



Centro Universitário Curitiba

ALLISSON FERNANDO GONÇALVES

DIEGO FERNANDO MATIOLA

VITHÓRIA APARECIDA FERNANDES CALDEIRA

**COMUNICAÇÃO POLÍTICA: A PROPAGANDA NA ERA HITLER E A ASCENSÃO
DE GRUPOS DE EXTREMA DIREITA COM ÊNFASE NO X (ANTIGO TWITTER)**

CURITIBA

2023

ALLISSON FERNANDO GONÇALVES

DIEGO FERNANDO MATIOLA

VITHÓRIA APARECIDA FERNANDES CALDEIRA

**COMUNICAÇÃO POLÍTICA: A PROPAGANDA NA ERA HITLER E A ASCENSÃO
DE GRUPOS DE EXTREMA DIREITA COM ÊNFASE NO X (ANTIGO TWITTER)**

**Projeto de Graduação do UNICURITIBA
apresentado como requisito parcial à
obtenção do grau de Bacharel em
Publicidade e Propaganda, do Centro
Universitário Curitiba.**

**Orientadora: Prof^a. Msc Vivian Oliveira
Lemos dos Santos**

Curitiba

2023

ALLISSON FERNANDO GONÇALVES
DIEGO FERNANDO MATIOLA
VITHÓRIA APARECIDA FERNANDES CALDEIRA

**COMUNICAÇÃO POLÍTICA: A PROPAGANDA NA ERA HITLER E A ASCENSÃO
DE GRUPOS DE EXTREMA DIREITA COM ÊNFASE NO X (ANTIGO TWITTER)**

Projeto de Graduação do UNICURITIBA
aprovado como requisito parcial para obtenção
de grau de Bacharel em Publicidade e
Propaganda do Centro Universitário Curitiba,
pela Banca Examinadora formada pelos
professores:

Orientadora: Prof.^a Msc Vivian Oliveira Lemos dos Santos

Prof. Dr Haroldo Capote Filho

Curitiba, 12 de dezembro de 2023

AGRADECIMENTOS

A nossa orientadora Vivian, que nos conduziu com paciência e dedicação, sempre disponível a compartilhar todo o seu vasto conhecimento. Aos nossos amigos e familiares, por todo o apoio e pela ajuda, que muitos contribuíram para a realização deste trabalho.

RESUMO:

O presente projeto de graduação planeja explorar a era da pós-verdade e tem por finalidade abordar a influência da propaganda nazista nas redes sociais, e o impacto que ela traz para o contexto político atual e para a sociedade, tentando explicar os motivos de os fatos terem menos influência que os apelos, as emoções e as crenças pessoais. Trata também do fenômeno das “bolhas digitais”, onde as pessoas se fecham em grupos com ideias semelhantes, limitando seu contato e não abrindo espaço para opiniões divergentes e sendo hostis com as pessoas, com opiniões diferentes. Destaca como a propaganda nazista foi eficaz, durante a liderança do Hitler na Alemanha e do Partido Nazista, garantindo então o apoio da população, por meio de técnicas de persuasão e controle da mídia. Também, a pesquisa trata sobre a extrema-direita e seu discurso de ódio contra grupos minorizados. A metodologia se baseia em referências bibliográficas, cujos autores discorrem sobre a influência da propaganda nazista dentro do contexto político, e também se apoia em outras pesquisas acadêmicas, que discutem a ascensão de grupos de extrema-direita nas redes sociais.

Palavras-chave: propaganda política; desinformação; nazismo; extrema-direita; Twitter

SUMMARY:

This graduation project plans to explore the post-truth era and aims to address the influence of Nazi propaganda on social networks, and the impact it brings to the current political context and society, trying to explain the reasons for the facts have less influence than appeals, emotions and personal beliefs. It also deals with the phenomenon of “digital bubbles”, where people close themselves in groups with similar ideas, limiting their contact and not opening space for divergent opinions and being hostile towards people with different opinions. It highlights how effective Nazi propaganda was during the leadership of Hitler in Germany and the Nazi Party, guaranteeing the support of the population through persuasion techniques and media control. Also, the research deals with the extreme right and its hate speech against minority groups. The methodology is based on bibliographical references, whose authors discuss the influence of Nazi propaganda within the political context, and is also supported by other academic research, which discusses the rise of far-right groups on social networks.

Keywords: political propaganda; disinformation; Nazism; far right; Twitter

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Cartaz ridicularizando judeus.....	19
Figura 2 - Recrutando crianças (menina).....	20
Figura 3 - Recrutando crianças (menino).....	20
Figura 4 - Tuite do Bolsonaro.....	28
Figura 5 - Tuite do Bolsonaro.....	31
Figura 6 - Tuite do Bolsonaro.....	32
Figura 7 - Tuite do Bolsonaro.....	33
Figura 8 - Logo Podcast.....	37
Figura 9 - Banner primeiro episodio.....	38

SUMÁRIO

1. Introdução	9
2. Justificativa	11
3. Objetivos Específicos	12
4. Metodologia	13
5. Revisão de Literatura	15
5.1 Propaganda Nazista	16
5.2 Grupos de extrema-direita	21
5.3 Fake news	23
5.4 Comunicação política	25
5.5 Análise dos resultados	27
6. Considerações finais	35
7. O produto: Veritá News - Podcast	36
8. Referências:	39

1. Introdução

Com base na comunicação política, retratando especificamente a propaganda na era Hitler e a ascensão de grupos de extrema-direita, com ênfase no X (antigo Twitter), este projeto de pesquisa se fundamenta em estudos prévios conduzidos em inúmeros trabalhos acadêmicos e investigativa de renomados veículos de mídia. O objetivo principal é enriquecer essas discussões, oferecendo uma abordagem mais atual, explorando os impactos que grupos de extrema-direita e suas bolhas digitais causam nas estruturas democráticas. Para além de mapear as pesquisas relevantes para o campo deste estudo, estabelecemos caminhos metodológicos viáveis e de fácil acesso ao desenvolvimento do projeto em construção, cuja pergunta principal que norteia esta pesquisa é: Como a ascensão de grupos de extrema-direita no X, antigo Twitter, influenciaram na coesão social e nas estruturas democráticas durante o primeiro mandato de Jair Bolsonaro, na presidência do Brasil.

Diante do cenário atual, marcado pela era da pós-verdade, onde a manipulação de informações e a polarização política ocupam o centro do palco, este projeto de graduação visa compreender a comunicação política e os mecanismos utilizados por grupos de extrema-direita nas mídias sociais, notadamente durante o governo de Jair Messias Bolsonaro. À medida que a disseminação de discursos de ódio e a proliferação de fake news continuam a desafiar os alicerces das bases democráticas, é fundamental investigar e documentar essas dinâmicas. Esperamos que os resultados deste estudo não apenas revelem as estratégias adotadas pela extrema-direita nas campanhas políticas em plataformas digitais, mas também ofereçam insights valiosos para o desenvolvimento de abordagens eficazes de contrapropaganda, promovendo assim uma coesão social mais saudável e informada.

E para iniciarmos esta pesquisa, primeiramente é essencial estabelecer uma distinção conceitual relevante entre propaganda e publicidade. John V. Pavlik, em sua obra "Media in the Digital Age" (2008), explora as diferenças elementares entre esses dois conceitos, enfatizando as implicações tanto para o domínio comercial quanto para o político da comunicação persuasiva. Enquanto ambas as práticas envolvem a comunicação persuasiva com o público, a propaganda geralmente tem uma conotação mais política e ideológica, frequentemente associada à disseminação

de mensagens com o intuito de influenciar a opinião pública em questões controversas ou ideológicas, muitas vezes através de métodos manipulativos. E para ilustrar a assimetria entre estes dois conceitos, trazemos a visão de Kotler, onde a publicidade, por outro lado, refere-se predominantemente à promoção de produtos, serviços e marcas no mercado comercial, com objetivos lucrativos (KOTLER, 2016). Ambos os campos utilizam técnicas persuasivas, mas a motivação e o contexto em que operam diferem substancialmente. Essa distinção é crucial ao considerar a dinâmica da comunicação política e a influência de ideologias extremistas nas mídias sociais, pois as estratégias empregadas podem variar consideravelmente conforme os objetivos e as mensagens a serem transmitidas. Portanto, uma análise primária dessas diferenças é fundamental para compreender a complexidade das interações entre as bolhas digitais que se formam nas plataformas de mídias sociais, assim como para identificar abordagens eficazes de mitigação desses desafios.

Utilizamos diferentes plataformas (banco de Teses e Dissertações da Capes, Scielo e Google Acadêmico), para desenvolver a pesquisa, em fase de coleta das matérias, tweets do antigo presidente do Brasil, Jair Bolsonaro e sobre a propaganda política de Adolf Hitler, trazendo ela para o momento atual. O projeto de graduação seria o “o revisitar, interessado e reflexivo, das pesquisas já realizadas sobre o tema/problema a ser investigado ou próximo a ele” (BONIN, 2011, p. 31). E, ainda, “o interesse por pesquisas que abordam “estado da arte” deriva da abrangência desses estudos para apontar caminhos que vêm sendo tomados e aspectos abordados em detrimento de outros” (ROMANOWSKI e ENS, 2006, p. 38-39).

Nesse momento, é fundamental entender o cenário na qual a presente pesquisa se encontra, com sua ligação entre os trabalhos já realizados e as possibilidades de inovações e novas investigações. A verificação se concentrou na produção de artigos científicos, teses e dissertações produzidos nos últimos 10 anos, em três bancos de dados: Banco de teses e dissertações da Capes, Scielo e Google Acadêmico. As palavras-chave buscadas foram:

- Propaganda nazista
- Grupos de extrema-direita
- Fake news

- Comunicação política

Em resumo, durante as análises empreendidas neste projeto de graduação, percebemos a urgência de compreender e enfrentar os desafios impostos pela disseminação de discursos de ódio, fake news e estratégias de grupos de extrema-direita nas mídias sociais, notadamente durante o governo de Jair Messias Bolsonaro. Diante da complexidade da comunicação política contemporânea, é imprescindível destacar a necessidade de abordagens eficazes de contrapropaganda para promover uma coesão social mais saudável e informada. Ao estabelecer uma distinção conceitual entre propaganda e publicidade, fundamentada nas contribuições de Pavlik e Kotler, evidenciamos as nuances cruciais que permeiam essas práticas persuasivas, oferecendo uma base teórica robusta para a compreensão das dinâmicas observadas. Além disso, ao revisar artigos e pesquisas anteriores, delineamos caminhos que orientam futuras investigações e inovações. Portanto, este estudo não apenas revela as estratégias adotadas pela extrema-direita, mas também contribui para a compreensão da interseção entre a comunicação política e as ideologias extremistas nas plataformas digitais, delineando um panorama que guia futuros esforços acadêmicos e práticos na promoção de um ambiente comunicativo mais ético e transparente.

2. Justificativa

O presente projeto de graduação se debruça sobre a correlação entre a ideologia nazista e o discurso de Bolsonaro e seus impactos nas mídias sociais, e elas que, por sua vez, têm o potencial de criar comunidades virtuais com interesses comuns e influenciar na opinião pública acerca de assuntos sensíveis, abalando as estruturas democráticas. No entanto, quando essas comunidades são baseadas em ideologias extremistas, como o nazismo, a coesão social, a própria democracia e a tolerância são ameaçadas. O estudo do nazismo na era da pós-verdade, com atenção especial voltada para as redes sociais, é sem dúvidas, um tema abrangente e de grande relevância e urgência, por permitir compreender os desafios enfrentados pela sociedade contemporânea no combate a ideologias extremistas e discursos de ódio. Ao investigar a presença e o impacto do nazismo nessas plataformas, podemos desenvolver estratégias eficazes para enfrentar essa problemática,

promover a tolerância, a diversidade e a construção de uma sociedade mais inclusiva e pacífica.

O nazismo também defendia a supressão da dissidência política, a censura à imprensa e a perseguição de grupos considerados indesejáveis, como comunistas, homossexuais, ciganos, entre outros. Embora o nazismo seja uma forma específica de extrema-direita, nem todos os grupos ou movimentos de extrema-direita adotam a ideologia nazista. Existem diferenças significativas entre várias correntes da extrema-direita em termos de suas ênfases ideológicas, estratégias políticas e atitudes em relação a questões como racismo, antissemitismo e intolerância. Portanto, é importante reconhecer que a extrema-direita não se limita apenas ao nazismo, mas é um termo mais amplo que abrange diferentes correntes ideológicas e políticas.

O Nazismo, por ser uma ideologia que propaga o ódio, não apenas traz ideias ofensivas, mas também coloca em prática aquilo que a ideologia se propõe a comunicar. Nesse cenário da pós-verdade, este projeto de graduação também explorou como as comunidades virtuais de extrema-direita se formam, interagem e imputam a propagação do nazismo, por meio de fake news nas mídias sociais e durante a propaganda política, como o ex-presidente da república, Jair Bolsonaro, utilizou as redes sociais, porém nos limitamos a analisar a rede X, antigo twitter, durante sua tentativa de reeleição à presidência, trazendo desinformação não somente nesse período, como durante todo o seu mandato, porém nos limitamos a analisar principalmente os últimos 4 meses de 2022, estando estes elementos, fake news, extrema-direita, nazismo e desinformação, intrinsecamente ligados entre eles.

3. Objetivos Específicos

1. Contribuir para o debate acadêmico sobre a relação entre as redes sociais e a propagação de ideologias extremistas, fornecendo insights para futuras pesquisas e estudos relacionados a temas como discurso de ódio, radicalização online, desinformação e impacto social das plataformas digitais na coesão social;

2. Estudar os elementos que compõem a ideologia nazista e o impacto que ela causa na opinião das pessoas nas redes sociais, especialmente propaganda por figuras políticas;
3. Analisar a comunicação do governo de Jair Bolsonaro no X (antigo Twitter), para compreender com mais clareza, como simpatizantes do seu governo e/ou do nazismo influenciaram na elevação do tom das discussões acerca de temas como: racismo, religião, desinformação, fake news e orientação sexual.

4. Metodologia

Para o presente projeto de graduação, decidimos fazer uma pesquisa quali-quantitativa, na qual foi feita a coleta manual de 85 tweets, no período de 01 de setembro de 2022 a 31 de dezembro de 2022, para a análise do então presidente Jair Bolsonaro, categorizando cada tweet analisado, de modo que conseguíssemos extrair uma amostra de dados que servisse de base para entender como o perfil do twitter do Bolsonaro servia para intensificar o ânimo das discussões acerca de assuntos sociais, disseminando fake news, e no momento em que a coleta foi realizada, a rede social sofreu uma mudança de reposicionamento de marca, mudando seu antigo nome de Twitter para X, e para facilitar o entendimento de nossa pesquisa, chamaremos a plataforma de Twitter.

A retórica do governo Bolsonaro alimentou sentimentos de polarização e confronto, o que criou um ambiente propício para o crescimento de grupos de extrema-direita e ideologias associadas, como o neonazismo, as regiões sul e sudeste são as com mais adeptos, porém nos últimos 3 anos se expandiram para as 5 regiões no Brasil. A antropóloga Adriana Dias, desde 2002, se dedicou a pesquisar o neonazismo no Brasil e existem pelo menos 530 núcleos extremistas, o que pode chegar a 10 mil pessoas, representando um crescimento de 270,6% de janeiro de 2019 a maio de 2021. A explosão do número de células neonazistas no Brasil vem das redes sociais, onde grupos privados, compartilham materiais extremistas, mensagens de ódio, vídeos exaltando Adolf Hitler. Apesar do Brasil ser apontado como o país que mais cresce grupos extremistas, esses grupos estão pelo mundo todo, como, por exemplo, em fevereiro de 2023, a Rússia iniciou a guerra da Ucrânia, um dos motivos alegados pelo presidente Vladimir Putin para a invasão territorial foi o combate a grupos nazistas ucranianos.

No entanto, é importante destacar que nem todos os apoiadores do governo Bolsonaro são neonazistas ou apoiam explicitamente o neonazismo. O neonazismo é um fenômeno que vai além do escopo do governo de Bolsonaro e possui suas próprias raízes históricas e ideológicas.

Segundo o Jornal UOL, em matéria de 13 de fevereiro de 2022, o bolsonarismo flertou em vários momentos com o nazismo, o que aumentou às tensões políticas e a temperatura das discussões nas redes sociais, inclusive questionando o Holocausto. E tais questionamentos incentivaram vários de seus seguidores a também ficarem em dúvidas sobre a veracidade dos fatos. “Extremistas de direita? O partido de Hitler se chamava Partido dos Trabalhadores Socialistas. Onde tem extrema-direita?”, questionou um dos seus seguidores nas redes sociais de Bolsonaro, assim como aponta a matéria. E sob a égide da credibilidade do veículo de comunicação UOL, e com base no seu profissionalismo com o jornalismo investigativo, nesta matéria “11 momentos em que o bolsonarismo flertou com o nazismo”, podemos concluir que o flerte de Bolsonaro com o nazismo contribuiu com a ascensão do neonazismo nas redes sociais, como quando ele questiona a credibilidade e a veracidade do holocausto, acirrando as discussões, e fora isto, mais algumas causas podem ter contribuído para a ascensão destes grupos. Alguns desses fatores podem incluir:

1. Descontentamento social e econômico: A insatisfação com questões sociais e econômicas, como desemprego, desigualdade e corrupção, pode levar à busca de soluções simplistas e radicais, como o neonazismo.
2. Radicalização online: A disseminação de ideias extremistas e a formação de comunidades virtuais podem facilitar a propagação do neonazismo e a conexão entre indivíduos compartilhando essas ideias.
3. Sentimentos de exclusão: grupos e indivíduos que se sentem excluídos socialmente ou marginalizados podem ser atraídos pelo neonazismo, que oferece uma suposta identidade e pertencimento.
4. Nacionalismo e xenofobia: O nacionalismo exacerbado e a hostilidade em relação a grupos étnicos, religiosos ou minorias podem alimentar o neonazismo.

5. Rupturas democráticas: A erosão das instituições democráticas e o enfraquecimento dos mecanismos de proteção aos direitos humanos podem criar um ambiente favorável ao crescimento de ideologias extremistas, incluindo o neonazismo

5. Revisão de Literatura

Para iniciar a revisão de literatura, buscou-se aprofundar as discussões acerca do nazismo, o discurso de ódio e a ascensão de grupos de extrema-direita nas mídias digitais, com ênfase no Twitter, de modo que os autores pesquisados trouxessem clareza sobre o tema. De acordo com essas referências, visamos entender sobre os temas citados, visando compreender como o nazismo afetou a democracia e afeta até hoje a coesão social.

Segundo Judith Butler, a qual é uma filósofa norte-americana e autora do livro *Discurso de ódio: uma política do performativo* (2021), o discurso de ódio não apenas comunica ideias ofensivas, mas também coloca em ação a própria mensagem que ele comunica.

O livro *Eleições, Propaganda e Desinformação* (2022), escrito por Luciana Panke e Ary Azevedo Jr., aborda temas como propaganda, desinformação, política, a pandemia de COVID-19, e trata sobre o uso estratégico das mídias digitais para a propagação de ideologias, e como as mesmas fazem uso de trechos e frases persuasivos, com alto teor de manipulação discursiva:

O Relatório da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão referente a 2021 lista 46 ofensas à imprensa por parte de Bolsonaro, nas quais colocações como “certos órgãos de imprensa são fábricas de fake news” e “a grande mídia é uma fábrica de mentiras, é uma grande fábrica de mentiras” intencionam desacreditar o trabalho da imprensa. Ou colo-cações como “você tem cara de homossexual”, “ela queria dar o furo”, “quadrupede”, “idiota”, dirigidas a jornalistas que acompanhavam declarações do presidente reforçam a perspectiva homofóbica e misógina que caracteriza a visão de mundo de Bolsonaro, em consonância ao discurso conservador cristão. (Eleições, propaganda e desinformação. Panke, Luciana e Jr, Ary Azevedo., 2022, p35)

Além disso, a presente revisão teve por objetivo a identificação e análise da crescente influência dos grupos de extrema-direita nas plataformas de mídias digitais, bem como o subsequente impacto na dinâmica das estruturas democráticas e nas concepções de coesão social. Este fenômeno assume uma relevância notável no cenário contemporâneo. Nesse contexto, as contribuições de autores relevantes,

tais como: Judith Butler, Luciana Panke, Zygmunt Bauman e Hannah Arendt, desempenham um papel significativo, fornecendo valiosos insights para a compreensão do impacto histórico do nazismo no tecido social e político, destacando, assim, a importância crucial de uma análise retrospectiva na abordagem dos desafios contemporâneos.

5.1 Propaganda Nazista

Propaganda é uma forma de comunicação persuasiva e muitas vezes tendenciosa que visa promover ou persuadir um público-alvo a adotar uma ideia, produto, serviço, causa ou ponto de vista específico. Ela é frequentemente usada em contextos comerciais, políticos, sociais e de informação. A propaganda pode assumir várias formas, incluindo anúncios impressos, comerciais de televisão, publicidade online, panfletos, cartazes, discursos políticos, conteúdo em mídias sociais, entre outros. A propaganda pode ser usada para diversos fins, incluindo vender produtos, promover candidatos políticos, influenciar opiniões públicas sobre questões sociais, mobilizar apoiadores para causas específicas e muito mais. Segundo o site Mundo Educação, a propaganda desempenha um papel significativo na comunicação e na formação de opiniões em muitos aspectos da sociedade, mas também pode ser alvo de críticas e debates, especialmente quando é usada enganosamente e/ou manipuladora.

O nazismo surgiu na década de 1920 e foi um movimento político liderado por Adolf Hitler, e lembrado pelo racismo, o antissemitismo e a eugenia, tinha como objetivo controlar a opinião pública e moldar a visão dos alemães sobre o mundo. Em 1923, Hitler e seus aliados, articularam um golpe no Estado da Baviera e acabaram sendo presos e condenados, durante sua estada na prisão, Hitler aperfeiçoou sua ideologia e a deixou registrada no livro, “Minha Luta”. Por meio do Partido Nazista, ele conseguiu, progressivamente, eleger representantes no parlamento da República de Weimar, e com isso ele conseguiu chegar ao segundo posto, mais importante da chefia do país: o de chanceler, que fica abaixo do presidente, que na época era, Von Hindenburg, com a sua morte em 1934, o próprio Hitler integrou o título de chanceler, de presidente e de “führer”, se tornando assim o líder, de todos os alemães.

O uso do rádio e do cinema, foi a ferramenta ideal para a propagação, das ideias nazistas, incluindo o antissemitismo, o qual é o ódio contra pessoas de origem semita, como os judeus e árabes, porém o ódio ficou mais voltado contra os judeus, por conta da perseguição aos judeus na Europa ao longo dos séculos XIX e XX. O rádio foi essencial para a transmissão de discursos políticos do Hitler e foi a chave para o convertimento das massas que o viam, como um líder carismático.

A mídia nazista - formada prioritariamente por jornais, rádio e cinema - foi usada de maneira massiva para espalhar a mensagem do Partido Nazista, com a utilização de símbolos, além da organização de grandes eventos públicos com intuito de criar um senso de unidade nacional em torno da figura do Führer

O essencial da propaganda era atingir o coração das grandes massas, compreender seu mundo maniqueísta, representar seus sentimentos. A massa seria como as mulheres, cuja sensibilidade não captaria os argumentos de natureza abstrata, mas seria tocada por uma “vaga e sentimental nostalgia por algo forte que as complete”. [...] Tudo interessa no jogo da propaganda: mentiras, calúnias; para mentir, que seja grande a mentira, pois assim sendo, “nem passará pela cabeça das pessoas ser possível arquitetar uma tão profunda falsificação da verdade”. A partir dessas considerações, os nazistas darão à propaganda um tratamento de longo alcance, do qual nem a produção artística escapará [...] (LENHARO, 1991. p. 48).

A propaganda foi a técnica do Partido Nazista para influenciar a opinião pública e promover ideologias e políticas do regime. Utilizava mensagens simples, repetitivas e emotivas, transmitidas por meios de comunicação de massa, como jornais, rádios, filmes, outdoors e também nas manifestações.

De acordo com Lenharo (1991), Hitler, em seu livro *Minha Luta* (men Kempf, 1925) discorre sobre a propaganda nazista. . Um dos pontos, é que a visão de Hitler com o que é permitido veicular, como fotos, notícias, acontecimentos, devem considerar as condições psicológicas do receptor e o segundo ponto, é a técnica utilizada para atingir níveis impressionantes de aproveitamento.

Hitler considerava que a propaganda sempre deveria ser popular, dirigida às massas, desenvolvida de modo a levar em conta um nível de compreensão dos mais baixos. “as grandes massas”, dizia ele, “têm uma capacidade de recepção muito limitada, uma inteligência modesta, uma memória fraca”. Por isso mesmo, a propaganda deveria restringir-se a pouquíssimos pontos, repetidos incessantemente. Se eram muitos os inimigos a serem atacados, para não dispersar o ódio das massas, seria preciso mostrar que eles pertenciam à mesma categoria, não ficando assim individualizado o adversário. (LENHARO, 1991. P. 47 e 48).

Nessa época, a propaganda política foi utilizada para enaltecer as ações do Terceiro Reich, a figura do Führer e a figura da raça ariana, e junto demonizam os judeus, os poloneses, os comunistas, os cristãos, ciganos, deficientes físicos etc., e era controlada por Joseph Goebbels (1897-1945), ministro da propaganda de Hitler, responsável pela criação do mito “führer”.

Paul Joseph Goebbels, nasceu em 1897, perto da cidade de Düsseldorf, no oeste da Alemanha, quando criança teve que realizar uma cirurgia para resolver uma deformidade congênita em seu pé direito, porém a cirurgia acabou deixando suas pernas desuniforme, tornando-o manco, fazendo com que não pudesse se alistar no exército. Foi para a universidade, se tornando doutor em filosofia alemã, começou a escrever textos próprios e até mesmo um livro, onde nenhuma editora na época aceitou publicá-lo, por considerá-lo radicais demais. Em 1924, tornou-se membro da campanha de Adolf Hitler, ascendendo rapidamente no partido e logo tornou-se um dos homens de confiança de Hitler, (GALILEU, 2020).

Em 1933, foi nomeado ministro da propaganda e criou a primeira campanha, que tinha o intuito de queimar livros “indisciplinados” ou que correspondiam a ideologias opostas ao nazismo, os livros eram recolhidos pelo governo e queimados em praça pública, em meio ao público. Fora a responsabilidade das propagandas do governo, ele supervisionava o trabalho da imprensa e baniu produções de outros países, censurou toda a imprensa alemã, fechando jornais, editoras e emissoras de rádio e televisão, não demorou muito, ele começou a fazer seus próprios longas, um dos mais famosos é Ich Klage an (Eu acuso), de 1941, no qual retrata uma mulher com doença terminal, que implora ao marido para lhe ajudar a cometer suicídio. A ideia de Goebbels, criou um debate moral, mostrando que seria melhor livrar o mundo das “pessoas com defeitos”

Goebbels produzia filmes que divulgavam o nazismo, mostrando uma Alemanha melhor, próspera e feliz com a supremacia da raça ariana, estimulava o preconceito étnico, a xenofobia, o patriotismo e o heroísmo, condenavam os judeus. Ficou conhecido por criar uma das frases mais utilizadas, na propaganda política de Hitler, “uma mentira dita cem vezes torna-se verdade”, que implementa a proposta de implicação psicológica da propaganda nazista, que contava com a colaboração de intelectuais e pessoas ligadas às artes, como, por exemplo, arquitetos,

escultores, pintores, músicos, entre outros. Leni Riefenstahl (1902-2003), é um exemplo mais notório, que produziu o famoso documentário, “O triunfo da vontade”, em 1934.

Nesse filme, retrata a formação da sociedade disciplinada e militarizada, criada pelo III Reich, conta também com a gravação dos discursos de Hitler e seus ministros, que foram pronunciados, para centenas de milhares de pessoas em praça pública. Mostra soldados, treinando e exibindo seus corpos atléticos, que seguindo a linguagem visual do nazismo, representavam a essência da raça ariana. Fora a propagação da propaganda política na rádio, era utilizado filmes e discursos apologéticos, cartazes coloridos com frases curtas, panfletos com mensagens breves e incisivas e painéis com caricaturas ridicularizando os principais alvos nazistas, como os judeus, que eram retratados com envolvimento nas conspirações para provocar guerras. No cartaz a seguir, o judeu foi desenhado com traços maléficos, conspirando por trás dos bastidores, com as forças Aliadas, representadas com as bandeiras da Inglaterra, Estados Unidos e a União Soviética.

Figura 1 - a legenda diz: “[Quem está] por trás das forças inimigas: O Judeu”. Estima-se que esse cartaz foi divulgado no ano de 1942



fonte: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/pt-br/photo/nazi-anti-jewish-propaganda>

Fora os cartazes ridicularizando os judeus, Hitler utilizou os cartazes para recrutar crianças, meninos e meninas, de 10 a 18 anos, com isso conseguiram formular as crenças, pensamentos e ações dos jovens alemães.

Figuras 2 e 3 - legenda: A juventude serve ao Führer - Todos os meninos(as) de 10 anos na Hitler - Jugend.



fonte:

<https://papodehomem.com.br/10-pecas-perturbadoras-de-propaganda-nazista-para-jovens/>

Fora a mídia, as técnicas de propaganda nazista incluíam o uso de símbolos, como a suástica, que passou a integrar a bandeira nazista. Sobre a utilização da cor vermelha, Hitler explica que:

A cor vermelha de nossos cartazes foi por nós escolhida, após reflexão exata e profunda, com o fito de excitar a Esquerda, de revoltá-la e induzi-la a frequentar nossas assembleias; isso tudo nem que fosse só para nos permitir entrar em contato e falar com essa gente (Hitler, 1925).

Segundo Hitler, o branco, isoladamente, não foi considerado uma cor arrebatadora, podendo ser apropriada a congregações religiosas, de virgens e puras, e não a movimentos nazistas e o preto isolado, não seria empolgante. A respeito da combinação de cores da bandeira nazista, Hitler diz:

Como nacionais-socialistas, costumamos ver na nossa bandeira o nosso programa. No vermelho, vemos a ideia socialista do movimento, no branco, a ideia nacional, na cruz suástica a missão da luta pela vitória do homem ariano, simultaneamente com a vitória da nossa missão renovadora que foi e será eternamente anti-semítica. Dois anos mais tarde, quando as “tropas de ordem” já se tinham transformado, há muito tempo, em um batalhão de assalto de muitos milhares de homens, surgiu a necessidade de dar a essa

organização de defesa da nova doutrina ainda um símbolo especial de triunfo: Os estandartes! Esses, também, foram esboçados por mim e a execução foi confiada a um fiel adepto do partido, o ourives Guhr. Desde aquele momento, os estandartes passaram a ser os sinais característicos da campanha nacional-socialista (Hitler, 1925).

Para complementar a simbologia das cores, segundo Eva Heller (2017) em seu livro “A Psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão”, o vermelho é frequentemente usado em bandeiras. Flâmulas vermelhas são, segundo ela, mais vitoriosas. Também de acordo com Heller, a cor branca é a cor da inocência, do bem e da perfeição.

5.2 Grupos de extrema-direita

Grupos de extrema-direita são organizações, movimentos ou coletivos políticos que adotam ideologias radicalmente conservadoras, nacionalistas, autoritárias ou xenófobas. Eles tendem a se caracterizar por políticas que favorecem a manutenção de valores tradicionais, a ênfase na identidade nacional e étnica, a restrição à imigração, o fortalecimento do Estado e, em alguns casos, o uso da força para alcançar seus objetivos. É importante notar que nem todos os grupos de extrema-direita são idênticos, e a terminologia pode variar de país para país. Alguns grupos adotam uma postura mais radical do que outros, e as especificidades de suas opiniões e metas podem diferir.

Na era de Hitler, os grupos de extrema-direita se referiam principalmente aos diversos movimentos e organizações que apoiaram e promoveram a ascensão do Partido Nazista ao poder na Alemanha, esses grupos compartilhavam uma ideologia política radicalmente de direita, nacionalista e autoritária, com elementos antissemitas e xenófobos.

Segundo o site Aventuras na história (2019), Sturmabteilung foi fundada em 1921, com o agrupamento de apoiadores extremistas do movimento nazista e eram responsáveis por proteger o Partido Nazista de diversas formas. Em Munique, os primeiros membros foram de grupos armados, compostos por ex-soldados, que eram contra a República de Weimar, eles usavam uniformes marrons, pelo fato de serem mais baratos após a Primeira Guerra Mundial. Sturmabteilung interrompia as reuniões de partidos opostos, protegia comícios e assembleias nazistas e também

intimidava judeus e sindicalistas, e possuíam o maior alvo, o Partido Comunista da Alemanha.

Conforme o artigo, Giros à direita Os grupos de extrema-direita chegaram ao poder em várias partes do mundo, desde a América, com EUA, Brasil e Colômbia, passando pela Europa, da Hungria e Polônia, chegando à Ásia, de Israel, Turquia e Índia, entre tantos outros estados nacionais, especialmente após a crise econômica global de 2008, onde gerou uma depressão econômica, desemprego e marginalização, onde esse fator pode ter sido um dos principais motivos para a vitória do Trump e do Bolsonaro. A extrema-direita, dialoga com conceitos como fascismo, populismo e neofascismo, sendo usados por alguns partidos e governos espalhados por inúmeros países.

Grupos de extrema-direita, são uma ameaça iminente às redes sociais, à democracia e à coesão social em muitos países. Esses grupos são caracterizados por sua ideologia nacionalista, autoritária e anti-democrática, e muitas vezes promovem a discriminação e o ódio contra grupos minoritários, como imigrantes, LGBTs, mulheres, religiões não-cristãs e outros. Esses grupos usam geralmente as redes sociais como uma plataforma para se organizar, recrutar novos membros e disseminar sua ideologia. Eles muitas vezes se concentram em plataformas, com pouca ou nenhuma regulamentação, como o Telegram, Gab e 4chan, onde podem compartilhar ideias extremistas sem censura. Algumas dessas plataformas, também, permitem que os membros se comuniquem de forma anônima, o que pode tornar mais difícil para as autoridades rastrear e controlar suas atividades.

No Brasil, existem vários grupos de extrema-direita que defendem ideologias nacionalistas, autoritárias e muitas vezes racistas. Esses grupos geralmente são contrários à democracia e aos direitos humanos e promovem a intolerância e a discriminação contra minorias étnicas, religiosas, sexuais e de gênero. Entretanto, é válido destacar que a maioria desses grupos não representa a maioria da população brasileira, que é favorável à democracia e aos direitos humanos. No entanto, eles têm ganhado espaço e visibilidade nos últimos anos, o que é preocupante para a democracia e a estabilidade política do país.

David Magalhães, professor de relações internacionais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) fundou o Observatório da Extrema

Direita (OED) no início de 2020 e desde então, vem examinando de perto os movimentos radicais de direita no Brasil e no mundo, faz uma distinção entre o ex-presidente Jair Bolsonaro e seu governo, “Existe uma série de restrições institucionais que limitam a capacidade de ação de Bolsonaro, e é por isso que eu classifico seu governo como de direita radical, não de extrema-direita, dentro da família ideológica da direita radical populista”, afirma David Magalhães, dia 31 de dezembro em 2022.

“Bolsonaro, por outro lado, podemos classificar como um líder de extrema-direita, já que ele fez apologia ao período mais violento da ditadura militar brasileira e não aceita as regras do jogo da democracia”, completa para o site UOL.

Durante todo o seu mandato, Bolsonaro buscou se aproximar de políticos populistas de direita como o ex-presidente dos Estados Unidos Donald Trump, o vice primeiro-ministro da Itália Matteo Salvini e o primeiro-ministro da Hungria Viktor Orbán. Bolsonaro, durante seus quatro anos no cargo, utilizou um slogan que ficou muito popular, “Deus, pátria e família”, sendo uma reutilização de um antigo, lema utilizado pela ditadura salazarista portuguesa, quanto pela Ação Integralista Brasileira, o qual foi o principal grupo fascista da década de 1930.

5.3 Fake news

Fake news, ou notícias falsas, são informações criadas visando enganar ou manipular pessoas, como disse Bounegru, “Para se tornar fake news eles precisam mobilizar muitos públicos - incluindo testemunhas, aliados, reações e partilhas, assim como oponentes para contestar, sinalizar e desmenti-los” (Bounegru et al., 2017, p. 18). Elas se tornaram uma grande preocupação atualmente, principalmente devido à difusão em larga escala pelas redes sociais e plataformas digitais. As fake news podem causar danos significativos, como difamação, incitação à violência e perda de confiança nas instituições democráticas. Além disso, podem ser usadas como ferramenta de manipulação política e interferência em processos democráticos.

As redes sociais, têm um grande alcance de visualização em questão de segundos, o que acaba mudando a forma de fazer jornalismo, devido ser possível de ter conexão em qualquer lugar e qualquer pessoa publicar na rede, o jornalismo está

sendo transformado. Como Recuero (2009) diz, o profissional de comunicação deixa de ser um gatekeeper e é um gatewatching na internet e nas redes sociais

Infelizmente, a propagação de fake news tem sido incentivada por algoritmos de redes sociais, como o Twitter e o Tik Tok, que priorizam conteúdos virais em vez da veracidade das informações, sendo apontados como as redes sociais com mais disseminação de fake news, segundo relatório levantado pelo Integrity Institute. Isso faz com que as fake news se espalhem rapidamente e alcancem inúmeras pessoas em um curto espaço de tempo, o que pode levar ao caos social. Segundo Kevin Thau, “o Twitter é para notícias, conteúdo, informação, e para discutir essas coisas e para entretenimento e humor. Mas não é uma rede social” (Fagundes, 2010, online).

No Twitter, as fake news podem se espalhar rapidamente, especialmente quando são compartilhadas por contas com inúmeros seguidores. Isso pode levar a inúmeras pessoas a acreditar em informações falsas, o que pode ter consequências negativas para a sociedade em geral. O Twitter tem tomado medidas para combater as fake news em sua plataforma. Uma das medidas é a verificação de fatos, na qual a plataforma verifica a precisão das informações compartilhadas em tweets. Além disso, o Twitter tem trabalhado para limitar a disseminação de informações enganosas, incluindo o banimento de contas que compartilham informações falsas repetitivamente.

No entanto, é importante lembrar que as fake news não podem ser totalmente erradicadas. É responsabilidade dos usuários do Twitter verificar a precisão das informações antes de compartilhá-las e denunciar as contas que compartilham informações falsas ou enganosas. É também importante que as pessoas busquem fontes confiáveis de informação e sejam críticas em relação às informações que encontram nas redes sociais.

Nesse projeto de graduação, o nosso foco são as fake news eleitorais, ou seja, as notícias criadas visando propagar desinformação e falsas percepções para influenciar todo o processo eleitoral. É inevitável, no cenário político, não haver nenhuma forma de comunicação, principalmente agora no século XXI, que toda a população tenha acesso à internet e às redes sociais.

Segundo o jornal UOL, em matéria de 14 de setembro de 2021, o então presidente Jair Bolsonaro afirmou: “Fake news faz parte da nossa vida. Não precisamos regular”, e além de ser um problema grave para a coesão social e para a democracia, as fake news também foram uma das estratégias usadas por Hitler para propagar a ideologia Nazista e elas se tornam ainda mais graves quando propagadas e/ou defendidas por lideranças políticas no exercício do poder público. Por ser uma das estratégias usadas por Hitler durante o seu governo, e também sendo estrategicamente usada por Bolsonaro e sua equipe, como as mensagens enviadas em massa pelo WhatsApp, e aos frequentes ataques a confiabilidade das urnas eletrônicas, como aponta o jornal G1, é importante frisar que Jair Bolsonaro não é um líder nazista - pois todo nazista e/ou extremista de direita é conservador, mas nem todo conservador é nazista. Vale ressaltar também que é de responsabilidade do poder público criar mecanismos para o bom combate das fakes news.

5.4 Comunicação política

A comunicação política é um campo de estudo e prática concentrada na disseminação de informações, mensagens e estratégias relacionadas à política e aos processos políticos. Envolve uma interação entre políticos, partidos políticos, governos, candidatos e o público. A comunicação política desempenha um papel crucial na formação de opiniões, na mobilização eleitoral e na transmissão de ideias políticas. Segundo Luis Felipe Miguel (2023), “por forte que seja a presença dos meios de comunicação na dinâmica política contemporânea, a política não se subordina a ela, ao constituir campo específico, com regras e lógica próprias”.

Uma das principais estratégias de comunicação política é a propaganda política. Isso envolve o uso de mensagens publicitárias para promover candidatos, partidos políticos ou ideologias. As campanhas publicitárias geralmente usam técnicas persuasivas, como apelos emocionais e slogans memoráveis, para influenciar a opinião pública.

Outra estratégia importante de comunicação política é a gestão da imagem do candidato. Isso envolve a construção e manutenção da imagem pública do candidato, a fim de criar uma conexão emocional com o eleitorado. A imagem do

candidato pode ser moldada por meio de discursos, entrevistas, eventos públicos e até mesmo redes sociais.

A comunicação política também pode envolver o uso de mídia social. As plataformas de mídia social, como o Twitter, Facebook e Instagram, oferecem uma oportunidade única para os políticos se conectarem diretamente com seus eleitores e divulgarem suas mensagens sem filtros da mídia tradicional. As campanhas políticas também podem usar mídias sociais para segmentar eleitores específicos com mensagens específicas. Além disso, a comunicação política também envolve o debate público e o discurso político. O discurso político pode incluir discursos em comícios, debates eleitorais, entrevistas e até mesmo discursos no Congresso. O objetivo é influenciar a opinião pública e, em última análise, influenciar as políticas públicas.

De maneira geral, a comunicação política é um processo complexo que envolve uma variedade de estratégias e técnicas para persuadir e mobilizar eleitores, moldar a imagem pública dos candidatos e influenciar as políticas públicas. À medida que as tecnologias de comunicação evoluem, a comunicação política também evolui, e as estratégias de comunicação eficazes para influenciar a opinião pública continuam a mudar.

O Twitter no meio político, é utilizado para manter o eleitorado e a imprensa, por dentro da agenda e realizações do candidato ou governante, o perfil social do político é para conquistar mais eleitores e angariar mais votos, para a eleição. Fora o twitter, as redes sociais permitiram para o meio político, novas possibilidades de se fazer propaganda, de mostrar suas propostas políticas ao público a qualquer momento, consegue construir e reforçar sua reputação, criar um vínculo com o eleitorado. O público gosta de utilizar o twitter pelo fato da instantaneidade e mobilidade, podendo assim visualizar as últimas atualizações, sem precisar acessar seu perfil.

Durante a época do nazismo na Alemanha, a comunicação política foi usada de maneira severa para promover as políticas e a ideologia do partido nazista. O líder do partido, Adolf Hitler, utilizou técnicas de propaganda para influenciar a opinião pública e consolidar seu poder.

Uma das principais estratégias de comunicação política utilizadas pelo regime nazista foi a propaganda. Joseph Goebbels, o ministro da propaganda do partido nazista, usou a mídia de massa, como jornais, rádio e cinema, para disseminar a propaganda nazista. A propaganda nazista frequentemente usava imagens e slogans fortes para apelar às emoções dos alemães, como o lema "Ein Volk, Ein Reich, Ein Führer" (Um povo, um império, um líder).

Além disso, o regime nazista controlou rigorosamente a mídia, censurando jornais e restringindo o acesso à informação, que fosse considerada contrária aos interesses do partido. As emissoras de rádio foram obrigadas a transmitir discursos e programas que glorificavam o partido nazista e seus líderes.

O regime também usou a comunicação política para promover sua ideologia de superioridade ariana e antissemitismo. A propaganda nazista apresentava frequentemente os judeus como uma ameaça à sociedade alemã e justificava sua perseguição e extinção. Ademais, o regime nazista utilizou a comunicação política para mobilizar e controlar a população alemã. O Partido Nazista organizou comícios, desfiles e outros eventos públicos para promover a ideologia nazista e incentivar o apoio popular. O regime também criou organizações juvenis, como as Juventudes Hitleristas, para doutrinar a juventude alemã com a ideologia nazista.

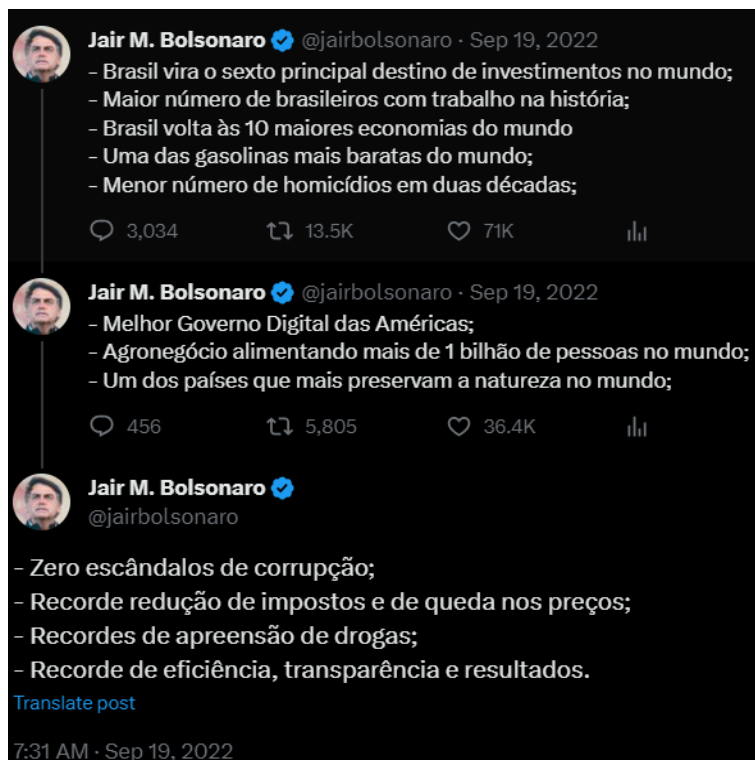
Já é sabido que Jair Bolsonaro, desde o início de seu mandato, vinha utilizando as redes sociais para construir sua imagem para o público, não somente durante o período eleitoral. No entanto, por se tratar de uma pesquisa de cunho qualitativa-quantitativa, optou-se por delimitar o período de análise dos tuítes, da sua tentativa de reeleição para a presidência da república em 2022, ao invés de considerar os longos anos de sua atuação como deputado.

5.5 Análise dos resultados

Elaboramos uma planilha com todos os tuítes feitos por Jair Bolsonaro, do dia 1 de setembro a 31 de dezembro de 2022, período de eleição a presidência (disponível em: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hNUm5VMK1_t0ITTGkysCkm6yJLvqxWV/MvNZqq5FTClc/edit?usp=sharing), nesse período identificamos 22,4% somente de tuítes com desinformação/ fake news, em 19 de setembro de 2022, Bolsonaro listou

algumas informações que durante seu mandato conseguiu mudar e alcançar. Com isso elencamos várias notícias, trazendo informações contradizendo o ex-presidente, mostrando que essas informações são falsas.

Figura 4 - tuíte do Bolsonaro -



fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1571809151428300800?s=20>

A primeira informação, Jair Bolsonaro cita em seu twitter, que o Brasil vira o sexto principal destino de investimentos do mundo; entretanto, segundo o jornal CNN, apesar de os números absolutos apontarem uma melhora em relação à atração de investimentos estrangeiros, associar a melhora na atração de investimentos estrangeiros, com a sua atual gestão no governo pode fazer com que o eleitorado interprete erroneamente os dados. Nas palavras de Sergio Vale, especialista em economia da CNN, estamos perdendo valor de investimento ao longo dos últimos 12 anos, especialmente desde 2011, quando atingimos o pico. Então, tem o cenário de que temos essa melhora do ranking acontecendo agora, mas não significa, necessariamente, que a gente esteja em uma boa situação, especialmente, quando olhamos em termos de proporção dos investimentos estatais”, Sergio Vale também associa a atração de investimentos em especial à forte pauta de exportação de commodities, cuja dependência global crescente

beneficia os mercados exportadores. Mesmo assim, considera que os resultados continuam “aquém do nosso potencial”.

A segunda informação foi de que grande número de brasileiros estavam empregados durante seu mandato, conforme o site de notícias CNN, os dados informados por IBGE trimestralmente, o Brasil registrou uma taxa de desempregados de 9,3% no 2º trimestre de 2022, com 10,1 milhões de pessoas nessa condição.

A terceira informação, Bolsonaro diz que, Brasil voltará às 10 maiores economias do mundo, segundo o site de notícias BBC, com base nos cálculos do valor do produto interno bruto (PIB), divulgado pelo IBGE e as projeções do Fundo Monetário Internacional, em 2022 o Brasil cresceu 2,9%, com valor corrente em moeda local, chegando a R\$ 9,9 trilhões, porém encerrou o ano de 2022 como a 12ª economia do mundo.

A quarta informação, que Jair Bolsonaro citou, foi que o Brasil tem uma das gasolinas mais baratas do mundo, porém durante seu mandato a gasolina chegou a custar a R\$7,270, um dos valores mais altos desde que a ANP passou a fazer levantamento semanal dos preços em 2004. O site de notícias G1, chegou até a informar que brasileiros cruzaram fronteiras para abastecer no Paraguai, com valores mais baixos, como disse a empresária Rosana Monteiro, “Encho o tanque do carro duas vezes ao mês no país vizinho. Gasto em média R\$490. No Brasil, passaria de R\$600. É bem vantajoso em virtude de que o valor está mais caro no Brasil. Não abasteço no Brasil, só no Paraguai”.

A quinta informação, Bolsonaro informa que Brasil teve o menor número de homicídios em duas décadas, porém durante a pandemia do novo coronavírus, durante a quarentena adotada pelo país, a taxa de violência aumentou, mesmo com poucas pessoas na rua. O Brasil teve uma alta de 6% nos assassinatos. O sociólogo Renato Sérgio de Lima, diz que “O Brasil é líder na quantidade absoluta de mortes e está entre os dez países mais violentos do planeta”.

A sexta informação, Bolsonaro diz que Brasil é o melhor governo digital das Américas, porém em 2020, Brasil ficou em 7º lugar como líder mundial em governo digital, perdendo para a Coreia do Sul, Estônia, França, Dinamarca, Áustria e Reino Unido. Em 2022, Brasil teve um avanço entre todas as nações avaliadas,

conseguindo assim subir cinco posições em relação ao ranking dos outros anos, porém ao invés de líder/melhor como Jair Bolsonaro diz, Brasil ficou em segundo lugar, perdendo somente para a Coreia do Sul.

A sétima informação, Bolsonaro informou que o agronegócio vem alimentando mais de 1 bilhão de pessoas no mundo, porém sites de notícias trazem informações de que Brasil voltou novamente para o Mapa da fome, e para um país entrar no Mapa da Fome da FAO precisa de mais de 2,5% da população enfrenta uma falta crônica de alimentos e o Brasil atingiu a marca de 4,1%. Em 2022, segundo o relatório publicado pela Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), 70,3 milhões de pessoas estavam em estado de insegurança alimentar.

A oitava informação, Bolsonaro ainda disse, que Brasil é um dos países que mais preservam a natureza no mundo, porém segundo o Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia (Ipam) diz que de agosto de 2018 a julho de 2021, o desmatamento no bioma aumentou 56,6%. Mais da metade (51%) do desmatamento dos últimos três anos ocorreu em terras públicas, 83% foi em áreas de domínio federal, em Terras Indígenas (TIs), houve alta de 153%. Durante seu mandato houve um aumento de 59,5% da taxa de desmate no bioma.

A nona informação, Bolsonaro disse que teve zero escândalo de corrupção durante seu mandato, porém segundo o site de notícias O Globo, ao menos cinco casos motivaram investigações ou denúncias para órgãos de controle, fora que ha outras investigações em execução, que investigam se houve falha no Ministério da Educação e até suspeitas de facilitação da exportação ilegal da madeira. Fora essas duas investigações, é suspeita de corrupção durante o mandato de Bolsonaro, Incra, Covaxin, Obras da Saúde no Rio, Ministério da Educação, Meio Ambiente, Rachadinhas, Funcionários Fantasma, 51 imóveis em dinheiro vivo, fora vários outros casos.

A decima informação, Jair Bolsonaro diz que foi recorde em redução de impostos e queda nos preços, considerando o Índice Geral de Preços - Mercado (IGP-M) no governo de Jair Bolsonaro os dados registrados ficaram em 64,11%, os maiores desde o 2º governo de Fernando Henrique Cardoso, que aconteceu entre 1999 e 2003. A carga tributária brasileira cresceu para o equivalente a 33,9% do PIB

(Produto Interno Bruto) em 2021, o maior patamar em pelo menos 12 anos. Durante a pandemia, as famílias brasileiras mais pobres sentiram a inflação de 6,75%, já para famílias ricas a inflação foi de 3,43%, segundo os dados do indicador do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) de inflação por faixa de renda.

A décima primeira informação, Jair Bolsonaro diz que Brasil teve recordes de apreensão de drogas, porem relatório mundial sobre drogas 2022, revelou que consumo de drogas pelo mundo teve um aumento, somente em 2020, aproximadamente 284 milhões de pessoas, entre 15 e 64 anos, utilizaram substâncias ilícitas. Em relação a uma década atrás, esse número é 26% maior, no Sistema Único de Saúde (SUS) em 2021, foram registrados 400,3 mil atendimentos para pessoas com transtornos mentais e comportamentais, relacionados ao uso de drogas. De 2020 a 2021, houve um aumento de 35% no cultivo de coca, representando um recorde e um grande aumento desde o ano de 2016.

A décima segunda informação, Jair Bolsonaro diz que seu mandato é recorde de eficiência, transparência e resultado, porém segundo sites de notícias, Bolsonaro foi investigado de vários crimes, um deles é se prevaricou no caso das supostas irregularidades da vacina indiana Covaxin, ilegalidades em relação às joias presenteadas pela Arabia Saudita, várias omissões sobre informações em relação à pandemia do novo coronavírus. Fora esses crimes que estão em processo, Bolsonaro está no meio de vários outros escândalos de corrupção envolvendo seu governo e também pessoas do seu entorno.

Com todas essas informações, conseguimos evidenciar que esse tuíte, feito pelo ex-presidente da república, Jair Bolsonaro, não corresponde a informações verdadeiras, mostrando que ele utilizava a rede social twitter, para disseminar informações falsas e desinformação, tornando a rede social, não confiável, para ler notícias ou receber informações.

Figura 5 - tuíte do Bolsonaro -



fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1586540865618591744?s=20>

No dia 29 de outubro de 2022, o então presidente Jair Bolsonaro cita em um de seus tuítes, que trabalha por um Brasil mais seguro e que nossa nação conta com o apoio de nações democráticas e não de ditaduras, entretanto ele faz essa afirmação usando a imagem do famigerado Donald Trump, que recentemente vem respondendo processo por fraude, e que segundo o jornal CNN, Juiz de Nova York considera Trump, três de seus filhos, suas empresas e seus executivos responsáveis por fraudar credores, seguradoras e outras entidades. Usar a imagem de Trump para fazer tal afirmação, é no mínimo, contraditório.

Figura 6 - tuíte do Bolsonaro -



fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1583566232724250624?s=20>

No dia 21 de outubro de 2022, Jair Messias Bolsonaro cita, em um de seus tuítes, que em caso de reeleição, aumentaria o salário mínimo conforme a inflação. Porém, ao decorrer de seu mandato, o que aconteceu não foi bem assim, desde 2011, o salário mínimo aumentava igualitariamente com a inflação, mas, a partir de 2019, isso não aconteceu. Segundo a matéria do site Veja, em 2022, a gestão se opôs a aumentar seguindo os demais anos antecedentes, que era feito através da inflação utilizando o INPC. Até 2019, os reajustes eram feitos também pela inflação e pela variação do PIB (Produto Interno Bruto), o que garantia algo maior do que a inflação aos receptores do salário mínimo, esse modelo vigorou por oito anos e fazia parte da política do governo Dilma Rousseff de garantir aumentos reais acima da inflação. “Na maior parte desse tempo, o cálculo garantiu aumento real, com exceção de 2017 e 2018, anos em que houve retração do PIB”, diz Rodrigo Simões, economista e professor da Faculdade de Comércio de São Paulo. Em sua postagem de 2022 via Twitter, no dia 21 de novembro de 2022, onde menciona que em caso de reeleição, seria feito o reajuste conforme o que já era feito antes de assumir seu mandato, Bolsonaro acaba se contradizendo em pontos importantes para sua renovação como Presidente da República. Já em 2020, quando o governo alterou a

mudança no cálculo, o reajuste no salário foi de 4,1%, menor que a inflação do ano anterior, de 4,3%.

Figura 7 - tuíte do Bolsonaro -



fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1609230044655755265>

Na publicação feita por Jair Bolsonaro, em 31 de dezembro de 2022, um dia antes, para o então presidente da república Lula, ele publica um vídeo com alguns feitos que o seu governo conseguiu conquistar durante os 4 anos de seu mandato, no entanto, um dos feitos que ele coloca ter feito, é ter entregue mais de 1 milhão e duzentas mil casas próprias, porém segundo o site de notícias Brasil de Fato, na publicação de 22 de setembro de 2022, a notícia traz informações mostrando que para conquistar a casa própria ficou mais difícil que antes, não somente por conta da pandemia e pela alta inflação do país, mas pela falta de investimento em política pública habitacional.

Em 2020 foi criado o programa Casa Verde e Amarela, que substituiu o, Minha Casa, Minha Vida, porém com esse novo programa, dificultou o acesso à habitação para pessoas mais pobres e de entidades, coletivos e movimentos sociais, sem fins lucrativos. A dificuldade de conseguir sua casa própria, fica mais clara ainda quando

é visto a verba destinada para o setor, em 2022 o programa teve o menor orçamento que foi de R\$ 1,2 bilhões, tendo uma redução de 90%, se comparado com o ano de 2009, que foi de R\$ 12 bilhões.

Coordenadora da União Nacional de Moradia Popular no Rio de Janeiro, Jurema Constância, era uma das organizações cadastradas como entidades no Minha Casa, Minha Vida, Jurema diz “[Casa Verde e Amarela] Não vai atender a nossa população que são pessoas desempregadas ou assalariadas, ou vivem de fazer bico, ou vivem de faxina”, afirma ainda que o programa “Trocou o nome, mas a gente não vê a entrega. Eu gostaria muito de ver a entrega. Eu trabalho até hoje com famílias. Eu tenho 190 famílias cadastrada aqui há 12 anos esperando. Essas famílias que não foram contempladas, não conseguem se enquadrar nesse programa novo”, explica a coordenadora, para o site Brasil de Fato.

6. Considerações finais

Ao alcançar os objetivos específicos propostos nesta pesquisa, foi possível contribuir de maneira significativa para o debate acadêmico em torno da complexa relação entre o X (antigo Twitter) e a propagação de ideologias extremistas nas redes sociais. A análise dos elementos que compõem a ideologia nazista presentes nos discursos velados do presidente Jair Bolsonaro no X e seu impacto na opinião pública nas plataformas digitais revelou nuances cruciais que permeiam a disseminação de discursos extremistas.

Os resultados obtidos a partir da análise da comunicação do governo de Jair Bolsonaro no antigo Twitter, durante o período eleitoral, demonstraram um cenário complexo, evidenciando a presença de desinformação e fake news em 22,4% dos tuítes analisados. Notadamente, em 19 de setembro de 2022, identificou-se uma listagem de informações pelo ex-presidente, das quais várias foram contraditadas por fontes confiáveis, reforçando a presença de informações falsas na comunicação governamental.

Esses achados destacam a relevância crítica de examinar as estratégias de comunicação de líderes políticos, especialmente quando associadas a conteúdos ideologicamente carregados. As constatações aqui apresentadas não apenas fornecem insights para futuras pesquisas sobre discurso de ódio, radicalização

online e desinformação, mas também alertam para a necessidade de uma abordagem mais cuidadosa e crítica em relação à comunicação política nas redes sociais.

Concluimos, assim, que este estudo contribui não apenas para a compreensão mais aprofundada das dinâmicas presentes na propagação de ideologias extremistas, mas também destaca a importância de uma análise criteriosa da comunicação política digital dos presidentes da república, visando à promoção de um ambiente informacional mais ético e transparente. Identificamos que ainda existe uma abundância de grupos que defendem a supremacia branca, mesmo atualmente, que as redes sócias ajudam muitas pessoas a disseminar desinformação e informações falsas. Ao refletir sobre os resultados alcançados, é evidente a necessidade contínua de pesquisa e vigilância diante dos desafios impostos pela disseminação de informações falsas e discursos polarizados nas plataformas digitais, para manter a coesão social e reforçar a solidez das estruturas da nossa democracia.

7. O produto: Veritá News - Podcast

O Veritá News é um podcast, voltado para trazer assuntos do mundo, escolhemos esse nome, pois Veritá significa verdade e news significa notícia, com a tradução literal o podcast traz notícias verdadeiras para o público.

A logo do Veritá News Podcast incorpora elementos que remetem à estética dos anos 80, criando uma sensação de nostalgia e familiaridade para o público. As cores escolhidas – amarelo, roxo e azul – são vibrantes e evocam a vivacidade da década de 1980. O amarelo simboliza a energia e a positividade, enquanto o roxo e o azul representam a seriedade e a confiabilidade associadas ao jornalismo. Além do estilo dos anos 80, a logo do Veritá News Podcast também se inspira no movimento vaporwave, que se caracteriza pela estética retrofuturista e pela exploração criativa das tendências visuais da década de 1980. Essa influência adiciona camadas de complexidade à logo, incorporando elementos estilísticos do vaporwave, como distorções visuais e elementos gráficos que lembram gráficos de computador antigos. Essa fusão de influências retrô e vaporwave cria uma identidade visual única e cativante, que captura a essência do podcast de forma inovadora e marcante.

A escolha das cores azul, amarelo e roxo na logo do nosso podcast são estrategicamente fundamentadas na obra “A Psicologia das Cores”, de Eva Heller. Segundo Heller (2017), as cores desempenham um papel significativo em nossas vidas, por estarem enraizadas em nosso pensamento e linguagem, influenciando emoções e percepções. O azul é associado a qualidades como confiança, tranquilidade e serenidade. Ao incorporar o azul na logo, visamos transmitir uma sensação de credibilidade e calma aos nossos ouvintes, estabelecendo uma conexão positiva.

O amarelo, de acordo com Heller, está ligado à alegria, otimismo e criatividade. Ao integrar o amarelo na identidade visual do Veritá News, almejamos despertar uma atmosfera animada e inovadora, incentivando a participação ativa dos ouvintes e promovendo uma experiência positiva durante os episódios. O roxo, resultante da combinação do azul e do vermelho, é associado à sofisticação, luxo, poder e mistério. Sua presença na logo adiciona uma camada de profundidade e interesse, buscando criar um ambiente que estimule a reflexão e a exploração de temas diversos.

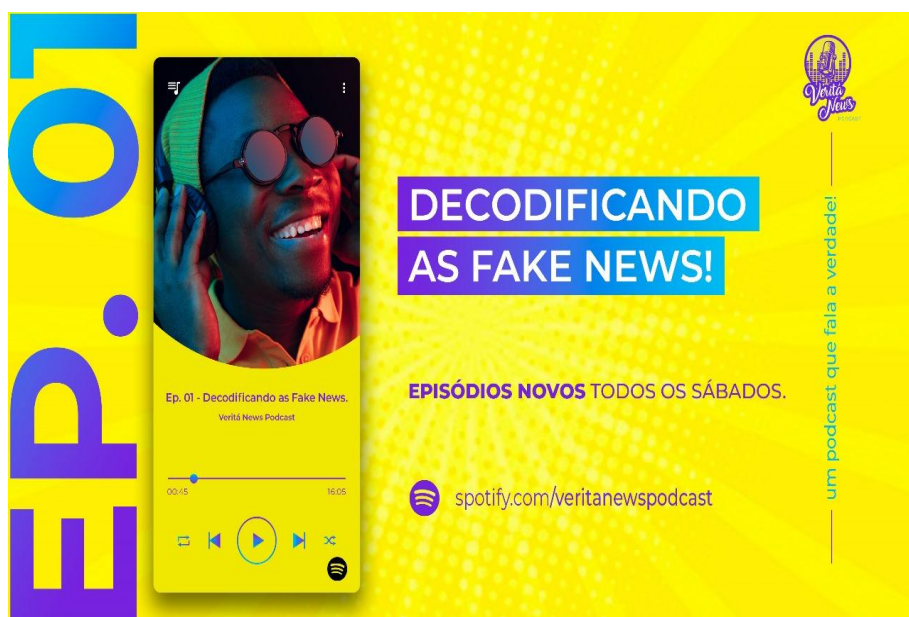
Portanto, ao seguir as diretrizes de Eva Heller, a escolha cuidadosa dessas cores na logo do nosso podcast visa não apenas transmitir mensagens emocionais específicas, mas também criar uma identidade visual única e envolvente, cativando então o espectador. Como citado por Heller (2017, p. 22), “cores e sentimentos não se combinam ao acaso nem são uma questão de gosto individual – são vivências comuns que, desde a infância, foram ficando profundamente enraizadas em nossa linguagem e em nosso pensamento”. Nesse contexto, a paleta de cores selecionada para a logo do nosso podcast é uma ferramenta estratégica para fortalecer a identidade visual e comunicativa do projeto, buscando estabelecer uma conexão mais profunda e significativa com nosso público-alvo.

Figura 8 - Logo Podcast



O elemento central da logo é o microfone, sendo icônico para podcasts e notícias. Ele está posicionado proeminentemente, simbolizando a voz e a comunicação. A fonte utilizada é ousada, levemente inclinada e cursiva, com elementos na tipografia que também remetem ao estilo dos anos 80, evocando a sensação de algo retrô e nostálgico. Em resumo, a logo do Veritá News Podcast encapsula a essência do programa, combinando elementos estilísticos dos anos 80 com uma paleta de cores que equilibra vitalidade, alegria e credibilidade, transmitindo a ideia de um podcast informativo, envolvente e confiável.

Figura 9 - Banner primeiro episodio



Para o primeiro episódio optamos por seguir com o assunto fake news, já que trazemos bastante esse assunto durante todo o projeto de graduação e por ser um assunto recorrente nas redes sociais e nos sites de notícias. Para dar seguimento ao podcast, para os próximos episódios, traremos assuntos pertinentes com o primeiro assunto, como bolhas digitais, propaganda política, nazismo, redes sociais, desinformação e sempre trazendo profissionais com bastante conhecimento sobre cada assunto.

Escolhemos o formato podcast para criação do produto, pois o formato de mídia é possível consumi-lo em qualquer lugar e a qualquer momento, a natureza auditiva dos podcasts permite que pessoas os escutem enquanto realizam outras atividades, como dirigir, trabalhar, malhar, estudar e até mesmo durante tarefas domésticas. Com isso, oferecendo flexibilidade que outros formatos de mídia, como vídeo, por exemplo, não podem fornecer. Os podcasts oferecem uma variedade de conteúdos, desde informativos e educacionais, até humorísticos e de entretenimento, variedades de formatos, desde entrevistas e debates até narrativas e storytelling, atingindo diferentes públicos com interesses diversos, fora que podem incentivar a participação da audiência por meio de comentários, perguntas e interações nas redes sociais, criando assim uma sensação de comunidade em torno do programa.

O formato do nosso podcast é informativo e educacional, permitindo nos aprofundar em questões complexas e fornecendo informações detalhadas sobre tópicos relevantes, apresentando fatos e análises fundamentadas em evidências, que podem ajudar a esclarecer equívocos e promover uma compreensão mais precisa dos eventos, podendo auxiliar os ouvintes a entender as dinâmicas sociais contemporâneas, incluindo análises de como as ideias se espalham online e o impacto das redes sociais na sociedade. Trazendo discussões aprofundadas, incentivando o desenvolvimento do pensamento crítico do ouvinte, explorando diferentes perspectivas e fornecendo informações bem fundamentadas, capacitando assim os ouvintes a analisar criticamente as informações que encontrar.

8. Referências:

ARAGÃO, M. R. **Fake news e desinformação do processo eleitoral: O exemplo das eleições gerais de 2018 e os desafios à democracia brasileira.** Fortaleza: 2020. Acessado em: 29 de setembro de 2023

Antissemitismo. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/anti-semitismo.htm>. Acessado em 10 de outubro de 2023

BOUNEGRU, L., GRAY, J., VENTURINI, T. & MAURI, M. 2017 **A Field Guide to Fake news**. Disponível em: <https://fakenews.publicdatalab.org/>. Acessado em: 4 de setembro de 2023

BRANDT, Cléri Aparecida, Leite, PEREIRA, César Donizetti. **Linguagem Nazista: A manipulação a serviço da dominação**. Disponível em: https://ib.rc.unesp.br/Home/Departamentos47/educacao/grupodeestudosepesquisaslinguagensexperienciaeformacao/2p-cleri_brandt_cesar_leite.pdf. Acessado em: 15 de setembro de 2023

Brasil volta ao 6º lugar em investimentos no mundo, mas retomada é parcial. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/jamil-chade/2022/06/09/brasil-volta-ao-6-lugar-em-investimentos-no-mundo-mas-retomada-e-parcial.htm#:~:text=Brasil%20volta%20ao%206%C2%BA%20lugar,%2F06%2F2022%20%2D%20UOL%20Not%C3%ADcias>. Acessado em: 29 de setembro de 2023

Brasil fecha 2022 como a 12ª economia do mundo, empatado com Irã; veja ranking. Disponível em: <https://exame.com/economia/brasil-fecha-2022-como-a-12a-economia-do-mundo-ranking/>. Acessado em: 29 de setembro de 2023

Bolsonaro acumula casos sob suspeita de corrupção; veja um a um. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/04/bolsonaro-acumula-casos-sob-suspeita-de-corrupcao-veja-um-a-um.shtml>. Acessado em: 29 de setembro de 2023

Brasil tem 4º maior volume de investimentos estrangeiros no 1º tri, diz estudo. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/brasil-tem-4o-maior-volume-de-investimentos-estrangeiros-no-1o-tri-diz-estudo/>. Acessado em 01 de outubro de 2023

Brasileiros cruzam fronteira para abastecer com combustíveis mais baratos no Paraguai. Disponível em: <https://g1.globo.com/ms/mato-grosso-do-sul/noticia/2021/11/04/brasileiros-cruzam-fronteira-para-abastecer-com-combustiveis-mais-baratos-no-paraguai.ghtml>. Acessado em 02 de outubro de 2023

Brasil tem menor taxa de homicídios em dez anos, diz anuário. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-tem-menor-taxa-de-homicidios-em-dez-anos-diz-anuario/>. Acessado em 02 de outubro de 2023

Banco Mundial reconhece Brasil como 7º líder em governo digital. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/banco-mundial-reconhece-brasil-como-7o-lider-em-governo-digital/>. Acessado em 02 de outubro de 2023

Brasil é reconhecido como segundo líder em governo digital no mundo. Disponível em:

<https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2022/11/brasil-e-reconhecido-como-segundo-lider-em-governo-digital-no-mundo#:~:text=O%20Brasil%20teve%20o%20maior,em%20governo%20digital%20no%20Ocidente>. Acessado em 02 de outubro de 2023

Brasil volta ao Mapa da Fome das Nações Unidas. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/07/06/brasil-volta-ao-mapa-da-fome-das-nacoes-unidas.ghtml>. Acessado em 02 de outubro de 2023

Como definir Bolsonaro politicamente. Disponível em: https://cultura.uol.com.br/noticias/dw/64221491_como-definir-bolsonaro-politicamente.html. Acessado em 28 de setembro de 2023

Carga tributária é a maior em 12 anos, apesar de promessa de Bolsonaro. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/04/carga-tributaria-e-a-maior-em-12-anos-apesar-de-promessa-de-bolsonaro.shtml#:~:text=Crescimento%20para%2033%2C9%25%20do,ap%C3%B3s%20eleva%C3%A7%C3%A3o%20na%20arrecada%C3%A7%C3%A3o%20federal&text=A%20carga%20tribut%C3%A1ria%20brasileira%20cresceu,em%20pelo%20menos%2012%20anos>. Acessado em: 29 de setembro de 2023

Consumo de drogas registra aumento em todo o mundo. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2023/06/consumo-de-drogas-registra-aumento-em-todo-o-mundo.ghtml>. Acessado em 02 de outubro de 2023

Caso das joias: Veja as omissões e contradições nas declarações de Bolsonaro. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/04/caso-das-joias-veja-as-omissoes-e-contradicoes-nas-declaracoes-de-bolsonaro.ghtml>. Acessado em 02 de outubro de 2023

Como o salário mínimo perdeu recomposição no governo Bolsonaro. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/como-o-salario-minimo-perdeu-recomposicao-no-governo-bolsonaro>. Acessado em 02 de outubro de 2023

DIETRICH, A. M. **O Partido Nazismo no Brasil.** São Paulo: 2007. Acessado em: 29 de setembro de 2023

Doutrinando a juventude. Disponível em: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/pt-br/article/indoctrinating-youth>. Acesso em: 15 de setembro de 2023

Desmatamento na Amazônia cresce quase 57% no governo Bolsonaro, diz Ipam. Disponível em: <https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2022/02/04/desmatamento-na-amazonia-cresce-56percent-no-governo-bolsonaro-diz-ipam.ghtml>. Acessado em: 29 de setembro de 2023

Eleições 2022: economia do Brasil está mesmo melhor que a dos outros países, como disse Bolsonaro no JN? Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62654073#:~:text=J%C3%A1%20em%20ter>

[mos%20de%20previs%C3%B5es,de%20Turquia%2C%20Argentina%20e%20R%C3%BAssia](#). Acessado em: 29 de setembro de 2023

Fake news faz parte da nossa vida. Não precisamos regular', diz Bolsonaro. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2021/09/14/fake-news-faz-parte-da-nossa-vida-nao-precisamos-regular-diz-bolsonaro.htm>. Acessado em 21 de setembro de 2023

Fatos Primeiro: Bolsonaro acerta sobre queda no desemprego. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/fatos-primeiro-bolsonaro-acerta-sobre-queda-no-desemprego/>. Acessado em: 29 de setembro de 2023

Fome no Brasil piorou nos últimos três anos, mostra relatório da FAO. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/07/fome-no-brasil-piorou-nos-ultimos-tres-anos-mostra-relatorio-da-fao#:~:text=O%20cen%C3%A1rio%20traz%20preocupa%C3%A7%C3%A3o%2C%20pois,ainda%20mais%20no%20relat%C3%B3rio%20atual>. Acessado em 02 de outubro de 2023

FARIA, Fabiano Godinho, MARQUES, Mauro Luiz Barbosa. **Giros à direita: análises e perspectivas sobre o campo líbero-conservador.** Sobral 2020. Disponível em: <https://deposita.ibict.br/bitstream/deposita/148/2/1%20giro%20a%20direita%201%2019.pdf>. Acessado em: 04 de novembro de 2023

Governo Bolsonaro registra ao menos cinco casos de suspeitas de corrupção em três anos; veja a lista. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/governo-bolsonaro-registra-ao-menos-cinco-casos-de-suspeitas-de-corrupcao-em-tres-anos-veja-lista-1-25464134>. Acessado em: 29 de setembro de 2023

Governo Bolsonaro comete crime ao omitir dados sobre coronavírus, dizem especialistas. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/06/governo-bolsonaro-comete-crime-ao-omitir-dados-sobre-coronavirus-dizem-especialistas.shtml>. Acessado em 02 de outubro de 2023

Grupos neonazistas crescem 270% no Brasil em 3 anos; estudiosos temem que presença online transborde para ataques violentos. Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2022/01/16/grupos-neonazistas-crescem-270percent-no-brasil-em-3-anos-estudiosos-temem-que-presenca-online-transborde-para-ataques-violentos.ghtml>. Acessado em 14 de novembro de 2023

Grupos neonazistas no Brasil cresceram 270% nos últimos três anos. Disponível em: <https://cresspr.org.br/2022/03/23/grupos-neonazistas-no-brasil-cresceram-270-nos-ultimos-tres-anos/>. Acessado em 14 de novembro de 2023

HITLER, A. **A minha luta.** Landsberg: 1924. Acesso em: 15 de abril de 2023

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão.** São Paulo: Gustavo Gili, 2017. Acesso em: 15 de abril de 2023

Inflação no governo Bolsonaro atinge o maior patamar para um mandato desde a primeira gestão de Dilma. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/01/10/inflacao-no-governo-bolsonaro-atinge-o-maior-patamar-para-um-mandato-desde-a-primeira-gestao-de-dilma.ghtml>. Acessado em: 29 de setembro de 2023

Juiz de Nova York considera Donald Trump responsável por fraude. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/juiz-de-nova-york-considera-donald-trump-responsavel-por-fraude/>. Acessado em 01 de outubro de 2023

KOTLER, Philip. **Marketing Management**. 15th ed. Pearson, 2016. Acesso em: 15 de abril de 2023

Moraes inclui Bolsonaro em inquérito das fake news por ataques as urnas eletrônicas. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/08/04/moraes-inclui-bolsonaro-em-inquerito-de-fake-news-por-ataques-as-urnas-eletronicas.ghtml>. Acessado em 21 de setembro de 2023

MIGUEL, Luis Felipe. **“Os meios de comunicação e a prática política”**. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ln/a/5Gcb9c7zydHkDNxNHsR8mPF/>. Acessado em 21 de setembro de 2023

Mesmo com quarentena, Brasil tem alta de 6% no número de assassinatos no 1º semestre. Disponível em: <https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/noticia/2020/08/21/mesmo-com-quarentena-brasil-tem-alta-de-6percent-no-numero-de-assassinatos-no-1o-semester.ghtml>. Acessado em 02 de outubro de 2023

Nazismo. Disponível em: <https://www.historiadomundo.com.br/idade-contemporanea/nazismo.htm>. Acesso em: 15 de abril de 2023

Onze vezes em que o Bolsonarismo flertou com o nazismo. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/area/pais/onze-vezes-em-que-o-bolsonarismo-flertou-com-o-nazismo/>. Acessado em 11 de outubro de 2023

PAVLIK, John V. **Media in the Digital Age**. New York: Columbia University Press, 2008. Acessado em 02 de outubro de 2023

Propaganda Nazista. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/historiageral/propaganda-nazista.htm>. Acesso em: 15 de abril de 2023

Preço da gasolina sobe pela 2ª semana seguida e atinge novo recorde no país. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/04/27/preco-da-gasolina-sobe-pela-2a-semana-seguida-e-atinge-novo-recorde-no-pais.ghtml>. Acessado em 02 de outubro de 2023

Programa de moradia de Bolsonaro: "A gente não vê a entrega das casas", aponta militante. Disponível em :

<https://www.brasildefato.com.br/2022/09/22/programa-de-moradia-de-bolsonaro-a-gente-nao-ve-a-entrega-das-casas-aponta-militante>. Acessado em 31 de outubro de 2023

Quem foi Joseph Goebbels ministro da propaganda nazista de Adolf Hitler. RG, 2020. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/Historia/noticia/2020/01/quem-foi-joseph-goebbels-ministro-da-propaganda-nazista-de-adolf-hitler.html>. Acesso em: 15 de abril de 2023

Sturmabteilung, A milícia do nazismo. Disponível em: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/sturmabteilung-milicia-do-nazismo.phtml>. Acessado em 02 de outubro de 2023

VALENTE, Mariana Reis Mendes, SILVA, Maurilio Luiz Hoffmann da. **A utilização do Twitter na campanha política e sua aplicação no Tocantins: estudo de caso do perfil do candidato a Governador eleito Siqueira Campos.** Disponível em: https://www.ipea.gov.br/panam/pdf/GT3_Art3_Val.pdf. Acessado em 25 de setembro de 2023

16 escândalos de corrupção do governo Bolsonaro. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/politica/2022/6/23/16-escndalos-de-corrupo-do-governo-bolsonaro-119158.html>. Acessado em 02 de outubro de 2023