. **Harvard Law Review**, v. 119, p. 1071-1109, 2006. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=801964. Acesso em: 22 jun. 2023.

KAHAN, Donald; JENKINS-SMITH, Hank; BRAMAN, Dan M. Cultural cognition of scientific consensus. **Journal of Risk Research**, v. 14, p. 147-174, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13669877.2010.511246>. Acesso em: 28 maio 2024.

KALIL, Isabela *et al.* Politics of fear in Brazil: Far-right conspiracy theories on COVID-19. **Global Discourse**, v.11, n. 3, p. 409-425, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1332/204378921X16193452552605>. Acesso em: 11 mar. 2024.

KALIL, Isabela Oliveira (coord.). **Quem são e no que acreditam os eleitores de Jair Bolsonaro**. São Paulo: Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, 2018. Disponível em: <https://sxpolitics.org/ptbr/quem-sao-e-no-que-acreditam-os-eleitores-de-bolsonaro-16-perfis/9121/tipos-eleitores-bolsonaro>. Acesso em: 01 set. 2022.

KAMINSKA, Izabella. The metaverse is just the latest incarnation of Las Vegas. **Financial Times**, 27 nov. 2021. Disponível em: <https://www.ft.com/content/739235bc-c418-4895-a426-3bd245ec6a00>. Acesso em: 1 dez. 2021.

KARLOVA, Natascha A.; FISHER, Karen E. A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour. **Information Research**, v. 18, n. 1, p. 1-12, 2013. Disponível em: <http://informationr.net/ir/18-1/paper573.html#.YzYOzHbMLIU>. Acesso em: 23 jul. 2021.

KIDDER, Louise H. (Org.) **Métodos de pesquisa nas relações sociais: delineamentos de pesquisa**. São Paulo: EPU, 1987. v. 1.

KIENTZ, Albert. **Comunicação de Massa: Análise de Conteúdo**. Rio de Janeiro: Eldorado, 1973.

KONDER, L. **Introdução ao fascismo**. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

KORTENKAMP, Katherine; BASTEN, Bianca. Environmental science in the media: Effects of opposing viewpoints on risk and uncertainty perceptions. **Science Communication**, v. 37, n. 3, p. 287-313, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1075547015574016>. Acesso em: 11 mar. 2024.

LACLAU, Ernesto. **On populist reason**. Verso, 2005.

LACOMBE, Milly. Mídia deve assumir seu papel na naturalização da extrema-direita no Brasil. **UOL**. 5 out. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/colunas/milly-lacombe/2022/10/05/midia-deve-assumir-seu-papel-na-naturalizacao-da-extrema-direita-no-brasil.htm>. Acesso em: 12 ago. 2022.

LAGO, Rudolfo; SARDINHA, Edson. Orçamento secreto é o maior esquema de corrupção institucionalizada da história, diz transparência internacional. **Congresso em Foco**. 8 nov. 2022. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/area/pais/orcamento-secreto-e-o-maior-esquema-de-corrupcao-institucionalizada-da-historia-diz-diretor-da-transparencia-internacional/>. Acesso em: 20 out. 2022.

LAGO, Rudolfo; SARDINHA, Edson; LIPPELT, Vanessa. Onze vezes em que o bolsonarismo flertou com o nazismo. **Congresso em Foco**. 13 fev. 2022. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/area/pais/onze-vezes-em-que-o-bolsonarismo-flertou-com-o-nazismo/>. Acesso em: 14 mar. 2024.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo, SP: Atlas 2003.

LAZER, David M. J. *et al.* The science of fake news. **Science**, v. 359, n. 6380, p.1094-1096, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>. Acesso em: 02 mar. 2024.

LEE, Kyumin; EOFF, Brian; CAVERLEE, James. Seven months with the devils: A long-term study of content polluters on Twitter. *In*: INTERNATIONAL AAAI CONFERENCE ON WEBLOGS AND SOCIAL MEDIA (ICWSM), 50., 2011, Barcelona. **Proceedings [...]**. Barcelona: ACM, 2011. p. 185-192. Disponível em: <https://doi.org/10.1609/icwsm.v5i1.14106>. Acesso em: 23 nov. 2022.

LEISEROWITZ, Anthony *et al.* **Climate change in the American mind**. New Haven, CT: Yale University and George Mason University, 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/275098339_Climate_Change_in_the_American_Mind. Acesso em: jan. 2023.

LEVIN, Jack. **Estatística Aplicada a Ciências Humanas**. 2. ed. Vila Mariana, SP: Harbra, 1987.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

LEWANDOWSKY, S., ECKER, U. K.; COOK, J. Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era. **Journal of Applied Research in Memory and Cognition**, v. 6, n. 4, p. 353-369, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>. Acesso em: 08 maio 2024.

LEWANDOWSKY, Stephan *et al.* Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. **Psychological Science in the Public Interest**, v.13, n.3, p.106–131, 2012. DOI: 10.1177/1529100612451018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1529100612451018>. Acesso em: 17 jan. 2022.

LEWANDOWSKY, Stephan *et al.* **The Debunking Handbook 2020**. 2020. Disponível em: <https://www.climatechangecommunication.org/all/handbook/the-debunking-handbook-2020/>. Acesso em: 17 jan. 2022.

LEWANDOWSKY, Stephan; COOK, John; LLOYD, Elisabeth A. The “Alice in Wonderland” mechanics of the rejection of (climate) science: simulating coherence by conspiracism. **Synthese**, v. 195, p. 175-196, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11229-016-1198-6>. Acesso em: 2 ago. 2022.

LEWANDOWSKY, Stephan; GIGNAC, Gilles E.; OBERAUER, Klaus. The role of conspiracist ideation and worldviews in predicting rejection of science. **PloS one**, v. 8, n. 10, p. e75637, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0134773>. Acesso em: 2 ago. 2022.

LEWANDOWSKY, Stephan; STRITZKE, Werner; OBERAUER, Klaus; MORALES, Michael. Memory for fact, fiction, and misinformation the Iraq war 2003. **Psychological Science**, v. 16, n. 3, p. 190–195, 2005. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.0956-7976.2005.00802.x>. Acesso em: 28 mai. 2024.

LINARES, Radamés. **Ciencia de la información**: su historia y epistemología. Bogotá. Eberhard Editores LTDA, 2005.

LISCHKA, Juliane A. A badge of honor?: How The New York Times discredits President Trump’s fake news accusations. **Journalism Studies**, v. 20, n. 2, p. 287-304, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.5167/uzh-142117>. Acesso em: 28 maio 2024.

LISSARDY, Gerardo. Bolsonaroistas já ganharam autonomia em relação a Bolsonaro, aponta antropóloga. **BBC News Brasil**. 11 jan. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-64234271>. Acesso em: 18 jan. 2023.

LOLA Aronovich: “O masculinismo é um tipo de fake news”. Entrevistada: Lola Aronovich. Entrevistadora: Isabelle Moreira Lima. *Podcast da Semana*: Gama, 07 maio 2023. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/2fkbPYlqOAF01bVscsAp0E>. Acesso em: 19 mai. 2023.

LOUREIRO, F. P. Conspiracy Theory and the Foreign Policy of the Far Right: The Case of Jair Bolsonaro's Brazil (2019-2021). **Contexto Internacional**, v. 45, n. 2, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-8529.20234502e20220034>. Acesso em: 02 jan. 2024.

LOWY, Michel. Conservadorismo e extrema-direita na Europa e no Brasil. **Serv. Soc. Soc.**, n. 124, p. 652-664, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0101-6628.044>. Acesso em: 28 maio 2024.

LU, Chang *et al.* Psychological Inoculation for Credibility Assessment, Sharing Intention, and Discernment of Misinformation: Systematic Review and Meta-Analysis. **Journal of Medical Internet Research**, v. 25, 2023. Disponível em: <https://www.jmir.org/2023/1/e49255>. Acesso em: 17 abr. 2024.

LUCENA, Eleonora. Nova direita surgiu após junho, diz filósofo: depoimento. *Jornal Folha de São Paulo*. **Folha de São Paulo**. 31 out. 2014. Disponível em: www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1541085-nova-direita-surgiu-apos-junho-dizfilosofo.shtml. Acesso em: 15 maio 2023.

LUMSDAINE, Arthur A.; JANIS, Irving L. Resistance to “counterpropaganda” produced by one-sided and two-sided “propaganda” presentations. **Public Opinion Quarterly**, v. 17, n. 3, p. 311-318, 1953. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/2746134>. Acesso em: 17 abr. 2024.

LYONS, Matthew N. Jack Donovan and male tribalism. *In*: SEDGWICK, Mark (org). **Key thinkers of radical right**: Behind the new threat to liberal democracy. New York: Oxford University Press, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190877583.003.0015>. Acesso em: 18 jan. 2023.

PEREIRA *et al.* 2024. MANIFESTANTES vão às ruas de Israel no 15º sábado de protestos contra reforma do Judiciário. **G1**. 15 abr. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2023/04/15/manifestantes-vao-as-ruas-de-israel-no-15o-sabado-de-protestos-contr-reforma-do-judiciario.ghtml>. Acesso em: 14 maio 2023.

MARGOLIS, Eric; LAURENCE, Stephen. Concepts. **Stanford Encyclopedia of Philosophy**. Stanford: Metaphysics Research Lab, 2019. Disponível em: <https://plato.stanford.edu/entries/concepts/>. Acesso em: 28 maio 2024.

MASSANARI, Adrienne. #Gamergate and the Fappening: How Reddit's algorithm, governance, and culture support toxic technocultures. **New Media & Society**, v. 19, p. 1-18, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444815608807>. Acesso em: 28 maio 2024.

MAZUI, Guilherme. Fora da agenda, Bolsonaro se reúne com deputada de extrema direita da Alemanha. **G1**. 27 jul. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/07/26/fora-da-agenda-bolsonaro-se-reune-com-deputada-de-extrema-direita-da-alemanha.ghtml>. Acesso em: 17 maio 2023.

MCGONIGAL, Jane. **Reality is broken**. Why games make us better and how they can change the world. New York: The Penguin Press, 2011.

MCGUIRE, William J. **A vaccine for brainwash**. Psychology Today, v. 3, p. 36–64, 1970. In: LEWANDOWSKY, Stephan; VAN DER LINDEN, Sander. Countering Misinformation and Fake News Through Inoculation and Prebunking. **European Review of Social Psychology**, v. 32, n. 2, p. 348-384. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/10463283.2021.1876983>. Acesso em: 28 maio 2024.

MCGUIRE, William J. Inducing resistance against persuasion: Some Contemporary Approaches. **Advances in Experimental Social Psychology**, v. 1, p. 191-229, 1964. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60052-0](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60052-0). Acesso em: 5 set. 2022.

MCGUIRE, William J. Resistance to persuasion conferred by active and passive prior refutation of the same and alternative counterarguments. **The Journal of Abnormal and Social Psychology**, v. 63, n. 2, p. 326-332, 1961a. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/h0048344>. Acesso em: 16 abr. 2024.

MCGUIRE, William J. The Effectiveness of Supportive and Refutational Defenses in Immunizing and Restoring Beliefs Against Persuasion. **Sociometry**, v. 24, n. 2, p. 184, 1961b. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/2786067>. Acesso em: 16 abr. 2024.

MCGUIRE, William J.; PAPAGEORGIS, D. The relative efficacy of various types of prior belief-defense in producing immunity against persuasion. **The Journal of Abnormal and Social Psychology**, v. 62, n. 2, p. 327-337, 1961. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/h0042026>. Acesso em: 5 set. 2022.

MCKNIGHT, Patrick; MCKNIGHT, Katherine; SIDANI, Souraya; FIGUEREDO, Aurélio José. **Missing data**: a gentle introduction. New York: The Guilford Press, 2007.

MELO, Jeferson. Violência política de gênero: Brasil registra sete casos a cada 30 dias. **Agência CNJ de Notícias**. 7 dez. 2022. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/violencia-politica-de-genero-brasil-registra-sete-casos-a-cada-30-dias>. Acesso em: 18 maio 2023.

MENESES, Marcelo. **Xilotoon**: desenvolvimento de concept art baseado na estética New Retro Cartoon com influências da xilogravura. Caruaru: O Autor, 2013.

MICHAEL, David R.; CHEN, Sandra L. **Serious games**: Games that educate, train, and inform. Person, 2006.

MIGUEL, Luiz. F. Despolitização e antipolítica: a extrema-direita na crise da democracia. **Argumentum**, v. 13, n. 2, p. 8–20, 2021a. Disponível em: <https://doi.org/10.47456/argumentum.v13i2.36261>. Acesso em: 31 jan. 2023.

MIGUEL, Luiz. F. O mito da “ideologia de gênero” no discurso da extrema direita brasileira. **Cadernos Pagu**, n. 62, 2021b. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/18094449202100620016>. Acesso em: 14 abr. 2024.

MILLER, David. Vitruves and practices. **Analyse & Kritik**, v. 6, n. 1, p. 49-60, 1984. Disponível em: <https://doi.org/10.1515/auk-1984-0104>. Acesso em: 6 mar. 2022.

MILLER-IDRISS, Cynthia. **Hate in the homeland: The new global far right**. Princeton: New Jersey, 2022.

MILZ, Thomas. Uma guinada à direita na América do Sul? **DW**. 10 maio 2023. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/uma-guinada-%C3%A0-direita-na-am%C3%A9rica-do-sul/a-65570407>. Acesso em: 24 abr. 2024.

MITGUTSCH, Konstantin. Playful learning experiences. Meaningful learning patterns in players’ biographies. **International Journal of Games and Computer-Mediated Simulations**, v. 3, n. 3, p. 54-68, 2011. 2012. Disponível em: DOI: <http://dx.doi.org/10.4018/jgcms.2011070104>. Acesso em: 12 nov. 2022.

MITGUTSCH, Konstantin; ALVARADO, Narda. Purposeful by design? A serious game design assessment framework. *In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON THE FOUNDATIONS OF DIGITAL GAMES - FDG '12, NY, 2012. Proceedings [...]*. New York: Association for Computing Machinery, 2012. p. 121–128. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/2282338.2282364>. Acesso em: 12 nov. 2022.

MONTEIRO, Ester. Projetos em análise no Senado combatem desinformação e fake news. **Senado Notícias**. 26 set. 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/09/26/projetos-em-analise-no-senado-combatem-desinformacao-e-fake-news>. Acesso em: 5 jan. 2023.

MONTEIRO-KREBS, Luciana. **Recommender algorithms in academic social networks: the shaping of scholarly communication through algorithmic mediation**. 2022. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Porto Alegre, 2022.

MORA, Miguel. Os socialistas franceses sofrem uma derrota histórica nas eleições municipais. **El País**. 30 mar. 2014. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2014/03/30/internacional/1396177959_071658.html. Acesso em: 09 maio 2023.

MORAIS, Argus Romero Abreu de. O Discurso Político da extrema-direita Brasileira na Atualidade. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, v. 20, n. 1, p.152-172, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.26512/les.v20i1.12129>. Acesso em: 13 abr. 2022.

MORI, Leticia. O grupo católico ultraconservador brasileiro que está em conflito com o Vaticano. **BBC News Brasil**, 17 dez. 2021. Disponível em: [https://www.bbc.com/portuguese/brasil-59689544#:~:text=O%20Arautos%20do%20Evangelho%20se,e%20Propriedade\)%2C%20em%201995](https://www.bbc.com/portuguese/brasil-59689544#:~:text=O%20Arautos%20do%20Evangelho%20se,e%20Propriedade)%2C%20em%201995). Acesso em: 20 maio 2023.

MORTENSEN, Torill Elvira; SIHVONEN, Tanja. Negative emotions set in motion: the continued relevance of #GamerGate. *In*: HOLT, Thomas J.; BOSSLER, Adam M. (ed.). **The Palgrave Handbook of International Cybercrime and Cyberdeviance**. Cham: Springer International Publishing, 2020.

MOTTA, Rodrigo Patto Sá. Os expurgos de 1964 e o discurso anticorrupção na caricatura da grande imprensa. **Revista Tempo e Argumento**, Florianópolis, v. 8, n. 18, p. 9-39. maio/ago. 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5965/2175180308182016009>. Acesso em: 16 maio 2023.

MUDDE, Cas. A direita radical populista: uma normalidade patológica. Tradução realizada por Rodolfo Palazzo Dias (PPGSA/UFRJ) e Rodrigo Orlando Silva (PPGSP/UFSC). **Em Tese**, Florianópolis, v. 19, n. 01. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2019.e81320>. Acesso em: 16 maio 2023.

MUSK e especialistas pedem pausa em inteligência artificial. **UOL**. 30 mar. 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/deutschewelle/2023/03/30/musk-e-especialistas-pedem-pausa-em-inteligencia-artificial.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 28 jun. 2023.

MUSSA, Ivan. Ódio ao jogo: Cripto-fascismo e comunicação anti-lúdica na cultura dos videogames. **Logos: Comunicação e Universidade**. Dossiê Comunicação, Mídia, Videogames, v. 26, n. 2, p. 57-71, 2019. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/45679/32059>. Acesso em: 12 out. 22.

NASCIMENTO, Elimar. As bases do novo populismo de direita. **Resenhas: Revista Brasileira de Ciências Políticas**, n. 36, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-3352.2021.36.242711>. Acesso em: 04 abr. 2022.

NATHANSOHN, Bruno Macedo; BRISOLA, Ana Cristina. Cruzando fronteiras na sociedade da desinformação: a busca dos refugiados por cidadania. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 30, n. 3, p. 1-16, 2020. Disponível em: <https://periodicos3.ufpb.br/index.php/ies/article/view/50227/31854>. Acesso em: 17 jan. 2022.

NEONAZISTA que matou político é condenado à prisão perpétua. **DW**. 28 jan. 2021. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/neonazista-que-matou-pol%C3%ADtico-alem%C3%A3o-%C3%A9-condenado-%C3%A0-pris%C3%A3o-perp%C3%A9tua/a-56369893>. Acesso em: 19 maio 2023.

NÚMERO DE mortes em Gaza devido a ofensiva de Israel supera 30 mil, diz governo do Hamas. **G1**. 29 fev. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2024/02/29/numero-de-mortes-em-gaza-devido-a-ofensiva-de-israel-supera-30-mil-diz-governo-do-hamas.ghtml>. Acesso em: 17 abr. 2024.

O QUE difere as Big Techs de outras empresas de tecnologia? **Revista Forbes**. 8 de fevereiro de 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/02/o->

que-difere-as-big-techs-de-outras-empresas-de-tecnologia/. Acesso em: 16 maio 2023.

ORDWAY, Denise-Marie. Information disorder: The essential glossary. **The Journalists Resource: Informing the News**. 2018. Disponível em: <https://journalistsresource.org/politics-and-government/information-disorder-glossary-fake-news/>. Acesso em: 28 maio 2024.

ORESQUES, Naomy. The scientific consensus on climate change. **Science**, v. 306, n. 5702, p.1686–1686, 2014. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.1103618>. Acesso em: 11 abr. 2024.

PACETE, Luiz Gustavo. Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo. **Forbes**. 9 mar. 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/>. Acesso em: 13 maio 2024.

PALMIERI, Joëlle. El Masculinismo de Estado Reforzando el Patriarcado. *In: ¡Feminismos! Eslabones Fuertes del Cambio Social*, n. 17, p. 157-163, jun. 2017. Disponível em: https://www.cadtm.org/IMG/pdf/pass17_es_web.pdf#page=156. Acesso em: 18 maio 2023.

PAULA, Lana de. Mercado de games brasileiro é o maior da América Latina. **HSM Experience**, 1 ago. 2022. Disponível em: <https://experience.hsm.com.br/posts/mercado-de-games-brasileiro-e-o-maior-da-america-latina>. Acesso em: 24 nov. 2022.

PENNYCOOK, Gordon *et al.* Fighting COVID-19 Misinformation on social media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention. **Psychological Science**, v. 31, n. 7, p. 770-780, 2020. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0956797620939054>. Acesso em: 28 maio 2024.

PENNYCOOK, Gordon; RAND, David. Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. **Cognition**, v. 188, 2019, p. 39-50. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S001002771830163X?via%3Dihub>. Acesso em: 04 jul. 2023.

PESQUISA do ISER levanta mapa da identidade religiosa dos deputados e deputadas federais empossados. **Religião e Poder**. 12 dez. 2022. Disponível em: <https://religioepoder.org.br/artigo/pesquisa-do-iser-levanta-identidade-religiosa-dos-deputados-e-deputadas-federais-diplomados/>. Acesso em: 21 mai. 2023.

PESTANA, Matheus. As religiões no Brasil. **Religião e Poder**. 24 ago. 2021. Disponível em: <https://religioepoder.org.br/artigo/a-influencia-das-religioes-no-brasil/>. Acesso em: 21 mai. 2023.

PFAU, Michael *et al.* Inoculation and Mental Processing: The Instrumental Role of Associative Networks in the Process of Resistance to Counterattitudinal Influence.

Communication Monographs, v. 72, n. 4, p. 414-441, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/03637750500322578>. Acesso em: 13 maio 2024.

PIEPER, Oliver. Como definir Bolsonaro politicamente. **DW**. 30 dez. 2022. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/como-definir-bolsonaro-politicamente/a-64221491>. Acesso em: 20 fev. 2023.

PIMENTEL, Juliana; VELOSO, Natália. Brasil teve 5 ataques com mortes em escolas em 2022 e 2023. **Poder 360**. 6 abr. 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/brasil-teve-5-ataques-com-mortes-em-escolas-em-2022-e-2023>. Acesso em: 17 maio 2023.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. **Amanhã vai ser maior**: O que aconteceu como Brasil e possíveis rotas de fuga para a crise atual. São Paulo: Planeta do Brasil, 2019.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana; FREIXO, Adriano de. **Brasil em transe**: bolsonarismo, nova direita e desdemocratização. Rio de Janeiro: Oficina Raquel, 2019.

PINTO, Thamara Machado; ZANETTI, Daniela. Desinformação e fake news: uma revisão de literatura. **Anais do Seminário Comunicação e Territorialidade**, v. 1, n. 6, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/poscomufes/article/view/32568>. Acesso em: 18 jan. 2022.

PIPES, Alan. **Desenho para designers**: Habilidades de desenho, esboços de conceito, design auxiliado por computador, ilustração, ferramentas e materiais, apresentações, técnicas de produção. São Paulo: Edgard Blüschler Ltda, 2010.

PLUTCHIK, Robert. The Nature of Emotions: Human emotions have deep evolutionary roots, a fact that may explain their complexity and provide tools for clinical practice. **American Scientist**, v. 89, n. 4, p. 344-350, 2001. Disponível em: https://www.academia.edu/43620307/The_Nature_of_Emotions_Plutchik_2001. Acesso em: 8 set. 2022.

PRATA, Pedro; LIMA, Samuel. Pressão pelo voto impresso impulsionou desinformação sobre eleições. **Estadão**. 11 ago. 2021. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/voto-impresso-fake-news-eleicoes/>. Acesso em: 22 maio 2023.

QUEIROZ, Jeová Franklin. A xilogravura nordestina. **Revista Educação e Cultura do Estado da Paraíba**, João Pessoa, v. 3, n. 11, 1983.

RANGEL, Sérgio; VETTORAZZO, Lucas; FRANCO, Luiza. Vereadora do PSOL é morta a tiros no Rio de Janeiro. **Folha de São Paulo**. 14 mar. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/03/vereadora-do-psol-e-morta-a-tiros-no-centro-do-rio.shtml>. Acesso em: 17 maio 2023.

RECUERO, Raquel. Disputas discursivas, legitimação e desinformação: o caso Veja x Bolsonaro nas eleições brasileiras de 2018. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v.

16, n. 47, p. 432, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.18568/cmc.v16i47.2013>. Acesso em: 8 jan. 2023.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

RELATÓRIO Mundial 2021. **Human Rights Watch**. [2021]. Disponível em: <https://www.hrw.org/pt/world-report/2021/country-chapters/377397>. Acesso em: 10 mar. 2024.

RIBEIRO, Gabriel Francisco. O "infocalipse" vem aí. Ele previu a crise das notícias falsas. Agora teme pela democracia. **Uol Tecnologia**, 30 maio 2018. Disponível em: <https://www.uol/noticias/especiais/ele-previu-o-apocalipse-das-noticias-falsas.htm#tematico-8>. Acesso em: 30 jan. 2023.

RIBEIRO, Guilherme. Entre armas e púlpitos: a necropolítica do Bolsonarismo. **Revista Continentes**, v. 9, n. 16, p. 463-485, 2020. Disponível em: <https://www.revistacontinentes.com.br/index.php/continentes/article/view/288>. Acesso em: 17 fev. 2023.

ROCHA, Lucas. Copo de leite: Bolsonaro usa símbolo nazista de supremacia racial em live. **Revista Fórum**. 29 maio 2023. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/politica/2020/5/29/copo-de-leite-bolsonaro-usa-simbolo-nazista-de-supremacia-racial-em-live-76033.html>. Acesso em: 16 jun. 2023.

ROMANCINI, Richard. Jogos políticos: valores nos jogos para dispositivos móveis com Bolsonaro. **Domínios da Imagem**, v. 15, n. 29, p. 200-229, 2022. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/dominiosdaimagem/article/view/43212>. Acesso em: 5 mar. 2023.

ROOZENBEEK, Jon *et al.* Psychological inoculation improves resilience against misinformation on social media. **Science Advances**, v. 8, n. 34, p. 1-11, 2022. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.abo6254>. Acesso em: 11 set. 2022.

ROOZENBEEK, Jon.; VAN DER LINDEN, Sander. Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. **Palgrave Commun**, v. 5, n. 65, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0279-9>. Acesso em: 22 ago. 2022.

ROOZENBEEK, Jon.; VAN DER LINDEN, Sander. **Inoculation theory and misinformation**. Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2021. Disponível em: <https://stratcomcoe.org/publications/inoculation-theory-and-misinformation/217>. Acesso em: 18 Jan. 2022.

ROOZENBEEK, Jon.; VAN DER LINDEN, Sander. NYGREN, Thomas. Prebunking interventions based on "inoculation" theory can reduce susceptibility to misinformation across cultures. **Harvard Kennedy School Misinformation Review**, v. 1, n. 10, p. 1-23, 2020. Disponível em: <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/global-vaccination-badnews/>. Acesso em: 10 set. 2022.

ROOZENBEEK, Jon.; VAN DER LINDEN, Sander. The fake news game: actively inoculating against the risk of misinformation. **Journal of Risk Research**, v. 22, n. 5, p. 570-580, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13669877.2018.1443491>. Acesso em: 5 mar. 2023.

ROOZENBEEK, Jon; MAERTENS, Rakoen; MCCLANAHAN, William; VAN DER LINDEN, Sander. Disentangling item and testing effects in inoculation research on online misinformation: Solomon revisited. **Educational and Psychological Measurement**, v. 81, n. 2, p. 340–362, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0013164420940378>. Acesso em: 10 set. 2022.

ROOZENBEEK, Jon; VAN DER LINDEN, Sander. A Psychological Vaccine Against Fake News. *In*: GREIFENEDER, R.; JAFFÉ, M.; NEWMAN, E.; SCHWARZ, N. **The Psychology of Fake News: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation**. Psychology Press, London, 2020.

SABATINI, Christopher. Terraplanismo vira item da cesta básica de apoiadores da direita populista. **Folha de São Paulo**, 30 maio 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2019/05/terraplanismo-vira-item-da-cesta-basica-de-apoiadores-da-direita-populista.shtml>. Acesso em: 10 out. 2022.

SANTANA, Célio; NUNES, Amanda; SILVA, Fabio. The role of bots in the disinformation process in brazilian politics between 2014 and 2018. **Libri**, v. 71, n. 4, p. 321-333, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1515/libri-2020-0071>. Acesso em: 10 out. 2022.

SANTOS, Antônio Raimundo dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. 7. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

SANTOS, Rafael. Teorias sobre nacionalismo: um debate conceitual e teórico das relações entre nação e história. **Veredas da História**, v. 11, n. 1, p. 273-284, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.9771/rvh.v11i1.47905>. Acesso em: 10 out. 2022.

SAVIAN, Juvenal; MODELLIDISSE, Laís. Marilena Chaui: violência e autoritarismo por todos os lados. **Revista Cult**, n. 209, 5 fev. 2016. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/marilena-chaui-violencia-e-autoritarismo>. Acesso em: 15 maio 2023.

SCHICK, Nina. **Deepfakes: the coming infocalypse**. Kindle Edition. New York: Twelve, 2020. *E-book*.

SCHIER, Steven E.; EBERLY, Tood E. **Polarized: The rise of ideology in american politics**. London: Rowman and Littlefield, 2016.

SCHNAIDER, Amanda. Games: número de brasileiros que jogam cai 4,4% em um ano. **Meio & Mensagem**. 11 abr. 2023. Disponível em: [https://www.meioemensagem.com.br/midia/games-diversao-brasileiros#:~:text=O%20levantamento%20ainda%20indica%20que,anos%20\(15%2C5%25\)](https://www.meioemensagem.com.br/midia/games-diversao-brasileiros#:~:text=O%20levantamento%20ainda%20indica%20que,anos%20(15%2C5%25)). Acesso em: 30 jun. 2023.

SCHREIBER, Mariana. Eleições 2022: o que mudou na cabeça do eleitor brasileiro desde 2018. **UOL**. 27 jul. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/bbc/2022/07/25/eleicoes-2022-o-que-mudou-na-cabeca-do-eleitor-brasileiro-desde-2018.htm>. Acesso em: 20 jan. 2023.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Sobre o autoritarismo brasileiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

SECRETÁRIO NACIONAL da Cultura, Roberto Alvim faz discurso sobre artes semelhante ao de Ministro da Propaganda de Hitler. **G1**. 17 jan. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/17/secretario-nacional-da-cultura-roberto-avim-faz-discurso-sobre-artes-semelhante-ao-de-ministro-da-propaganda-de-hitler.ghtml>. Acesso em: 17 out. 2022.

SEDGWICK, Mark. **Key Thinkers of the Radical Right**: Behind the New Threat to Liberal Democracy. Nova Iorque: Oxford University Press, 2019.

SERELLE, Márcio; SOARES, Rosane. As novas formas do falso: entretenimento, desinformação e política nas redes digitais. **Intexto**, Porto Alegre, n. 52, 2021. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/94842> . Acesso em: 4 out. 2022.

SHAO, Chengcheng *et al.* The spread of low-credibility content by social bots. **Nature Commun**, v. 9, 2018. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41467-018-06930-7>. Acesso em: 16 abr. 2024.

SHAW, Adrienne. What is video game culture? Cultural studies and game studies. **Games and Culture**, v.5, n. 4, p. 403-424, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1555412009360414>. Acesso em: 23 nov. 2022.

SICART, Miguel Angel. Defining game mechanics. **Game Studies**, v. 8, n. 2, 2008. Disponível em: <http://gamestudies.org/0802/articles/sicart>. Acesso em: 18 nov. 2022.

SIDES, John. Fifty percent of Americans believe in some conspiracy theory. Here's why. **The Washington Post**. 19 fev. 2015. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2015/02/19/fifty-percent-of-americans-believe-in-some-conspiracy-theory-heres-why/>. Acesso em: 11 mar. 2024.

SILVA, Adriana Brito da *et al.* A extrema-direita na atualidade. **Serv. Soc. Soc.**, São Paulo, n. 119, p. 407-445, jul./set. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ssoc/a/nTk6JtjrXGqcpGVcr8Rj4Wx/?lang=pt>. Acesso em: 31 jan. 2023.

SILVA, Eli Lopes; PRESSER, Nadi Helena. Metaverso, deepfake e infocalipse: a opinião pública não existe. Editorial. **NAVUS – Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 12, p.1-8, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.22279/navus.2022.v12.p01-06.1757>. Acesso em: 5 set. 2022.

SILVA, Felipe Rodrigues da; LOPES, Vinícius Luiz; CARVALHO, Marcos Alberto de. Desenvolvimento de Jogos na Plataforma Unity. **RE3C - Revista Eletrônica**

Científica de Ciência da Computação, Belo Horizonte, v. 11 n. 1, 2016. Disponível em: <https://revistas.unifenas.br/index.php/RE3C/article/view/163>. Acesso em: 17 maio 2023.

SILVA, Fernando *et al.* **Análises Ecológicas no R: o melhor caminho entre questões ecológicas e os métodos estatísticos mais robustos para testá-las**. Bauru-SP: Canal 6 editora, 2022.

SILVA, Jonathas Luiz Carvalho. Pós-verdade e informação: múltiplas concepções e configurações. *In: ENCONTRO NACIONAL EM PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO*, 19., 2018, Londrina. **Anais [...]**. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2018. p. 334-353.

SILVA, Karoline. **A construção da notícia o rádio e as novas rotinas produtivas: um estudo de caso da rádio Jornal do Comercio de Pernambuco**. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, 2014.

SILVA, Michel Goulart. Reflexões sobre o “marxismo cultural”. **Boletim de Conjuntura (Boca)**, Boa Vista, v. 1, n. 3, 2020. Disponível em: <https://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/165/168>. Acesso em: 22 maio 2023.

SILVA, Taís Cerqueira. **Rede de enfrentamento à violência contra às mulheres**. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2011.

SIMCHON Almog; BRADYA, William J.; VAN BAVEL, Jay J. Troll and divide: The language of online polarization. **PNAS Nexus**, v.1, n. 1, p. 1-12, 2022. Disponível em: <https://academic.oup.com/pnasnexus/article/1/1/pgac019/6546199>. Acesso em: 02 ago. 2022.

SIMIONATO, Letícia. Voto impresso, a roupa nova da desinformação. **Revista Piauí**. 06 ago. 2021. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/voto-impresso-roupa-nova-da-desinformacao/>. Acesso em: 22 maio 2023.

SLOVIC, Paul. The perception of risk. **Science**, v. 236, n. 4799, p. 280-285, 2016. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.3563507>. Acesso em: 23 nov. 2022.

SMITH, David. Belief in QAnon has strengthened in US since Trump was voted out, study finds. **The Guardian**. 05 fev. 2022. Disponível em: <https://www.theguardian.com/us-news/2022/feb/23/qanon-believers-increased-america-study-finds>. Acesso em: 11 mar. 2024.

SMITH, Nicholas; LEISEROWITZ Anthony. The rise of global warming skepticism: exploring affective image associations in the United States over time. **Risk Analysis**, v. 32, n. 6, p.1021–1032, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2012.01801.x>. Acesso em: 11 mar. 2024.

SÓ 4 das 50 imagens mais compartilhadas por 347 grupos de WhatsApp são verdadeiras. **Folha de São Paulo**. 17 out. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/so-4-das-50-imagens-mais-replicadas-na-eleicao-no-whatsapp-sao-verdadeiras.shtml>. Acesso em: 8 jan. 2023.

SOARES, F. M. *et al.* A aplicação do método de análise de conteúdo na ciência da informação: um estudo preliminar no contexto das teses e dissertações da UFMG. **Revista Ibero-Americana De Ciência Da Informação**, v.15, n. 2, p. 327-350, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.26512/rici.v15.n2.2022.36060>. Acesso em: 06 maio 2024.

SOUZA, Jessé. O que significa Bolsonaro no poder. **Brasil de Fato**. 8 maio 2019. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2019/05/08/artigo-or-o-que-significa-bolsonaro-no-poder-por-jesse-souza>. Acesso em: 22 fev. 2023.

SOUZA, Luanna Tomaz de; PETROLI, Danielle Pinto; MAGALHÃES, Letícia Vitória Nascimento. A lei Lola e os usos acadêmicos da misoginia no brasil. **Revista Paradigma**, v. 31, n. 2, p. 231-257, 2022. Disponível em: <https://revistas.unaerp.br/paradigma/article/view/1482>. Acesso em: 19 nov. 2023.

STARR, Chauncey. Societal benefit versus technological risk: What is our society willing to pay for safety? **Science**, v.165, p. 1232-1248, 1969. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.165.3899.1232>. Acesso em: 11 mar. 2024.

STOCK, Jaime H.; WATSON, Mark W. **Introduction to econometrics**. 4. ed. United States: Pearson Education, 2020.

STOCKING, Holly; HOLSTEIN, Lisa. Manufacturing doubt: Journalists' roles and the construction of ignorance in a scientific controversy. **Public Understanding of Science**, v.18, n.1, p. 23-42, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0963662507079373>. Acesso em: 11 mar. 2023.

SWIRE-THOMPSON, B., DEGUTIS, J., & LAZER, D. Searching for the backfire effect: Measurement and design considerations. **Journal of Applied Research in Memory and Cognition**, v. 9, n. 3, p. 286-299, p. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2020.06.006>. Acesso em: 16 abr. 2024.

TANDOC JR., Edson C., LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining "Fake News." **Digital Journalism**, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>. Acesso em: 11 mar. 2023.

TAUSCZIK, Y; PENNEBAKER, J. The psychological meaning of words: LIWC and computerized text analysis methods. **Journal of Language and Social Psychology**, v. 29, n. 1, p. 24-54, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0261927X09351676>. Acesso em: 16 abr. 2024.

TAVARES, Bruno. Governador afastado do DF, Ibaneis Rocha, e ex-secretário de segurança são alvo de busca e apreensão. **G1**. 20 jan. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2023/01/20/governador-afastado-do-df->

ibaneis-rocha-e-ex-secretario-de-seguranca-sao-alvo-de-busca-e-apreensao-da-pgr.shtml. Acesso em: 24 jan. 2023.

TAVARES, Joelmir. Datafolha: 60% dizem que fake news podem influenciar muito o resultado das eleições. Percepção é maior entre jovens, que são os que mais usam plataformas, e é reforçada por especialistas. **Folha de São Paulo**. 26 mar. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/03/datafolha-60-dizem-que-fake-news-podem-influenciar-muito-o-resultado-das-eleicoes.shtml>. Acesso em: 21 set. 2022.

THOMPSON, Debbe *et al.* Serious video games for health: How behavioral science guided the development of a serious video game. **Simulation & Gaming**, v. 41, n. 4, p. 587-606, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1046878108328087>. Acesso em: 22 jan. 2023.

TRABERG, Cecilie S. *et al.* Psychological Inoculation against Misinformation: Current Evidence and Future Directions. **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, v. 700, n. 1, p.136-151, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/00027162221087936>. Acesso em: 14 abr. 2024.

TRAQUINA, Nelson. **Porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005. (Coleção Teorias do Jornalismo. v. 1).

TRUMP, Donald. **The FAKE NEWS media (failing @nytimes, @NBCNews, @ABC, @CBS, @CNN) is not my enemy, it is the enemy of the American People!** 17 fev. 2017. Twitter: @ @realDonaldTrump. Disponível em: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/832708293516632065>. Acesso em: 10 mar. 2024.

TUZZO, Simone Antoniaci; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. As jornalistas sob ataque: um estudo sobre agressões às profissionais de imprensa em uma sociedade polarizada. **Lumina**, v. 15, n. 3, p. 58-74, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/35226>. Acesso em: 10 mar. 2024.

URIBE, Gustavo. Bolsonaro insulta repórter da Folha com insinuação sexual. **Folha de São Paulo**. 18 fev. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/02/bolsonaro-insulta-reporter-da-folha-com-insinuacao-sexual.shtml>. Acesso em: 10 mar. 2024.

VALENTE, Rubens. País teve 211 casos de censura e ataques à cultura em 3 anos, diz relatório. **UOL**. 13 mar. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/rubens-valente/2022/03/17/cultura-censura-ataques-governo-bolsonaro.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 22 maio 2023.

VALÉRIO, Samuel. Pentecostalismo, catolicismo e bolsonarismo: convergências. **Revista Brasileira de História das Religiões**, v.13, n. 37, p. 113-136, 2020. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/RbhrAnpuh/article/view/51811>. Acesso em: 28 set. 22.

VAN BAVEL, Jay; FELDMANHALL, Oriël; MENDE-SIEDLECKI, Peter. The neuroscience of moral cognition: From dual processes to dynamic systems. **Current Opinion in Psychology**, v. 6, p. 167-172, 2015. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2643646 . Acesso em: 20 nov. 2023.

VAN DER LINDEN, S.; PANAGOPOULOS, C; ROOZENBEEK, J. You are fake news: political bias in perceptions of fake news. **Media, Culture & Society**, v. 42, n. 3, p. 460-470, 2020. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0163443720906992>. Acesso em: 10 mar. 2024.

VAN DER LINDEN, Sander *et al.* How can psychological science help counter the spread of fake news? **The Spanish Journal of Psychology**, v. 24, n. 25, p. 1-9, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/SJP.2021.23>. Acesso em: 20 jan. 2022.

VAN DER LINDEN, Sander; LEISEROWITZ, Anthony; FEINBERG, Geoffrey; MAIBACH, Edward. The scientific consensus on climate change as a gateway belief: experimental evidence. **Plos One**, v. 10, n. 2, 2015. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0118489>. Acesso em: 20 jan. 2022.

VAN DER LINDEN, Sander; LEISEROWITZ, Anthony; ROSENTHAL, Seth.; MAIBACH, Edward. Inoculating the public against misinformation about climate change. **Global Challenges**, p. 1-7, 2017. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/gch2.201600008>. Acesso em: 19 jan. 2022.

VASSALO, Luiz. Brazão tinha embaralhador de sinal no gabinete para não ser gravado. **Metrópoles**. 24 jan. 2024. Disponível em: <https://www.metropoles.com/sao-paulo/brazao-tinha-embaralhador-de-sinal-no-gabinete-para-nao-ser-gravado>. Acesso em: 05 mar. 2024.

VEIGA, Edison. É preciso soar alarme sobre a expansão do neonazismo no Brasil. **Uol**. 21 nov. 2019. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/deutschewelle/2019/11/21/e-preciso-soar-alar-me-sobre-a-expansao-do-neonazismo-no-brasil.htm>. Acesso em: 20 jan. 2023.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1146–1151, 2018. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559?cookieSet=1>. Acesso em: 5 set. 2022.

WALKER, Shaun. Orbán deploys Christianity with a twist to tighten grip in Hungary. **The Guardian**. 14 jul. 2019. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2019/jul/14/viktor-orban-budapest-hungary-christianity-with-a-twist>. Acesso em: 19 maio 2023.

WALTON, Douglas N. **Ad hominem arguments**. Alabama: University Alabama Press, 2009.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Thinking about 'information disorder': formats of misinformation, disinformation, and mal-information. *In*: IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie. **Journalism, 'fake news' & disinformation: handbook for journalism education and training**. Paris: UNESCO, 2018. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>. Acesso em: 28 maio 2024.

WARNER, Michael. Publics and counterpublics. **Public Culture**, v. 14, n. 1, p. 49-90, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1215/08992363-14-1-49>. Acesso em: 10 jul. 2022.

WODAK, Ruth. The politics of fear: the shameless normalization of far-right discourse. SAGE Publications Ltd, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.4135/9781529739664>. Acesso em: 28 maio 2024.

YANG, Zhi *et al.* Uncovering social network Sybils in the wild. **ACM Transactions on Knowledge Discovery from Data (TKDD)**, v. 8, n. 1, p. 1-29, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/2556609>. Acesso em: 28 maio 2024.

ZEPEDA, José de Jesús Legorreta. Secularização ou ressacralização? O debate sociológico contemporâneo sobre a teoria da secularização. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 25, n.73, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-69092010000200008>. Acesso em: 19 maio 2023.

ZIMMERMAN, Eric; CHAPLIN, Heather. Manifesto: The 21st century will be defined by games. **Kotaku**. 9 set. 2013. Disponível em: <http://kotaku.com/manifesto-the-21st-century-will-be-defined-by-games-1275355204>. Acesso em: 23 nov. 2022.

ZIMMERMAN, John; FORLIZZI, Jodi; EVENSON, Shelley. Research Through Design as a Method for Interaction Design Research in HCI. **Human-Computer Interaction Institute**, p. 41, 2007. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/221515150>. Acesso em: 06 maio 2024.

ZÚÑIGA, Homero Gil de; JUNG, Nakwon; VALENZUELA, Sebastián. Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 17, n. 3, p. 319-336, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>. Acesso em: 06 maio 2024.

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO VIRTUAL (TCLE).

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - COLETA DE DADOS VIRTUAL

Convidamos o (a) Sr. (a) para participar como voluntário (a) da pesquisa **Meias Verdades: as Contribuições da Teoria da Inoculação Psicológica na Prevenção da Desinformação on-line e Radicalização na Política Brasileira**, que está sob a responsabilidade da pesquisadora Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva, com endereço na Rua João Sérgio de Farias, nº 476, Conceição, Paulista – PE, CEP: 53429-300, telefone: (81) 99656.1408 e e-mail para contato: karoline.fernandes@ufpe.br, sob a orientação da Dra. Nadi Helena Presser, telefone: (81) 98248.1963 e e-mail: nadi.helena@ufpe.br.

Todas as dúvidas podem ser esclarecidas com a responsável por esta pesquisa. Apenas quando todos os esclarecimentos forem dados e você concorde em participar desse estudo, pedimos que assinale a opção de “Aceito participar da pesquisa” no final desse termo.

O (a) senhor (a) estará livre para decidir participar ou recusar-se. Caso não aceite participar, não haverá nenhum problema, desistir é um direito seu, bem como será possível retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa, também sem nenhuma penalidade.

INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA:

- **Descrição da pesquisa e esclarecimento da participação:** A pesquisa tem como objetivo testar a eficácia do jogo Meias Verdades em oferecer resistência psicológica contra a desinformação, apresentando aos usuários as principais estratégias de persuasão utilizadas nas chamadas fake news, explorando, para tanto, a linguagem dos jogos sérios.
- **Procedimento de coleta de dados:** a coleta de dados se dará por meio de questionário, em dois momentos: antes do jogo e após o jogo. Antes de jogarem, os voluntários são indagados se gostariam de participar do estudo científico. **Todos os participantes receberão um e-mail com as suas respostas.** O questionário pré-jogo solicitará uma avaliação por meio da escala de Likert, medida em sete níveis, onde 1 equivale a “não é confiável” e 7 equivale a “muito confiável”, sobre o grau de confiabilidade de conteúdos exibidos no formato de postagens de redes sociais informações. No total, os voluntários avaliarão 10 estímulos no questionário pré-jogo (mensagens de texto).
- Ao final do jogo será aplicado mais um questionário composto por outros dez estímulos baseados em “posts” de redes sociais para atribuir pontuações de confiabilidade, seguindo o design da pesquisa, além de um questionário sociodemográfico, contendo perguntas como: gênero, idade, Estado de origem, grau de escolaridade e renda familiar, além de uma pergunta sobre a orientação política do voluntário.

- **RISCOS:** Toda pesquisa com seres humanos envolve riscos aos (às) participantes. Nesta pesquisa, no entanto, os riscos para o (a) Sr (a) são mínimos ou moderados. Como exemplo, alertamos para um possível desconforto, cansaço ou constrangimento em responder a um questionário (que serão limitadas as perguntas já descritas anteriormente). Garantimos ao (à) Sr (a) a manutenção do sigilo e da privacidade de sua participação e de seus dados durante todas as fases da pesquisa e, posteriormente, na divulgação científica.
- **BENEFÍCIOS diretos/indiretos** para os voluntários: a pesquisa não trará benefícios diretos para os participantes, somente indiretos, pois as informações coletadas servirão de subsídio para a construção de conhecimento em torno das formas de prevenção dos efeitos nocivos da desinformação no contexto da política brasileira.

Esclarecemos que os participantes dessa pesquisa têm plena liberdade de se recusar a participar do estudo e que esta decisão não acarretará penalização por parte dos pesquisadores. Todas as informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação. Os dados coletados nesta pesquisa (respostas aos questionários e dados sociodemográficos) ficarão armazenados em um HD externo, sob a responsabilidade da pesquisadora Karoline Maria Fernandes da Costa e Silva, período de mínimo 5 anos após o término da pesquisa.

Nada lhe será pago e nem será cobrado para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária, mas fica também garantida a indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extrajudicial. Se houver necessidade, as despesas para a sua participação serão assumidas pelos pesquisadores (ressarcimento de transporte e alimentação).

Em caso de dúvidas relacionadas aos aspectos éticos deste estudo, o (a) senhor (a) poderá consultar o Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da UFPE no endereço: **Avenida da Engenharia s/n – 1º Andar, sala 4 - Cidade Universitária, Recife-PE, CEP: 50740-600, Tel.: (81) 2126.8588 – e-mail: cephumanos.ufpe@ufpe.br.**

(Assinatura do Pesquisador)

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO VOLUNTÁRIO (A)

Eu, _____, CPF _____, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo Meias #Verdades: as Contribuições da Teoria da Inoculação Psicológica na Prevenção da Desinformação on-line e Radicalização na Política Brasileira, como voluntário (a). Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelo(a) pesquisador (a) sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento para participar da pesquisa.

() Aceito Participar da pesquisa

() Não aceito participar da pesquisa

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO PRÉ-JOGO

Disponível em:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdpOrBVi70iyS_mj0KseenhF7zH_JQfx8C7bLah9N-lu6h2Tw/viewform

QUESTIONÁRIO PRÉ-JOGO

Olá, você está participando de uma pesquisa científica para avaliar a eficácia do jogo Meias Verdades em treinar pessoas a reconhecer desinformação nas redes sociais. Depois de responder às perguntas e enviar o formulário, volte para o link do game e jogue normalmente. Ao final, você será convidado (a) a responder às perguntas finais. Sua participação é voluntária, as respostas são confidenciais e nenhuma informação sua será divulgada.

Agora vamos te mostrar alguns posts de redes sociais. Avalie se o conteúdo é **confiável ou não** em uma escala de 1 a 7, onde 1 equivale a “não é confiável” e 7 equivale a “muito confiável”.

1.CONTROLE

O QUE VOCÊ ACHA DESSE CONTEÚDO?

RELATÓRIO DO FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL APONTA QUE CRISE CLIMÁTICA VAI PROVOCAR AMEAÇA GLOBAL EM DEZ ANOS

1 2

3

4

5

6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

2. CONTROLE

CRIMINOSOS ASSALTAM SUPERMERCADO

1 2

3

4

5

6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

3.CONSPIRAÇÃO

NOVA ORDEM MUNDIAL VAI INSTITUIR GOVERNO GLOBAL E AUTORITÁRIO

1 2

3

4

5

6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

4. EMOÇÃO

HOMOSSEXUAIS REDUZEM POPULAÇÃO DO PLANETA, CONCLUI PESQUISA.

1 2

3

4

5

6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

5. CONTROLE

INFLAÇÃO CHEGA A 8% EM 12 MESES, APONTA IBGE.

1 2

3

4

5

6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

6. FALSA IDENTIDADE

“EU GOSTO DOS VENENOS MAIS LENTOS, DAS BEBIDAS MAIS QUENTES E TENHO APETITES VORAZES POR UNS RAPAZES” (CLARICE LISPECTOR).

1 2

3

4

5

6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

7. POLARIZAÇÃO

UNIVERSIDADES PÚBLICAS DOUTRINAM PARA O COMUNISMO

1 2

3

4

5

6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

8.DIFAMAÇÃO

BANCADA FEMININA NO CONGRESSO VOTA A FAVOR DA LIBERAÇÃO DAS DROGAS

1 2

3

4

5

6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

9. CONTROLE

GOVERNO FEDERAL LANÇA CAMPANHA PARA AUMENTAR COBERTURA VACINAL

1 2

3

4

5

6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

APÊNDICE C - QUESTIONÁRIO PÓS-JOGO.

Link:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScCrFoCkBurd_Vx9UIRYMoe0_VpWMwVtZ9a_16i4D1VqG6xqQ/viewform

QUESTIONÁRIO PÓS-JOGO

Olá! Para finalizar nossa pesquisa, te pedimos que responda um breve questionário sociodemográfico. Em seguida, vamos te mostrar mais alguns posts de redes sociais. Avalie se o conteúdo é **confiável ou não** em uma escala de 1 a 7, onde 1 equivale a “não é confiável” e 7 equivale a “muito confiável”. Sua participação é voluntária, as respostas são confidenciais e nenhuma informação sua será divulgada.

Questionário sociodemográfico

P01 Gênero

- 01 () Feminino
- 02 () Masculino
- 03 () Outro

P02 Idade / Faixa etária

- 01 () 18 a 20 anos.
- 02 () 21 a 24 anos.
- 03 () 25 anos ou mais.

P03 Escolaridade / Grau de instrução

- 01 () Fundamental incompleto
- 02 () Fundamental completo
- 03 () Ensino Médio incompleto
- 04 () Ensino Médio completo
- 05 () Ensino Superior incompleto
- 06 () Ensino Superior completo

P04 Estado de residência

Acre

Alagoas

Amapá

Amazonas

Bahia

Ceará

Distrito Federal

Espírito Santo

Goiás

Maranhão

Mato Grosso

Mato Grosso do Sul

Minas Gerais

Pará

Paraíba

Paraná

Pernambuco

Piauí

Rio de Janeiro

Rio Grande do Norte

Rio Grande do Sul

Rondônia

Roraima

Santa Catarina

São Paulo

Sergipe

Tocantins

P05 Renda Familiar

- () Até 1/2 salário mínimo
- () Até 1 salário mínimo
- () 1 a 2 salários mínimos
- () 2 a 3 salários mínimos
- () 3 a 5 salários mínimos
- () 5 a 10 salários mínimos
- () Mais de 10 a 20 salários mínimos
- () Mais de 20 salários mínimos

Qual a sua orientação política?

- () Extrema esquerda
- () Esquerda
- () Centro
- () Direita
- () Extrema Direita

QUIZ

Agora vamos te mostrar alguns posts de redes sociais. Avalie se o conteúdo é confiável ou não em uma escala de 1 a 7, onde 1 equivale a “não é confiável” e 7 equivale a “muito confiável”.

1. POLARIZAÇÃO

O QUE VOCÊ ACHA DESSE CONTEÚDO?

MILITANTES DO MST INVADEM TERRA E QUEIMAM FLORESTA

1 2 3 4 5 6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

2.CONTROLE

O QUE VOCÊ ACHA DESSE CONTEÚDO?

MINISTÉRIO DA SAÚDE DIVULGA LISTA DE MEDICAMENTOS DISPONÍVEIS NA REDE PÚBLICA

1 2 3 4 5 6 7

Não é confiável Neutro Muito confiável

3. EMOÇÃO

O QUE VOCÊ ACHA DESSE CONTEÚDO?

PAPA FRANCISCO USA CRUZ LGBTQIA+ E DIZ QUE VAI MUDAR A BÍBLIA

1 2 3 4 5 6 7

Não é confiável Neutro Muito confiável

4. CONTROLE

O QUE VOCÊ ACHA DESSE CONTEÚDO?

CONGRESSO NACIONAL APROVA NOVAS REGRAS DA APOSENTADORIA

1 2 3 4 5 6 7

Não é confiável Neutro Muito confiável

5. DIFAMAÇÃO

ABSURDO: FEMINISTA DE ESQUERDA FUMA MACONHA E TEM ENVOLVIMENTO COM TRAFICANTES DO COMANDO VERMELHO

O QUE VOCÊ ACHA DESSE CONTEÚDO?

1 2 3 4 5 6 7

Não é confiável Neutro Muito confiável

6. CONTROLE

**BANCO CENTRAL REDUZ TAXA SELIC EM 0,50% PELA QUARTA VEZ
CONSECUTIVA**

O QUE VOCÊ ACHA DESSE CONTEÚDO?

1 2 3 4 5 6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

7. FALSA IDENTIDADE

**“QUER IRRITAR UM ESQUERDISTA? MINTA PARA ELE. QUER IRRITAR UM
CONSERVADOR? DIGA-LHE A VERDADE”: RENÉ DESCARTES.**

O QUE VOCÊ ACHA DESSE CONTEÚDO?

1 2 3 4 5 6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

8. CONTROLE

O QUE VOCÊ ACHA DESSE CONTEÚDO?

PASSAGENS AÉREAS VÃO FICAR MAIS BARATAS NO ANO QUE VEM.

1 2 3 4 5 6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

9. CONSPIRAÇÃO

O QUE VOCÊ ACHA DESSE CONTEÚDO?

**PESQUISADORES DE UNIVERSIDADE PÚBLICA DESENVOLVEM
SUPLEMENTO ALIMENTAR PARA BEBÊS TRANSGÊNEROS**

1 2 3 4 5 6 7

Não é confiável

Neutro

Muito confiável

10.CONTROLE**O QUE VOCÊ ACHA DESSE CONTEÚDO?****BOLSA FAMÍLIA TERÁ REAJUSTE NESTE ANO, ANUNCIA MINISTRO NO
PROGRAMA VOZ DO BRASIL****1 2****3****4****5****6 7****Não é confiável****Neutro****Muito confiável**

APÊNDICE D - PROTOCOLO DE ENTREVISTA UTILIZADO PARA OS TESTES DE USABILIDADE.

Hi there!

I'm developing a game to teach the audience how to identify the most common misinformation techniques on social media. Do you want to take a short look at it? It's still in progress **and this would be the first level. So, feel free to say what you think about the design, or the content... Help me to improve the game design and make it easier to use and play!**

Let me explain a little bit about the game:

The idea is simulating a social media (like the former Twitter). And the player will have to choose which content she or he will post to gain more followers and prestige on social media. The reasoning here is that: the more you post "bad content", the more you gain followers and "likes".

- 1. What did you think of the game as a whole? Feel free to suggest and criticize.**
- 2. Does this scenario remind you of social media?**
- 3. Do you think that there should be more positive content posts for the player to choose from?**
- 4. Do you think it's clear for the player *what kind of content can stimulate polarization* on social media?**
- 5. How did you feel about choosing "bad content"?**
- 6. Did you like to play the game?**

APÊNDICE E - LINKS COM RELAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO DESMASCARADA PELA AGÊNCIA LUPA

2018

1. 13/08/18 – <https://www.instagram.com/p/Bma8tDuB40j/>
2. 20/10/18 - https://www.instagram.com/p/BpK0cQ_BWgh/
3. 27/10/18 - <https://www.instagram.com/p/BpcKxJCHYZ5/>
4. 27/10/18 – <https://www.instagram.com/p/BpciPcnH0nx/>
5. 27/10/18 - <https://www.instagram.com/p/BpcKxJCHYZ5/>
6. 27/10/18 – <https://www.instagram.com/p/Bpcli8nMFf/>
7. 20/10/18 – https://www.instagram.com/p/BpK0cQ_BWgh/
8. 02/10/18 – <https://www.instagram.com/p/BoclCOBBCBT/>
9. 21/08/18 – <https://www.instagram.com/p/BpNALJZh9wV/>
10. 29/10/18 – <https://www.instagram.com/p/BpftljeHZkv/>

2019

1. 30/12/19 – <https://www.instagram.com/p/B6siQL-HMX7/>
2. 26/12/19 – <https://www.instagram.com/p/B6i4L5gn4Ca/>
3. 26/12/19 – https://www.instagram.com/p/B6iPD4bn_Rr/
4. 24/12/19 - <https://www.instagram.com/p/B6dFhc3n28f/>
5. 23/12/19 – <https://www.instagram.com/p/B6agr3pH7yg/>
6. 12/12/19 – https://www.instagram.com/p/B5_Ek93Hv7v/
7. 09/12/19 – <https://www.instagram.com/p/B53pDS4Huzl/>
8. 09/12/19 – <https://www.instagram.com/p/B52difiHgxl/>
9. 05/12/19 - <https://www.instagram.com/p/B5sKVVenNKQ/>
10. 04/12/19 – <https://www.instagram.com/p/B5qXq0ZHgik/>
11. 04/12/19 – <https://www.instagram.com/p/B5plkTynhel/>
12. 03/12/19 - <https://www.instagram.com/p/B5nAxKmnrSD/>
13. 02/12/19 - <https://www.instagram.com/p/B5IS11EnLgL/>
14. 29/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B5dkgtnnlqt/>
15. 29/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B5ctm9BHYBy/>
16. 28/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B5bGmkkneLt/>
17. 27/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B5Xka0Wnvlh/>
18. 25/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B5SaamYnEZa/>
19. 21/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B5JSw-sH-zx/>
20. 21/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B5IHOfnQXD/>
21. 19/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B5ECOzUHjKq/>
22. 14/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B4217GMAP57/>
23. 12/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B4w74FpnS88/>
24. 11/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B4vOOvznOtQ/>
25. 08/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B4ntXSeHcdW/>
26. 05/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B4e6UVdHOiD/>

27. 01/11/19 – <https://www.instagram.com/p/B4Unl4PHn3j/>
28. 31/10/19 – <https://www.instagram.com/p/B4TAJqknfv9/>
29. 30/10/19 – <https://www.instagram.com/p/B4PdJFuHIXi/>
30. 29/10/19 – <https://www.instagram.com/p/B4OSA3zHG8o/>
31. 29/10/19 - <https://www.instagram.com/p/B4NwWtNHpxm/>
32. 25/10/19 – <https://www.instagram.com/p/B4DxGk8n7yq/>
33. 24/10/19 – <https://www.instagram.com/p/B4AAyUNHOKA/>
34. 22/10/19 – https://www.instagram.com/p/B38Ct7jH_at/
35. 22/10/19 – https://www.instagram.com/p/B37uC4nnfN_/
36. 09/10/19 - <https://www.instagram.com/p/B3c0k-kHTy9/>
37. 09/10/19 – <https://www.instagram.com/p/B3ak1k9nB1D/>
38. 04/10/19 – <https://www.instagram.com/p/B3Nsal1H1sp/>
39. 03/10/19 – <https://www.instagram.com/p/B3J8FUFHLBF/>
40. 26/09/19- https://www.instagram.com/p/B25GDQvH_33/
41. 26/09/19 – <https://www.instagram.com/p/B24ruSrH1X3/>
42. 26/09/19 – <https://www.instagram.com/p/B236hlmnosb/>
43. 20/09/19 – <https://www.instagram.com/p/B2ppSR-HDVM/>
44. 20/09/19 – <https://www.instagram.com/p/B2pa8A-nUvg/>
45. 18/09/19 - <https://www.instagram.com/p/B2kfs77HyMj/>
46. 17/09/19 – <https://www.instagram.com/p/B2h7z6mHlvb/>
47. 12/09/19 - <https://www.instagram.com/p/B2T3ZiNn55r/>
48. 12/09/19 – <https://www.instagram.com/p/B2U8DfunSSQ/>
49. 11/09/19 – <https://www.instagram.com/p/B2SJiYJnYSa/>
50. 10/09/19 – <https://www.instagram.com/p/B2OtzGznHvn/>
51. 05/09/19 – <https://www.instagram.com/p/B2C6f19HxV7/>
52. 03/09/19 – https://www.instagram.com/p/B19A2SSn_-A/
53. 29/08//19 – <https://www.instagram.com/p/B1wrMsVAIB4/>
54. 29/08/19 – <https://www.instagram.com/p/B1wl38AHqr6/>
55. 26/08/19 – <https://www.instagram.com/p/B1oF5Rmntod/>
56. 22/08/19 – <https://www.instagram.com/p/B1ew5BVHxdN/>
57. 15/08//19 – <https://www.instagram.com/p/B1M8qbmHV8i/>
58. 13/08/19 – <https://www.instagram.com/p/B1HsNcxH-aE/>
59. 14/0819 – <https://www.instagram.com/p/B1JMXzYHyv2/>
60. 07/08/19 – <https://www.instagram.com/p/B04PYSMH22H/>
61. 23/07/19 - <https://www.instagram.com/p/B0PDLKwnsQF/>
62. 30/07/19 – <https://www.instagram.com/p/B0jcmnknCLh/>
63. 29/07//19 – https://www.instagram.com/p/B0f_oOKHv4W/
64. 26/07/19 – https://www.instagram.com/p/B0Yl_NcHOwE/
65. 22/07/19 – <https://www.instagram.com/p/B0PDLKwnsQF/>
66. 23/07/19 – <https://www.instagram.com/p/B0Ra03bHcQT/>
67. 18/07/19 – <https://www.instagram.com/p/B0Ewc-4nqXh/>
68. 09/07/19 – <https://www.instagram.com/p/BztyA7AnVB1/>
69. 08/07/19 – <https://www.instagram.com/p/BzqB3WoHe4z/>
70. 04/07/19 - <https://www.instagram.com/p/BzghTzcHeAu/>
71. 28/06/19 - <https://www.instagram.com/p/BzQR281Hta6/>
72. 27/06/19 – https://www.instagram.com/p/BzOq30aHV_N/
73. 19/06/19 – <https://www.instagram.com/p/By56pZUHtyD/>

74. 18/06/19 – <https://www.instagram.com/p/By3K-kDnCeq/>
75. 13/06/19 – <https://www.instagram.com/p/Byqh5GWnQhv/>
76. 3/06/19 – <https://www.instagram.com/p/ByQ86tNnXbY/>
77. 31/05/19 – <https://www.instagram.com/p/BylxIlyHtqc/>
78. 30/05/19 – <https://www.instagram.com/p/ByGdJroHVze/>
79. 07/05/19 - <https://www.instagram.com/p/BxLSEbrHiSC/>
80. 06/05/19 – <https://www.instagram.com/p/BxHs0NyHG5d/>
81. 01/05/19 – <https://www.instagram.com/p/Bw670ugnYRV/>
82. 29/04/19 – <https://www.instagram.com/p/Bw1rM1MnSPb/>
83. 29/04/19 – <https://www.instagram.com/p/Bw2bSY2AEI2/>
84. 27/04/19 – <https://www.instagram.com/p/BwxRphaHwTG/>
85. 27/04/19 – <https://www.instagram.com/p/BwwokOoHKwq/>
86. 26/04/19 – <https://www.instagram.com/p/Bwu6m-wn9o4/>
87. 24/04/19 – <https://www.instagram.com/p/BwpxCrnsUuL/>
88. 22/04/19- <https://www.instagram.com/p/Bwjwnpvnoqh/>
89. 12/04/19 – <https://www.instagram.com/p/BwKn4h7H7a7/>
90. 11/04/19 – <https://www.instagram.com/p/BwHbvbnGnS6A/>
91. 04/04/19 – <https://www.instagram.com/p/Bv2OWCLHiKN/>
92. 01/04/19 – <https://www.instagram.com/p/Bvuz37OgvT0/>
93. 29/03/19 – <https://www.instagram.com/p/BvmsUH1ggbc/>
94. 26/03/19 – <https://www.instagram.com/p/BvfqyeEAYvR/>
95. 124/03/19 – <https://www.instagram.com/p/BvZFdj6HqH6/>
96. 21/03/19 - https://www.instagram.com/p/BvSU_R2gAwj/
97. 18/03/19 – <https://www.instagram.com/p/BvKw27GA234/>
98. 14/03/19 – <https://www.instagram.com/p/BvATZsfA796/>
99. 26/02/19 – <https://www.instagram.com/p/BuWXFASA7lt/>
100. 25/02/19 – <https://www.instagram.com/p/BuUecDCAVkV/>
101. 21/02/19 – <https://www.instagram.com/p/BuKN4zsgKpW/>
102. 20/02/19 – <https://www.instagram.com/p/BuHwae1HmaW/>
103. 20/02/19 – <https://www.instagram.com/p/BuHwae1HmaW/>
104. 18/02/19 – <https://www.instagram.com/p/BuCp7jPgCKu/>
105. 18/02/19 – <https://www.instagram.com/p/BuCbg-PgYeY/>
106. 13/02/19 – <https://www.instagram.com/p/Bt12HM7AEKP/>
107. 11/02/19 – https://www.instagram.com/p/BtwtH_4H05J/
108. 10/02/19 – <https://www.instagram.com/p/BttCiDuHT3l/>
109. 05/02/19 – <https://www.instagram.com/p/Btg6NDSg46W/>
110. 03/02/19 – https://www.instagram.com/p/BtawCtfA_WF/
111. 29/01/19 – https://www.instagram.com/p/BtPAdxMAc_q/
112. 17/01/19 – <https://www.instagram.com/p/Bswfd2IHgTI/>

2020

1. 22/12/20 – <https://www.instagram.com/p/CJHUwsBnNuc/>
2. 22/12/20 – <https://www.instagram.com/p/CJGrSmlnteP/>
3. 21/12/20 – <https://www.instagram.com/p/CJEpUehHGnc/>
4. 21/12/20 – <https://www.instagram.com/p/CJDxyrVnxdn/>

5. 11/12/20 – <https://www.instagram.com/p/ClqWkWYHXEg/>
6. 02/12/20 – <https://www.instagram.com/p/CIS2qsunbeY/>
7. 01/12/20 – <https://www.instagram.com/p/CIRPrTrHaPN/>
8. 01/12/20 – https://www.instagram.com/p/CIQm_U5ne9n/
9. 30/11/20 – https://www.instagram.com/p/CIOxyduH_EE/
10. 30/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CIOB97YH0bY/>
11. 30/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CINtFpjHvME/>
12. 29/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CIMM8BMnyXp/>
13. 26/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CIDZ5yKHAdJ/>
14. 25/11/20 - <https://www.instagram.com/p/CICApqgHdPT/>
15. 24/11/20 – https://www.instagram.com/p/CH_OGwKH85F/
16. 24/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CH-lLe2HDGU/>
17. 23/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CH83KsFHvIM/>
18. 23/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CH7r3DKHwiV/>
19. 19/11/20 – https://www.instagram.com/p/CHyj6KQH2_l/
20. 19/11/20 - https://www.instagram.com/p/CHyXYTknm_d/
21. 19/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHxYWg0HgPo/>
22. 18/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHuziqJneNf/>
23. 17/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHtaThpnAVL/>
24. 16/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHq1hThH8P6/>
25. 16/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHqn4CsHdF3/>
26. 16/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHqdcRPH53B/>
27. 16/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHp-sffH-Lu/>
28. 16/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHpp-8QHZpP/>
29. 15/11/20 - <https://www.instagram.com/p/CHoQyJUHgZ8/>
30. 15/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHn8MMLHcMt/>
31. 15/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHnx4uTnod9/>
32. 15/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHnWT5LHMKw/>
33. 15/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHnPcKVHNPU/>
34. 12/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHgivrOHWLQ/>
35. 12/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHfr0YSIraC/>
36. 12/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHfW61EFvSS/>
37. 11/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHdzNHsNkD6/>
38. 10/11/20 - <https://www.instagram.com/p/CHbYtR4HKYH/>
39. 09/11/20 – https://www.instagram.com/p/CHXohAbn_ZD/
40. 06/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHRBKvZHPg4/>
41. 05/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHNqB4NHQ1b/>
42. 04/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHKwi17HI7-/>
43. 03/11/20 – <https://www.instagram.com/p/CHlgjVonQRL/>
44. 30/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CG-NS9xHoS2/>
45. 29/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CG8mouHH4GP/>
46. 26/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGzleZVn-hQ/>
47. 23/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGs7iLen8Ay/>
48. 23/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGr23unHXOc/>
49. 22/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGqdm4dH3Jj/>
50. 22/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGpm052nAwW/>
51. 21/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGn42aRHes5/>

52. 21/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGnCAYhnrSE/>
53. 21/10;20 – <https://www.instagram.com/p/CGmtUUOHOAY/>
54. 20/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGIUBvoHNaE/>
55. 16/10/20 - <https://www.instagram.com/p/CGa636-Hanr/>
56. 15/10/20- https://www.instagram.com/p/CGYHb82n2A_/
57. 4/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGV3QuSHD5j/>
58. 13/10/20 –<https://www.instagram.com/p/CGTF0ihHtHJ/>
59. 13/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGTQYLyn8Y7/>
60. 14/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGUrvmkHRfF/>
61. 09/10/20 <https://www.instagram.com/p/CGI6HM3H5n4/>
62. 06/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGBQ4W1n0iO/>
63. 07/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CGCqL-4nTgi/>
64. 05/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CF-eXSEncAF/>
65. 05/10/20 - <https://www.instagram.com/p/CF9gvqKHnix/>
66. 01/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CFz9cOzn0Dw/>
67. 03/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CEr4GLDHzOs/>
68. 29/09/20 –<https://www.instagram.com/p/CFvPUltn5I0/>
69. 29//09/20 – <https://www.instagram.com/p/CFuD0eKHy-4/>
70. 25/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CFk8Yy1H4xu/>
71. 25/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CFjwx0EnXtt/>
72. 24/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CFi6PZn1qO/>
73. 23/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CFfyjGtnR5N/>
74. 23/10/20 – <https://www.instagram.com/p/CFfqMUYNXiV/>
75. 23/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CFenCFIHX38/>
76. 22/09/20 –<https://www.instagram.com/p/CFcCehTnNUd/>
77. 21/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CFaqU8qHzdz/>
78. 21/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CFaNfkzg61B/>
79. 21/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CFZddf1HFR1/>
80. 16/09/20 –<https://www.instagram.com/p/CFNqJX3nJ--/>
81. 08/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CE5KoUenZIf/>
82. 07/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CE1aqwmH7GA/>
83. 05/09/20 –<https://www.instagram.com/p/CEwQuPwnc5c/>
84. 04/09/20 –<https://www.instagram.com/p/CEu3fAZnqeU/>
85. 03/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CEsSrYSHTiX/>
86. 02/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CEprGrtHuCo/>
87. 03/09/20 – <https://www.instagram.com/p/CErHMDKHkYk/>
88. 01/09/20 - <https://www.instagram.com/p/CEI9ix2n45q/>
89. 31/08/20 – <https://www.instagram.com/p/CEkPzNYH1QS/>
90. 27/08/20- <https://www.instagram.com/p/CEaDZ8pHOa3/>
91. 27/08/20 - <https://www.instagram.com/p/CEZ8gbBHZYC/>
92. 26/08/20 – <https://www.instagram.com/p/CEXo2ointRp/>
93. 25/08/20 – https://www.instagram.com/p/CEU6yoWHcj_/
94. 25/08/20- https://www.instagram.com/p/CET7_q8ng_R/
95. 24/08/20 –<https://www.instagram.com/p/CESitT5HuP6/>
96. 24/08/20 - <https://www.instagram.com/p/CESLPFFnN8r/>
97. 22/08/20 - <https://www.instagram.com/p/CEMNnUeneN0/>
98. 21/08/20 – <https://www.instagram.com/p/CEKLO1CnLfQ/>

99. 19/08/20 – <https://www.instagram.com/p/CEEFOf9HphG/>
100. 18/08/20 – <https://www.instagram.com/p/CECruOPn6SV/>
101. 18/08/20 – <https://www.instagram.com/p/CEB6bagnh-M/>
102. 17/08/20 - <https://www.instagram.com/p/CEAhJiOH-E2/>
103. 15/08/20 – <https://www.instagram.com/p/CD6MK9-n-55/>
104. 14/08/20 – <https://www.instagram.com/p/CD4YMfjnZ10/>
105. 13/08/20 – <https://www.instagram.com/p/CD2N9dDnIHC/>
106. 31/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CDUvpQon4GZ/>
107. 31/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CDUUMJwHnRe/>
108. 31/07/20 – https://www.instagram.com/p/CDTkHSEH_tg/
109. 30/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CDSR2Acnlsn/>
110. 29/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CDPYV-IHuyu/>
111. 28/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CDNBPptnRJd/>
112. 28/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CDMmy4wndRZ/>
113. 23/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CDAJSUvnqB-/>
114. 20/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CC6kydTndhm/>
115. 16/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CCuHtQ4nCc/>
116. 14/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CCo-HjPnrZM/>
117. 14/07/20 – https://www.instagram.com/p/CCnysXBn_IY/
118. 10/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CCerCXuHOAs/>
119. 07/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CCWvRvQnBMR/>
120. 03/07/20 – <https://www.instagram.com/p/CCMTnw-nOE3/>
121. 29/06/20 – https://www.instagram.com/p/CCClkp_ndBV/
122. 29/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CCBKyx-nrDQ/>
123. 24/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CB1eUrKHnlq/>
124. 23/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CBEd9n3Nm/>
125. 23/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CBxt6fqnGlf/>
126. 18/06/20 - <https://www.instagram.com/p/CBmBc5mnAGw/>
127. 18/06/20 - <https://www.instagram.com/p/CBl1-vnt54/>
128. 17/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CBjBTaPHmta/>
129. 17/06/20 - <https://www.instagram.com/p/CBiROX8HRxf/>
130. 16/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CBfsbweHSwt/>
131. 15/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CBeTBXfH14S/>
132. 12/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CBVZS2HsOY/>
133. 11/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CBS0c8wnPc6/>
134. 08/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CBMRmgQHHO5/>
135. 08/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CBLGFMBnp7G/>
136. 05/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CBEw8o4nb6V/>
137. 05/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CBEkH4-nrd9/>
138. 04/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CBBHgOIIn0JV/>
139. 02/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CA8t9t6n7RR/>
140. 02/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CA8gPTNna-j/>
141. 01/06/20 – https://www.instagram.com/p/CA6QCdNH_SI/
142. 01/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CA59eQ1HUMZ/>
143. 01/06/20 – <https://www.instagram.com/p/CA5EgesnUle/>
144. 28/05/20 – <https://www.instagram.com/p/CAuxVZoHfll/>
145. 26/05/20 – <https://www.instagram.com/p/CAqnOPInJMn/>

146. 26/05/20 – <https://www.instagram.com/p/CAp8WirHtJK/>
147. 22/05/20 – <https://www.instagram.com/p/CAggQGoH3az/>
148. 21/05/20 – https://www.instagram.com/p/CAdEY_tHDgR/
149. 20/05//20 – <https://www.instagram.com/p/CAbB52cHmSj/>
150. 19/05/20 - <https://www.instagram.com/p/CAYZKHXHTTb/>
151. 18/05/20 – <https://www.instagram.com/p/CAVxe3jn0zg/>
152. 18/05/20 – <https://www.instagram.com/p/CAVBYd5H47U/>
153. 15/05/20 – <https://www.instagram.com/p/CAOQzSjnUkA/>
154. 12/05/20 – <https://www.instagram.com/p/CAF5WboH7E-/>
155. 05/05/20 – https://www.instagram.com/p/B_zjDGVHJ1x/
156. 28/04/20 - https://www.instagram.com/p/B_itAj4Hhx4/
157. 28/04/20 –https://www.instagram.com/p/B_iRe58nddj/
158. 23/04/20- https://www.instagram.com/p/B_Uphl0naPw/
159. 20/05/20 –https://www.instagram.com/p/B_N_x-OHff-/
160. 17/04/20 –https://www.instagram.com/p/B_GRam7HqmY/
161. 16/04/20 – https://www.instagram.com/p/B_D3lpznILL/
162. 16/04/20 – https://www.instagram.com/p/B_Cn795ntea/
163. 15/04/20 – https://www.instagram.com/p/B_BOrhynUXK/
164. 06/04/20 – <https://www.instagram.com/p/B-phnGtnEFy/>
165. 01/04/20 – <https://www.instagram.com/p/B-cUnJsnIDG/>
166. 30/03/20 –<https://www.instagram.com/p/B-Yl0kMHAXq/>
167. 16/03/20 – <https://www.instagram.com/p/B9zr7lAnCFk/>
168. 14/03/20 – <https://www.instagram.com/p/B9tp3k2HWOM/>
169. 11/03/20 - <https://www.instagram.com/p/B9myUgDnYe1/>
170. 12/03/20 – <https://www.instagram.com/p/B9ogQepnlN4/>
171. 10/03/20 – <https://www.instagram.com/p/B9kNlITHCXh/>
172. 07/03/20 –<https://www.instagram.com/p/B9boO43nrPO/>
173. 02/03/20 – https://www.instagram.com/p/B9Owc_ZHG0W/
174. 28/02/20 - <https://www.instagram.com/p/B9HB66-ncHV/>
175. 21/02/20 – <https://www.instagram.com/p/B813WdCH7G2/>
176. 18/02/20 – <https://www.instagram.com/p/B8uWowXHhEa/>
177. 17/02/20 – https://www.instagram.com/p/B8qtJK_nyx1/
178. 12/02/20 –<https://www.instagram.com/p/B8fAXY0H1NH/>
179. 07/02/20 – https://www.instagram.com/p/B8Q9L40H_tj/
180. 05/02/20 – <https://www.instagram.com/p/B8LzryknUpF/>
181. 03/02/20 – <https://www.instagram.com/p/B8HutnBHlr2/>
182. 24/01/20 - <https://www.instagram.com/p/B7tyfrlnBwq/>
183. 30/01/20 – <https://www.instagram.com/p/B78W0-8Hfcp/>
184. 21/01/20 – <https://www.instagram.com/p/B7mCkDsn-lc/>
185. 17/01/20 – <https://www.instagram.com/p/B7bvcD4nwgo/>
186. 14/01/20 – <https://www.instagram.com/p/B7TsaSRn6ev/>
187. 14/01/20 – <https://www.instagram.com/p/B7TKHwBnB6u/>
188. 10/01/20 – <https://www.instagram.com/p/B7KCfEjnlyJ/>
189. 10/01/20 - <https://www.instagram.com/p/B7Jt7L6Hejr/>
190. 09/01/20 –<https://www.instagram.com/p/B7G0egfH5aW/>
191. 02/01/20 –<https://www.instagram.com/p/B60Qnrcnm6w/>

2021

1. 31/12/21 – <https://www.instagram.com/p/CYJY05LvDZx/>
2. 29/12/21 – <https://www.instagram.com/p/CYEPBKxIrg6/>
3. 24/12/21 – <https://www.instagram.com/p/CX3XDiEligp/>
4. 23/12/21 – <https://www.instagram.com/p/CX0x67rorsE/>
5. 21/12/21 – <https://www.instagram.com/p/CXwe8gQPo22/>
6. 17/12/21 – <https://www.instagram.com/p/CXIUv3xPLsS/>
7. 15/12/21 – <https://www.instagram.com/p/CXgLJaCI-5d/>
8. 14/12/21 – https://www.instagram.com/p/CXex5DHoeA_/
9. 10/12/21 - https://www.instagram.com/p/CXUQ_CFoGbk/
10. 09/12/21 – <https://www.instagram.com/p/CXQuYjNoTcG/>
11. 07/12/21 – https://www.instagram.com/p/CXMbw_0o9B3/
12. 206/12/21 – <https://www.instagram.com/p/CXKUGvivhvA/>
13. 06/12/21 - https://www.instagram.com/p/CXJ2_GPPSP4/
14. 06/12/21 - <https://www.instagram.com/p/CXJAB5UoG4c/>
15. 01/12/21 – <https://www.instagram.com/p/CW9TIPmoJJV/>
16. 01/12/21 – <https://www.instagram.com/p/CW8IDsWFyWs/>
17. 30/11/21 – <https://www.instagram.com/p/CW5jP5NroJO/>
18. 29/11/21 – <https://www.instagram.com/p/CW31g46I2x2/>
19. 25/11/21 – <https://www.instagram.com/p/CWtloGuPGx6/>
20. 25/11/21 – <https://www.instagram.com/p/CWsrSK-LBaO/>
21. 22/11/21 – <https://www.instagram.com/p/CWk86KLLVM-/>
22. 10/11/21 – https://www.instagram.com/p/CWG6Qz2I_d_/
23. 08/11/21 – <https://www.instagram.com/p/CWB-aJ2vywW/>
24. 08/11/21 – <https://www.instagram.com/p/CWA5yX6oOhR/>
25. 05/11/21 – <https://www.instagram.com/p/CV6W4JFPL5K/>
26. 04/11/21 – <https://www.instagram.com/p/CV3yFzOvStp/>
27. 30/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CVpu8zHop5z/>
28. 29/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CVoVW-dPDfu/>
29. 29/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CVoA91YocyY/>
30. 27/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CVjLvr3vRHB/>
31. 27/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CVi3Su2IA7X/>
32. 27/10/21 - https://www.instagram.com/p/CViASN_o2OB/
33. 26/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CVgSXP4oWNC/>
34. 25/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CVd7SuGvuBK/>
35. 22/10/21 - <https://www.instagram.com/p/CVWTw4fo1Vc/>
36. 21/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CVSjl9Sr2Wb/>
37. 18/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CVMHj1kNSzr/>
38. 18/10/21 - <https://www.instagram.com/p/CVL616RPgJX/>
39. 18/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CVK1FJqrc9p/>
40. 15/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CVEVnBTLINS/>
41. 13/10/21 – https://www.instagram.com/p/CU_OHv0t1fx/
42. 12/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CU7hVawr1R6/>
43. 08/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CUyQox9rebs/>
44. 07/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CUvvSZFNhRw/>
45. 06/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CUtlsl6r1Pb/>

46. 06/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CUybtnPlwc/>
47. 06/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CUr7ks0LaRh/>
48. 05/10/21 – <https://www.instagram.com/p/CUpWtK5LQN2/>
49. 04/10/21 - https://www.instagram.com/p/CUmx8_bLsqL/
50. 28/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CUYgsMWhvmA/>
51. 28/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CUXVI8ZhpMN/>
52. 27/10/21 – https://www.instagram.com/p/CUV732_LzpH/
53. 27/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CUUwYonrdBu/>
54. 23/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CUKdbS7LmDm/>
55. 22/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CUJD6XDL7Cq/>
56. 20/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CUDm-eHv8M6/>
57. 16/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CT5nlmhrxyA/>
58. 16/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CT4bnZqLPUD/>
59. 15/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CT13LrPrkAl/>
60. 14/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CT0djAfrsT4/>
61. 13/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CTx43z5rBwh/>
62. 10/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CTqKY9gvfvV/>
63. 108/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CTIAxe3nRnR/>
64. 08/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CTj1Q3irbBM/>
65. 06/09/21 – <https://www.instagram.com/p/CTf3TTSH-QZ/>
66. 01/09/21 – https://www.instagram.com/p/CTS_V9sLCHd/
67. 106. 01/09/21 – VAC <https://www.instagram.com/p/CTRzr5rHbGT/>
68. 31/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CTQaabWHJI5/>
69. 31/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CTQFz-1vCsl/>
70. 31/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CTPO7EQnbz9/>
71. 27/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CTFrzFaHovM/>
72. 26/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CTDicLjHoli/>
73. 24/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CS9NkkPrZ23/>
74. 20/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CS0FsrqHT75/>
75. 19/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CSwqTrPrclH/>
76. 19/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CSwVdjKr9I3/>
77. 18/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CStwzpfr-rF/>
78. 17/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CSsXR-ZHhRT/>
79. 16/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CSpyhjXHZZa/>
80. 11/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CSbu-WJrRkb/>
81. 10/08/21 – https://www.instagram.com/p/CSaBIDon_gd/
82. 10/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CSZKOilrFd4/>
83. 05/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CSNdwULnx8C/>
84. 04/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CSJtdSeneBi/>
85. 03/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CSIUKrRHilR/>
86. 02/08/21 - <https://www.instagram.com/p/CSFvW5TnMcb/>
87. 02/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CSEkFbkrZJm/>
88. 31/07/21 – https://www.instagram.com/p/CR_aR9VruqZ/
89. 29/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CR7cMATnNtL/>
90. 29/08/21 – <https://www.instagram.com/p/CR6QsFuHq2I/>
91. 26/07/21 – <https://www.instagram.com/p/CRzt06inlps/>
92. 23/07/21 – https://www.instagram.com/p/CRr_aYtn7qe/

93. 22/07/21 – https://www.instagram.com/p/CRpanq1HqO_/
94. 22/07/21 – <https://www.instagram.com/p/CRoPIQPnXYR/>
95. 16/07/21 – <https://www.instagram.com/p/CRZ94SeHlyC/>
96. 14/07/21 – <https://www.instagram.com/p/CRU0QvanSjh/>
97. 13/07/21 – <https://www.instagram.com/p/CRSPdBunNVV/>
98. 13/07/21 – <https://www.instagram.com/p/CRREExqn54c/>
99. 12/07/21 – <https://www.instagram.com/p/CRPqqkIHbZU/>
100. 100.12/07/21 – <https://www.instagram.com/p/CRPWEbqHteN/09/07/21>
– <https://www.instagram.com/p/CRHnt-mnPK7/>
101. 09/07/21 – https://www.instagram.com/p/CRHFnToHFI_/
102. 07/07/21 – <https://www.instagram.com/p/CRCeGAdn7gC/>
103. 07/07/21 – <https://www.instagram.com/p/CRBnOQsHfk8/>
104. 06/07/21 – <https://www.instagram.com/p/CRAN5Qon6wH/>
105. 06/07/21 – https://www.instagram.com/p/CQ_CYj2nxm6/
106. 02/07/21 – <https://www.instagram.com/p/CQ1mPeAnTRS/>
107. 01/07/21 – https://www.instagram.com/p/CQyKpxJnQ_I/
108. 30/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQwxSLnnn6Q/>
109. 30/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQwcmNdnmX1/>
110. 29/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQuMU9AHuE-/>
111. 29/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQtA1WDHzWN/>
112. 25/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQj5J7HH4my/>
113. 25/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQjku4HHOXY/>
114. 25/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQjC0p0nIBL/>
115. 23/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQdkTAlHraX/>
116. 22/06/21 – https://www.instagram.com/p/CQa_QneHmFJ/
117. 21/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQZTj6jnXg4/>
118. 15/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQKJNguHuYb/>
119. 15/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQI9t3IHhle/>
120. 14/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQHW5d1HoGi/>
121. 14/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CQGZPUJnC67/>
122. 11/06/21 – https://www.instagram.com/p/CP_2BJMnKHP/
123. 07/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CP0XkuMnd6G/>
124. 03/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CPqEiO-nL2V/>
125. 02/06/21 – <https://www.instagram.com/p/CPoq5RjHbqY/>
126. 01/06/21 – https://www.instagram.com/p/CPixfT6ns_k/
127. 28/05/21 – <https://www.instagram.com/p/CPbeSmgnY7U/>
128. 26/05/21 – <https://www.instagram.com/p/CPWV1KLHZVd/>
129. 25/05/21 – <https://www.instagram.com/p/CPS5Ki6HN1I/>
130. 24/05/21 – <https://www.instagram.com/p/CPRLIdUnGsk/>
131. 24/05/21 – <https://www.instagram.com/p/CPQUN6kj9v9/>
132. 21/05/21 – <https://www.instagram.com/p/CPi6w3tn6ef/>
133. 20/05/21 – <https://www.instagram.com/p/CPG39MYnaR9/>
134. 20/05/21 – <https://www.instagram.com/p/CPGBBz8nKAP/>
135. 19/05/21 – <https://www.instagram.com/p/CPDcgLmHU3g/>
136. 17/05/21 – <https://www.instagram.com/p/CO-TAv5nOAt/>
137. 10/05/21 – https://www.instagram.com/p/COtH_2wncSH/
138. 06/05/21 – <https://www.instagram.com/p/COjJaFGH0ub/>

139. 22/04/21 – https://www.instagram.com/p/CN_C1ZsnO7L/
140. 20/04/21 – <https://www.instagram.com/p/CN5801LH0fv/>
141. 20/04/21 – <https://www.instagram.com/p/CN5oFZ8Hmio/>
142. 17/04/21 – <https://www.instagram.com/p/CNxXxytn8OH/>
143. 16/04/21 – <https://www.instagram.com/p/CNvpwAlHg9G/>
144. 15/04/21 – <https://www.instagram.com/p/CNs1R0pnBbZ/>
145. 15/04/21 – <https://www.instagram.com/p/CNr5WJ0H3Gq/>
146. 14/05/21 – <https://www.instagram.com/p/CNqLYpZHYtR/>
147. 12/04/21 – <https://www.instagram.com/p/CNkLKFtns8H/>
148. 09/04/21 – <https://www.instagram.com/p/CNdn8dcHUO2/>
149. 05/04/21 – <https://www.instagram.com/p/CNTUxO6HZya/>
150. 05/04/21 – https://www.instagram.com/p/CNSJhyiH_xZ/
151. 23/03/21 – <https://www.instagram.com/p/CMx2bPRH1M/>
152. 22/03/21 – <https://www.instagram.com/p/CMuGR0BHrt8/>
153. 17/03/21 – <https://www.instagram.com/p/CMiFOCynHIF/>
154. 09/03/21 – <https://www.instagram.com/p/CMNaCtSHWIO/>
155. 03/03/21 – <https://www.instagram.com/p/CL9gGYyncoS/>
156. 18/02/21 – <https://www.instagram.com/p/CLcJFLfrfNi/>
157. 17/02/21 – https://www.instagram.com/p/CLZpu_dMfwu/
158. 11/02/21 – <https://www.instagram.com/p/CLKLhIIBkTM/>
159. 08/02/21 – <https://www.instagram.com/p/CLCvQ5SpfG8/>
160. 14/01/21 – https://www.instagram.com/p/CKBk_wunTMt/
161. 13/01/21 – https://www.instagram.com/p/CJ_AMO1HeEd/
162. 08/01/21 – https://www.instagram.com/p/CJzl_VjHEDi/
163. 08/01/21 – <https://www.instagram.com/p/CJycz2LH1F4/>
164. 05/01/21 – <https://www.instagram.com/p/CJrRuEgn33s/>

2022

1. 27/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CjBdc8VBOPr/>
2. 30/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CkWI-R8ou9A/>
3. 30/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CkV6lsFI1hj/>
4. 29/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CkULd53hyja/>
5. 29/10/22 – https://www.instagram.com/p/CkT93VDoK_U/
6. 28/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CkRmwuwgxJT/>
7. 28/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CkQsZAIIEc4/>
8. 27/10/22 – https://www.instagram.com/p/CkOf_kGv-2U/
9. 26/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CkMj7-OPwPD/>
10. 25/10/22 – https://www.instagram.com/p/CkJBt70I0_y/
11. 24/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CkHT1eilHIL/>
12. 24/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CkGjbRivNXg/>
13. 21/10/22 – https://www.instagram.com/p/Cj_SP9dv6S7/
14. 20/10/22 – <https://www.instagram.com/p/Cj8zCj8oKop/>
15. 20/10/22 – <https://www.instagram.com/p/Cj7uSJPIFj/>
16. 19/10/22 – <https://www.instagram.com/p/Cj6bxiZvft6/>
17. 18/10/22 – <https://www.instagram.com/p/Cj2ksijoVVo/>

18. 17/10/22 – <https://www.instagram.com/p/Cj1RIIDo56Z/>
19. 17/10/22 – <https://www.instagram.com/p/Cj00haEPQZW/>
20. 17/10/22 – https://www.instagram.com/p/Cjz_4sEukfU/
21. 14/10/22 – <https://www.instagram.com/p/Cjssphcli5O/>
22. 13/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjqVxZXIByj/>
23. 13/10/22 – https://www.instagram.com/p/CjqO5z1o_d7/
24. 12/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjoFuR-o1ZF/>
25. 12/10/22- <https://www.instagram.com/p/CjnIubXlyRZ/>
26. 11/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjlgIJmos-3/>
27. 11/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjkjyBUuwbw/>
28. 10/10/22 - <https://www.instagram.com/p/CjjQW3zouBv/>
29. 10/10/22 – https://www.instagram.com/p/Cjh_AaRIN0e/
30. 08/10/22 – https://www.instagram.com/p/CjeG8XSI_eW/
31. 07/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjaQSwYuCHS/>
32. 06/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjY9oYyoKHB/>
33. 06/10/22- <https://www.instagram.com/p/CjXq5ljo3Gx/>
34. 05/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjWEIErly6m/>
35. 05/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjVGAO6P-cU/>
36. 03/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjRPQUIvbXP/>
37. 03/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjQ8nu5tLUj/>
38. 02/10/22 - <https://www.instagram.com/p/CjOjEbvPh4N/>
39. 02/10/22- <https://www.instagram.com/p/CjOP2Z4v2-e/>
40. 02/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjOGY-fui6x/>
41. 02/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjN2xeHLQOR/>
42. 02/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjNsMtjOBDW/>
43. 02/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjNfi-QOEUx/>
44. 01/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjMGraur9qC/>
45. 01/10/22 – https://www.instagram.com/p/CjLi4f1o6_D/
46. 28/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CjEEpghPLwm/>
47. 27/10/22 – <https://www.instagram.com/p/CjBdc8VBOpr/>
48. 23/09/22 – <https://www.instagram.com/p/Ci3KNLROv2n/>
49. 21/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CiyBlphrq2M/>
50. 21/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CixDCc2vMHP/>
51. 20/09/22 – <https://www.instagram.com/p/Civb3tRvQDu/>
52. 20/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CiueOFsvYnx/>
53. 19/09/22 – <https://www.instagram.com/p/Cir5R5iv-Fy/>
54. 16/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CikK5WdPnRs/>
55. 15/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CihmQIelqWD/>
56. 14/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CigTtQdIYa1/>
57. 13/09/22 – <https://www.instagram.com/p/Cic3-4eMglk/>
58. 13/09/22 – <https://www.instagram.com/p/Cicch5dMdsX/>
59. 10/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CiVJmqhozPn/>
60. 08/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CiREqIJoPQp/>
61. 08/09/22 – https://www.instagram.com/p/CiPkpXKI_gP/
62. 07/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CiOILrcoxKE/>
63. 07/09/22 – https://www.instagram.com/p/CiM_7QloO84/
64. 07/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CiLg27NIXC-/>

65. 05/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CilpouMIRlx/>
66. 05/09/22 – <https://www.instagram.com/p/CiH2TwBvXf0/>
67. 01/09/22 – <https://www.instagram.com/p/Ch9jAKZvHGp/>
68. 31/08/22 – <https://www.instagram.com/p/Ch71GctlGY0/>
69. 30/08/22 – <https://www.instagram.com/p/Ch5s8Wklles/>
70. 30/08/22 – <https://www.instagram.com/p/Ch4ZcixlIIB/>
71. 26/08/22 – <https://www.instagram.com/p/ChuGXkwo6iz/>
72. 25/08/22 – <https://www.instagram.com/p/ChsioNmvXnx/>
73. 24/08/22 – <https://www.instagram.com/p/ChqV0Pkg0qW/>
74. 24/08/22 – <https://www.instagram.com/p/Cho8nlOIOum/78>.
75. 22/08/22 – <https://www.instagram.com/p/ChjzTleoK3p/>
76. 19/08/22 – <https://www.instagram.com/p/ChdXC8WITu4/>
77. 18/08/22 – <https://www.instagram.com/p/ChZf46fPQEn/>
78. 17/08/22 – <https://www.instagram.com/p/ChYNZ4nAk3L/>
79. 16/08/22 – <https://www.instagram.com/p/ChUWgHdvbTW/>
80. 15/08/22 – <https://www.instagram.com/p/ChRxfGMIwZB/>
81. 12/08/22 – <https://www.instagram.com/p/ChKDHCjvvcS/>
82. 11/08/22 – <https://www.instagram.com/p/ChlcGTYofx2/>
83. 11/08/22 – https://www.instagram.com/p/ChHeUf_oWjG/
84. 05/08/22 – https://www.instagram.com/p/Cg4_TKdPnYR/
85. 05/08/22 – <https://www.instagram.com/p/Cg4BgWollqJ/>
86. 04/08/22 – <https://www.instagram.com/p/Cg2e-Ptoh6S/>
87. 03/08/22 – <https://www.instagram.com/p/Cgz1vwKI0GP/>
88. 29/07/22 – https://www.instagram.com/p/CgmAVrYP_M7/
89. 28/07/22 – <https://www.instagram.com/p/CgjbRsTorrS/>
90. 27/07/22 – <https://www.instagram.com/p/Cgg2YZElwlg/>
91. 19/07/22 – <https://www.instagram.com/p/CgNNzUiPDRy/>
92. 18/07/22 – <https://www.instagram.com/p/CgJrOUHPXrH/>
93. 13/07/22 – <https://www.instagram.com/p/Cf8zTmKoK8M/>
94. 12/07/22 – <https://www.instagram.com/p/Cf6OeT5vRNi/>
95. 11/07/22 – <https://www.instagram.com/p/Cf3qEoNPIeD/>
96. 04/07/22 – <https://www.instagram.com/p/CfloLBUNlys/>
97. 27/06/22 - <https://www.instagram.com/p/CfUI0IA6tE/>
98. 15/06/22 – https://www.instagram.com/p/Ce1_Xpbo8Lx/
99. 01/06/22 – <https://www.instagram.com/p/CeSDEB7goew/>
100. 26/05/22 – <https://www.instagram.com/p/CeCfcqFvfZM/>
101. 26/05/22 – <https://www.instagram.com/p/CeBNE2ZPMXW/>
102. 24/05/22 – <https://www.instagram.com/p/Cd-oUzmvycC/>
103. 24/05/22 – <https://www.instagram.com/p/Cd8DfsFtD3K/>
104. 20/05/22 – <https://www.instagram.com/p/CdzCpxlgCjQ/>
105. 19/05/22 – <https://www.instagram.com/p/Cdwd5Q1tHrN/>
106. 18/05/22 - <https://www.instagram.com/p/CdsmysilVzV/>
107. 12/05/22 – <https://www.instagram.com/p/CddKXthl7jL/>
108. 11/05/22- <https://www.instagram.com/p/CdaISZIOajl/>
109. 10/05/22 – <https://www.instagram.com/p/CdYAYwGv2kb/>
110. 05/05/22 – <https://www.instagram.com/p/CdLlyKJou8b/>
111. 02/05/22 – <https://www.instagram.com/p/CdEsjmBAItL/>

112. 28/04/22 – <https://www.instagram.com/p/Cc5N4yhoNy4/>
113. 18/04/22 – <https://www.instagram.com/p/Ccfd0fPvBz9/>
114. 15/04/22 – <https://www.instagram.com/p/CcXvfHNAI0C/>
115. 13/04/22 – <https://www.instagram.com/p/CcTxP6Pg6NX/>
116. 12/04/22 – <https://www.instagram.com/p/CcRMhpUP5VU/>
117. 12/04/22 – <https://www.instagram.com/p/CcQBESOt9Bm/>
118. 11/04/22 – <https://www.instagram.com/p/CcOXxPfv9dQ/>
119. 07/04/22 – <https://www.instagram.com/p/CcEUiY1v9Ic/>
120. 06/04/22 – <https://www.instagram.com/p/CcBvsBCgMAi/>
121. 06/04/22 – <https://www.instagram.com/p/CcAk0xTPrNr/>
122. 31/03/22 – https://www.instagram.com/p/Cbx-X_DNxqf/
123. 31/03/22 – <https://www.instagram.com/p/CbxIGGHNIYE/>
124. 30/03/22 – <https://www.instagram.com/p/CbvUhn5Ah79/>
125. 28/03/22 – <https://www.instagram.com/p/CbqkjDONEPD/>
126. 28/03/22 – <https://www.instagram.com/p/CbpZ3BINQQT/>
127. 03/03/22 – <https://www.instagram.com/p/CapBVvUtsPm/>
128. 22/02/22 – <https://www.instagram.com/p/CaS6t-5N1IL/>
129. 18/02/22 – <https://www.instagram.com/p/CalZ53KvYMt/>
130. 17/02/22 – <https://www.instagram.com/p/CaE-J-Ct4dX/>
131. 15/02/22 – https://www.instagram.com/p/CaA_9tVt16H/
132. 15/02/22 – https://www.instagram.com/p/CZ_0eF8NkzX/
133. 11/02/22 – https://www.instagram.com/p/CZ2suNQg_sZ/
134. 10/02/22 – https://www.instagram.com/p/CZ0H_tiN5D_/
135. 10/02/22 – <https://www.instagram.com/p/CZzG8isNQEep/>
136. 04/02/22 – <https://www.instagram.com/p/CZkrKBRAPyQ/>
137. 31/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CZZNS71tb06/>
138. 28/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CZS3YYnNh1c/>
139. 26/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CZMVwPgP8XT/>
140. 25/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CZKmr28vjhC/>
141. 25/01/22 – https://www.instagram.com/p/CZJv_EbPOK6/
142. 20/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CY-DVbhoe9D/>
143. 17/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CY2U6m-vWAU/>
144. 15/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CYwAcrTLfuX/>
145. 17/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CY1J-1OIAGF/>
146. 11/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CYm4Jhrvfls/>
147. 10/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CYjldISID8T/>
148. 07/01/22 – https://www.instagram.com/p/CYck-oioWL_/
149. 06/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CYaAWJbPMLu/>
150. 06/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CYZrpytPN3s/>
151. 03/01/22 – <https://www.instagram.com/p/CYSRzV3oNSU/>