

**Análise de notícias falsas relacionadas ao governo Bolsonaro  
e a repercussão nos portais jornalísticos**

*Analysis of two fake news related to Bolsonaro's government  
and the repercussion on journalistic portals*

Paulo Gerson Olinto DEODATO<sup>1</sup>

Maryanne Marques Gonçalves Paulino de SOUSA<sup>2</sup>

Ana SOUSA<sup>3</sup>

**Resumo**

As informações falsas representam grande risco à democracia, uma vez que elas são disseminadas em sua grande maioria através das redes sociais. Além de relatos de pessoas sendo agredidas verbal e fisicamente por causa de boatos, presenciamos contextos políticos e sociais serem influenciados pelas chamadas *fake news*. Esta é uma pesquisa exploratória, explicativa e bibliográfica, de abordagem qualitativa, que tem como objetivo analisar duas informações falsas que circularam em 2019 em mídias como o Twitter e o Facebook, relacionadas ao Governo Bolsonaro e quais foram as estratégias de comunicação utilizadas pelo governo sobre estas informações. Para realização da pesquisa utilizamos como base teórica autores como Santaella, Shirky, D'ancona e compreendemos que há uma saída para amenizar o impacto causado pela desinformação: a educação para a mídia.

**Palavras-chave:** *Fake news* e política. Notícias falsas. Pós-verdade.

**Abstract**

The fake news represents a huge risk to democracy, once they are mostly spread through social media. Besides reports of people being assaulted verbal and physically because of these rumors, we witness social and political contexts being influenced by what we call fake news. This is an exploratory, explanatory and bibliographic research, with qualitative approach, aiming to analyze two fake news that ran 2019, in media like Twitter and Facebook, related to Bolsonaro's government and which strategies of communication he used to handle these content. To make this research we used as

---

<sup>1</sup>Mestrando em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB).  
E-mail: pauloolinto123@gmail.com

<sup>2</sup> Mestranda em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: maryannemgps@gmail.com

<sup>3</sup> 2 Mestre em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Professora na Cesrei Faculdade. E-mail: anasjornalista@gmail.com

theoretical basis authors like Santaella, Shirky and D'anconna. We realized that there's a way to soften the impact caused by this fake news: media education.

**Keywords:** Fake news and politics. Fake news. Post-truth.

## Introdução

As informações falsas representam um grande desafio para os profissionais do jornalismo depois do advento da *internet*. Elas são uma consequência da era digital e da popularização das redes sociais, que permite que qualquer pessoa que tenha acesso ao mundo digital possa produzir e compartilhar diversos tipos de informações seja de qualidade ou não. A grande disputa pelo "furo de notícia", termo utilizado por jornalistas para referir-se a publicação de conteúdos em primeira mão, também se torna um dos fatores que contribuem para a disseminação de notícias que não foram corretamente checadas, além de arriscar a credibilidade do veículo em relação ao público consumidor.

Ao analisarmos o cenário político no Brasil, podemos perceber que durante o ano de 2019, primeiro ano de Governo do Presidente Jair Bolsonaro, diversas informações falsas circularam pelas redes sociais. Estes conteúdos foram utilizados para favorecer e também para desfavorecer o atual Presidente brasileiro.

Diante disso, o objetivo desta pesquisa é analisar duas informações falsas que circularam em 2019 referentes ao Presidente. Selecionamos estas duas especificamente porque foram bastante compartilhadas na *internet* quando publicadas. Escolhemos o governo Bolsonaro como objeto de pesquisa por ser marcado por grandes acusações de disseminação de desinformação desde a campanha eleitoral que o elegeu. Segundo a Agência Aos Fatos<sup>4</sup>, em 450 dias de governo, o Presidente deu 793 declarações falsas ou distorcidas.

O primeiro conteúdo a ser analisado foi publicado pelo filho do Presidente, Eduardo Bolsonaro. Ele publicou em seu *Twitter*<sup>5</sup> uma imagem da ativista ambiental de 16 anos, Greta Thunberg, criticando o seu trabalho pelas causas ambientais, uma vez que a jovem faz duras críticas a governos que não demonstram preocupação com o

---

<sup>4</sup> <https://aosfatos.org/todas-as-declara%C3%A7%C3%B5es-de-bolsonaro/>

<sup>5</sup> <https://twitter.com/veja/status/1177225237508890624>

aquecimento global. O conteúdo publicado por Eduardo era falso e gerou grande repercussão no *Twitter* e demais redes sociais.

A segunda informação falsa refere-se a uma imagem compartilhada nas redes sociais, que mostra uma fala de Hitler, uma de Trump e outra de Bolsonaro. A frase associada ao Presidente traz um texto onde Bolsonaro teria comparado índios a animais.

A informação é falsa e foi compartilhada pelo público, não por Bolsonaro ou Trump. A imagem foi compartilhada nas redes sociais, principalmente no *Facebook*. Os próprios usuários solicitaram que a Agência Lupa realizasse o procedimento de checagem. Desta forma, buscamos compreender de que maneira o governo se comportou diante desta informação falsa que atingiu sua reputação.

Tanto a primeira quanto a segunda imagem compartilhada nas redes sociais são falsas. A diferença entre elas é que enquanto uma foi publicada para favorecer o governo Bolsonaro, a segunda foi criada para atingi-lo. Durante o desenvolvimento do trabalho será realizada análise tanto da repercussão que ambas causaram, como das estratégias, caso existam, que o governo utilizou para lidar com a situação.

Para desenvolver esta pesquisa foi realizada análise de artigos científicos encontrados na base do *google scholar*<sup>6</sup>, além de autores como Santaella (2018), Shirky (2011), e D'ancona (2018). Sites de jornais brasileiros também foram fontes de pesquisa. As palavras-chave para encontrar os artigos foram “política”, “*fake news*”, “*fake news* e política”, “notícias falsas” e “pós-verdade”.

Esta é uma pesquisa exploratória, uma vez que buscamos adquirir conhecimentos mais aprofundados sobre as informações falsas que serão analisadas. É também explicativa, já que pretendemos explicar conceitos. Além de ser também bibliográfica, pois foram utilizados livros e artigos científicos como fontes secundárias. Possui abordagem qualitativa, tendo em vista que os dados coletados não serão quantificados, já que se referem a conceitos, atitudes e opiniões dos objetos de estudo.

A partir da análise das informações falsas escolhidas, além das estratégias utilizadas pelo governo Bolsonaro para lidar com a desinformação, esta pesquisa busca compreender de que forma podemos utilizar a educação midiática para amenizar os impactos causados pelas notícias falsas.

---

<sup>6</sup> <https://scholar.google.com.br/>

## As informações falsas na história

As informações falsas são um grande problema que se potencializou com o aumento do número de usuários na *internet*. Com o crescimento destes usuários nas redes sociais no Brasil e no mundo, segundo relatório *Global Digital 2019*<sup>7</sup>, fica cada vez mais fácil disseminá-las e influenciar opiniões sobre diversos assuntos, inclusive sobre a política. Isso acontece porque desde sempre os boatos circulavam pelas sociedades e tomavam uma proporção assustadora. Este fato pode colocar em risco a vida de pessoas e modificar contextos sociais e políticos. Santaella conceitua as *fake news* da seguinte forma:

Notícias falsas costumam serem definidas como notícias, histórias, boatos, fofocas ou rumores que são deliberadamente criados para ludibriar ou fornecer informações enganadoras. Elas visam influenciar as crenças das pessoas, manipulá-las politicamente ou causar confusões em prol de interesses escusos. (SANTAELLA, 2018, p. 23).

No reinado de Felipe II na Espanha, em 1564, surgiu um boato<sup>8</sup> sobre a morte do Rei. Ao saber desta informação, Felipe II ordenou que sua equipe saísse em busca de neutralizar a notícia falsa que estava se espalhando de maneira rápida. A preocupação era grande, pois o fato de alguém ter conseguido matar um Rei representava a perda de prestígio para a monarquia. O mesmo boato atingiu anteriormente seu pai, Carlos V. Esta informação falsa era típica na época, quando o objetivo era enfraquecer um reino.

Como é possível perceber, não é de hoje que pessoas utilizam conteúdos inverídicos para conquistar seus objetivos políticos. O que difere a história de Felipe II de nossa atualidade é que seus inimigos não tinham o apoio da internet, junto com as redes sociais, para disseminar em questão de minutos os boatos que lhes beneficiariam.

A preocupação dos jornalistas nos últimos anos aumentou e se resume as consequências que as notícias falsas podem trazer não só para indivíduos, mas para a

---

<sup>7</sup> <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/02/conheca-as-redes-sociais-mais-usadas-no-brasil-e-no-mundo-em-2018.ghtml>

<sup>8</sup> <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-45863680?fbclid=IwAR09DuUP6NHIF2jgvyOPpNDSSoXngGWgGXZPFSSEfJ6nirYud3TuYD65j-Q>

sociedade em geral. No contexto político, o conceito de pós-verdade nos mostra como uma notícia *fake* consegue conquistar grande parte dos eleitores.

É comum perceber que os políticos estão dispostos a usar diversas estratégias para conquistar o cargo público desejado. Estas estratégias podem ser honestas ou não. Também é comum ver a população insatisfeita com muitos deles, e isso pode provocar uma enorme divisão de pessoas em grupos que apoiam candidato A e candidato B. A forma como as pessoas recebem estas informações inverídicas influencia muito nas suas decisões políticas. A pós-verdade trata justamente da resposta que o público dá para estas *fake news*, a partir da perspectiva de Mathew D'ancona (2018).

O sensacionalismo existe desde séculos atrás e tem como característica a apelação emocional para conquistar seu público. As *fake news* seguem este mesmo raciocínio, mas elas não são criadas apenas por pessoas comuns, ou melhor, por seres humanos. As notícias falsas são criadas também por robôs. Softwares são programados para analisar perfis em redes sociais, aprender sobre seu comportamento e assim, criar debates nos comentários ou construir uma notícia que se pareça com as que são produzidas por profissionais do jornalismo<sup>9</sup>.

Portanto, os boatos nos últimos anos causam um impacto maior. Eles não são apenas boatos que se espalham no “disse-me-disse”. Estes boatos agora se apresentam como notícias jornalísticas, com o objetivo de conquistar a credibilidade do público. Além disso, o conceito de “Pós-verdade” nos mostra que somos mais suscetíveis a acreditar em informações falsas quando elas correspondem ao conjunto de ideias que já trazíamos conosco, como explica o jornalista britânico Matthew D'ancona:

Nós nos tornamos tão seguros em nossas bolhas que começamos a aceitar apenas informações, verdadeiras ou não, que correspondem as nossas opiniões, em vez de basearmos nossas opiniões nas evidências que estão por aí. Apesar de suas maravilhas, a web tende a amplificar o estridente e dispensar a complexidade. Para muitos – talvez a maioria – estimula o viés de confirmação, e não a busca pela divulgação acurada. (D'ANCONA, 2018, p.52).

Portanto, ainda segundo D'ancona, a pós-verdade não é a informação falsa em si, mas a forma como respondemos a estes conteúdos. Aliado a este problema da apelação

---

<sup>9</sup> <http://dapp.fgv.br/wp-content/uploads/2017/08/Robos-redes-sociais-politica-fgv-dapp.pdf>

emocional trazido por estes boatos, outro fator contribui com a disseminação de *fake news*. É o que Clay Shirky (2011) chamou de cultura da participação:

[...] Um sentido de integração, de pertencimento a um grupo que é animado pelo compartilhamento de uma visão ou um projeto, pode iniciar um circuito de resultados no qual a autonomia e a competência também aumentam. As pessoas que fazem parte de uma rede em que se tornam melhores naquilo que amam tendem a permanecer nessa rede. À medida que a capacidade do grupo de aprender e trabalhar juntos se fortalece, ele atrai mais participantes. (SHIRKY, 2011, p. 95).

Ainda segundo o autor, nós tendemos a desejar pertencer a grupos na sociedade. Para Shirky, na *internet* todos querem sentir que não estão excluídos, e por isso tentam participar de debates, publicar conteúdos que estão em alta, e até mesmo podemos chegar ao ponto de compartilhar informações antes de termos certeza de sua veracidade.

Mas este problema se agrava ainda mais quando não só a população em geral compartilha informações falsas, mas quando as autoridades, nossos representantes, iniciam este processo que promove a desinformação. É o que podemos observar nos fatos seguintes que aconteceram em 2019 envolvendo o atual Governo brasileiro.

### **Análise de notícias falsas relacionadas ao Governo Bolsonaro**

O ano de 2019 foi o primeiro ano de Governo do atual Presidente brasileiro, Jair Messias Bolsonaro. Desde as eleições, o Presidente sofre com informações falsas, mas também chegou a ser acusado de disseminar conteúdos que não são verdadeiros.

No período das eleições brasileiras de 2018, o Presidente Bolsonaro foi acusado de promover grupos de disparos de informações falsas no *Whatsapp*. E apesar dos conteúdos serem inverídicos e de difamar seus opositores, 80% das contas robôs continuavam ativas, pelo menos até a publicação da matéria da UOL em setembro de 2019<sup>10</sup>.

Greta Thunberg, adolescente sueca e ativista do meio ambiente, de 16 anos de idade, apresentou uma denúncia na ONU<sup>11</sup> contra a Alemanha, França e Brasil. A

---

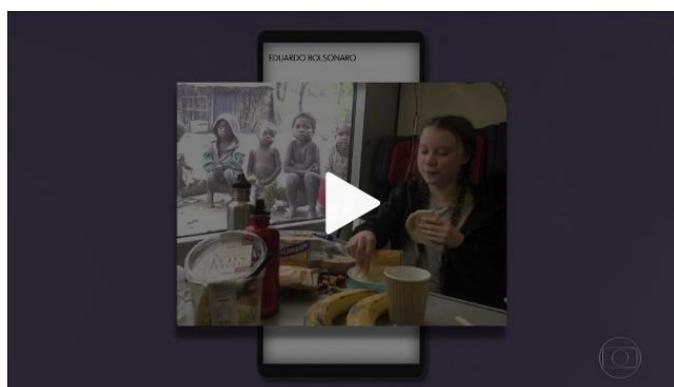
<sup>10</sup> <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/09/19/fake-news-pro-bolsonaro-whatsapp-eleicoes-robos-disparo-em-massa.htm>

<sup>11</sup> <https://nacoesunidas.org/>

acusação foi de que estes três países não estão adotando medidas adequadas contra as mudanças climáticas. Esta atitude incomodou o Governo brasileiro, que utilizou as redes sociais para dar resposta para a denúncia de Greta.

No dia 25 de setembro de 2019, Eduardo Bolsonaro, filho do Presidente, resolveu publicar uma foto falsa sobre a ativista sueca de 16 anos, Greta Thunberg no *Twitter*. A adolescente luta pelas causas ambientais e costuma criticar Governos que não promovem o controle do aquecimento global. Na imagem, Greta aparece tomando café dentro de um trem, e na janela é possível observar crianças famintas olhando para ela enquanto come. Na legenda, Eduardo Bolsonaro acrescentou que a ativista recebia financiamento da *Open Society*<sup>12</sup>, organização filantrópica do empresário George Soros.

Figura 1. Imagem falsa publicada por Eduardo Bolsonaro.



Fonte: <http://bit.do/foee6>

No entanto, a imagem foi desmentida pelo projeto “Fato ou *Fake*” do portal de notícias G1, que busca através desta editoria desconstruir informações falsas. Na ocasião, o portal publicou uma reportagem confirmando que a imagem era uma montagem. A foto original foi publicada por Greta, com a seguinte legenda: “Almoço na Dinamarca”. A verdadeira imagem da janela que aparece na foto original mostra apenas algumas árvores. A legenda que Eduardo Bolsonaro criou para acompanhar a imagem falsa também não é verdadeira. A ativista não possui nenhum vínculo direto com o bilionário<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> <https://www.opensocietyfoundations.org/newsroom/open-society-foundations-and-george-soros/pt>

<sup>13</sup> <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2019/09/26/eduardo-bolsonaro-publica-foto-falsa-da-ativista-greta-thunberg.ghtml>

A publicação da foto *fake* gerou grande repercussão nas redes sociais. Uma *hashtag* chamada “desculpagreta” foi criada no *Twitter* e ficou entre as mais compartilhadas, segundo a Agência Aos Fatos<sup>14</sup>.

Ainda segundo a Aos Fatos, além dele, mais outros deputados e apoiadores compartilharam a imagem, aumentando a proporção da informação falsa. Greta publicou uma resposta em seu *Facebook* afirmando não entender por que os adultos gastam tempo ameaçando adolescentes que defendem a ciência, quando poderiam fazer algo realmente bom. Mesmo assim, não houve pedido de desculpas por parte de Eduardo Bolsonaro.

Com toda a repercussão, vários veículos jornalísticos precisaram desconstruir a informação falsa disseminada pelo governo Bolsonaro. Além do G1, da Agência Aos Fatos, e da Lupa, o portal de notícias britânico Metro<sup>15</sup> também divulgou a informação de que a foto era falsa.

Figura 2. G1 desmente imagem falsa sobre Greta Thunberg.



Fonte: <http://bit.do/foegs>

Outra informação falsa que circulou pelas redes sociais, principalmente pelo *Facebook* e *Twitter*, e que repercutiu muito em 2019, foi a que acusava o Presidente Bolsonaro de ter chamando os índios de animais. Podemos observar que diante de tantas notícias falsas que circularam em 2019, existem aquelas usadas para atacar o Governo também. Na verdade, o conteúdo se apresentou também como imagem. Na foto, Hitler

<sup>14</sup> <https://aosfatos.org/noticias/como-greta-thunberg-se-tornou-alvo-de-uma-campanha-de-desinformacao-nas-redes/>

<sup>15</sup> <https://metro.co.uk/2019/09/27/fury-over-fake-photo-of-greta-thunberg-eating-lunch-in-front-of-poor-children-10818352/>

aparecia com a seguinte frase ao lado: “Os judeus não são pessoas, são animais”. Em seguida, a imagem do atual Presidente americano, Donald Trump, com o texto: “Os imigrantes ilegais não são pessoas, são animais”. Por fim, o Presidente Bolsonaro com a frase: “Os índios não são pessoas, são animais”.

Figura 3. Imagem associa texto falso ao Presidente Bolsonaro.



Fonte: <http://bit.do/foehs>

A montagem se mostra aparentemente falsa, já que a primeira observação que podemos fazer é que as três frases são muito parecidas. Todas as três associam grupos minoritários a animais, supostamente partindo de nomes da política mundial que já declararam sua baixa preocupação com estes grupos ou promoveram massacres<sup>16</sup> históricos, como é o caso do Ex-ditador Alemão, Adolf Hitler.

Porém não foi difícil espalhar a montagem pelas mídias sociais, uma vez que, como toda informação falsa, ela apresenta característica apelativa. O texto foi adequado a cada representante político, de acordo com as ideias que fazem parte dos seus projetos de Governo.

Mas a Agência Lupa, primeira agência de checagem de notícias no Brasil, analisou a imagem e concluiu que Jair Bolsonaro nunca disse esta frase. O processo de verificação da Lupa mostrou que é verdade que o Presidente já se referiu aos indígenas de maneira ofensiva em outros discursos, mas que apesar disso, a imagem é falsa, já que nenhum registro sobre esta informação foi encontrado.

<sup>16</sup> <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/nazismo.htm>

Como a imagem é falsa, o Presidente não pediu desculpas e não foi encontrada resposta dele em relação a este conteúdo. Apesar de a imagem ser *fake*, Bolsonaro segue causando polêmicas nas redes sociais, como o *Twitter* e o *Facebook*.

Diante da crise do coronavírus, o Presidente saiu a passeio pelas ruas do Distrito Federal. O *Twitter* decidiu apagar<sup>17</sup> as publicações em vídeo que mostram sua caminhada pelas ruas, cumprimentando admiradores. Além disso, o Presidente defendeu mais uma vez na rede o fim do isolamento social. Essa medida foi tomada pelo *Twitter* por descumprir as orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS).

As orientações da OMS defendem principalmente o isolamento social para evitar maior contágio pelo coronavírus. Mesmo depois da confirmação de 25<sup>18</sup> casos de contaminação de pessoas de sua equipe, ele saiu pelas ruas cumprimentando o público, pondo a vida dos cidadãos em risco. Para garantir que informações falsas como esta não circulem e promovam a desinformação, jornalistas brasileiros já trabalham em projetos para combater o problema.

### **Jornalismo brasileiro no combate à desinformação**

Diante da percepção do perigo representado pelas notícias falsas, através do comportamento desenvolvido pelo público que as consome, podemos refletir sobre como os jornalistas brasileiros interferem neste problema. Entende-se que as *fake news* englobam a criminalidade, tendo em vista que sua disseminação pode ser considerada crime, e o “disseminador” pode sofrer acusação de difamação, calúnia ou injúria<sup>19</sup>, por exemplo.

Mas como de fato os jornalistas brasileiros combatem as notícias falsas? Além de jornais como o G1, com o “fato ou *fake*”, existe um projeto chamado “Comprova”. Este projeto foi composto por 24 jornalistas de diferentes veículos de comunicação que tiveram o objetivo de investigar as possíveis notícias falsas durante a campanha eleitoral de 2018.

---

<sup>17</sup> <https://oglobo.globo.com/brasil/twitter-exclui-dois-posts-do-perfil-de-bolsonaro-por-violar-as-regras-da-rede-social-2-24337300>

<sup>18</sup> <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/com-seguranca-do-planalto-sobe-para-25-os-casos-de-coronavirus-proximos-a-bolsonaro.shtml>

<sup>19</sup> <https://alestrazzi.jusbrasil.com.br/artigos/130177918/crimes-contra-a-honra-diferencas-entre-calunia-difamacao-e-injuria>

Um grupo de *Whatsapp* foi criado para mostrar que as redes sociais também podem trabalhar a favor da população. Neste grupo, as pessoas que participam podem enviar notícias das quais desejam checar a veracidade. O Comprova analisou por 12 semanas estas informações. Foram publicadas 146 histórias para desmentir as *fake News* que viralizaram. 92% deste total eram falsas, enquanto apenas 9 eram verdadeiras.<sup>20</sup> Este projeto funcionou durante as eleições brasileiras de 2018.

Além do projeto “Comprova”, alguns jornais brasileiros, como a Folha de São Paulo, prestam o serviço de investigar e desmentir notícias falsas.<sup>21</sup> É feita uma análise da informação através de conteúdos recebidos via *Whatsapp*. Em seguida, o conteúdo é publicado no site confirmando ou não sua veracidade. A folha chama o projeto de Folha Informações<sup>22</sup>.

É importante citar que as informações falsas que circulam nas redes sociais abrem um novo mercado para os profissionais do jornalismo: as agências de checagem. O maior exemplo que podemos utilizar é a Agência Lupa<sup>23</sup>, pioneira no Brasil. A empresa desenvolve um trabalho importante no combate à desinformação. No período das eleições de 2018 a Lupa checou diversas afirmações dos candidatos para a presidência do Brasil, e as transformou em conteúdos para publicação em seu site e em suas redes sociais.

Outro projeto que desempenha um papel importante no combate à desinformação, promovendo a educação midiática para a população brasileira é o Vaza, Falsiane!<sup>24</sup>.

O Projeto é uma iniciativa de três amigos, jornalistas e professores universitários. Os três venceram um edital do *Facebook* e desenvolveram este trabalho que funciona através de um curso online, com certificação, para toda a população brasileira.

Podemos observar então que os jornalistas estão preocupados em combater as informações falsas, que são um grande desafio atualmente para estes profissionais.

---

<sup>20</sup> <https://projeto comprova.com.br/>

<sup>21</sup> <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>

<sup>22</sup> <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/07/folha-informacoes-fara-checagem-de-mensagens-mandadas-por-leitores.shtml>

<sup>23</sup> <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>

<sup>24</sup> <https://vazafalsiane.com/>

Percebemos também que há uma preocupação em tornar a população capaz de fazer a checagem inicial básica por conta própria.

### Considerações finais

Diante da discussão proposta por este trabalho, podemos perceber o poder que as *fake news* exercem sobre a sociedade em geral. Toda notícia que apela para o lado emocional das pessoas consegue conquistar seu apoio e seu trabalho de divulgador destas informações. Foi assim no início do jornalismo, com o jornalismo sensacionalista, e ainda é assim nos dias atuais com o advento da *internet*, das redes sociais, e claro, das notícias falsas. Além do mais, é preciso conscientizar as pessoas sobre a gravidade de espalhar estas informações sem antes verificar se são verdadeiras ou não.

As duas notícias falsas analisadas nesta pesquisa nos mostram que o Governo Bolsonaro tanto funciona como disseminador de *fake news*, como também sofre ataques baseados nestes conteúdos inverídicos. Este cenário nos provoca a reflexão sobre a postura adequada de um governante. Ter autoridades que disseminam conteúdos falsos pode colocar uma população inteira em risco, como vimos na situação em que Bolsonaro caminhou pelas ruas apesar das orientações da OMS para o isolamento social. Mesmo depois da confirmação de 25 pessoas contaminadas em sua equipe, o Presidente convocou manifestações e foi às ruas<sup>25</sup>.

A imagem falsa da ativista Greta causou revolta tanto naqueles que entenderam que o conteúdo não era verdadeiro, quanto no público que acreditou que era verdade. Este tipo de desinformação causa grande impacto na sociedade, uma vez que distorce a imagem de uma pessoa pública, que representa um causa maior. Além de gerar falta de credibilidade por parte do público na vítima, também gera situações de ódio, tanto virtuais quanto pessoalmente.

Além disso, disseminar informações falsas sobre o Presidente também pode impactar negativamente no funcionamento político, econômico e social de um país. Em ambos os casos o responsável por espalhar desinformação pode sofrer consequências legais.

---

<sup>25</sup> <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/bolsonaro-deixa-isolamento-do-coronavirus-e-de-carro-participa-de-ato-pro-governo-na-esplanada.shtml>

Quanto ao trabalho do jornalista, é possível perceber grandes modificações em relação ao novo problema das notícias falsas. Toda a sua rotina é modificada, dedicando-se a desconstruir informações que não deveriam circular. Além da dedicação de tempo, o jornalista precisa buscar fontes para confirmar ou não aquela informação. Isso representa um grande esforço que poderia ser aplicado em matérias verdadeiras. Portanto, as *fake news* atrasam muito a rotina jornalística.

O papel do jornalista neste momento no qual vivemos é continuar com os projetos de investigação, análise e publicação das informações compartilhadas nas redes sociais. Além do mais, a educação midiática para a população em geral é uma grande forma de combater as *fake news*, como propõe o curso Vaza, Falsiane!

Por enquanto a melhor forma de atingir esta meta e promover a educação midiática, reduzindo as graves consequências trazidas pela disseminação de informações falsas nas redes sociais, é aliar o trabalho dos jornalistas brasileiros através da checagem de conteúdos, com o dos professores nas escolas e universidades transmitindo para os alunos os conhecimentos necessários para combater o problema.

## Referências

AGÊNCIA LUPA. **Verificamos:** Bolsonaro não disse que “os índios não são pessoas, são animais”. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/12/09/verificamos-bolsonaro-indios-animais/> Acesso em 06 jan. 2020.

AOS FATOS. **Como Greta Thunberg se tornou alvo de uma campanha de desinformação nas redes.** Disponível em: <https://aosfatos.org/noticias/como-greta-thunberg-se-tornou-alvo-de-uma-campanha-de-desinformacao-nas-redes/>. Acesso em 30 março 2020.

AOS FATOS. **Em 450 dias como Presidente, Bolsonaro deu 793 declarações falsas ou distorcidas.** Disponível em: <https://aosfatos.org/todas-as-declara%C3%A7%C3%B5es-de-bolsonaro/>. Acesso em 31 março 2020.

ARAGÃO, Maria Verônica. **Bravatas midiáticas de Donald Trump contra a grande imprensa ofuscam tragédia humanitária.** Disponível em: <http://www.faculadadedamas.edu.br/revistafd/index.php/neari/article/view/517/0>. Acesso em 19 ago. 2018.

BARROS, Pâmella Avelar de; SOUZA, Rogério Martins de. **A crise da credibilidade jornalística em meio aos boatos virtuais: o caso do corte de cabelo do ditador.** Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1741-1.pdf>. Acesso em 19 ago. 2018.

BBC. (Site). **As mensagens falsas usadas no século 16 para tentar sabotar o reinado do espanhol Felipe 2º. 2018.** Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-45863680>. Acesso em 20. Nov. 2018.

BRASIL ESCOLA (Site). **Nazismo.** Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/nazismo.htm>. Acesso em 06 Jan. 2020.

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

EXAME. **Greta Thunberg apresenta denúncia contra Alemanha, França e Brasil na ONU.** Disponível em: <https://exame.abril.com.br/mundo/greta-thunberg-apresenta-denuncia-contr-alemanha-franca-e-brasil-na-onu/>. Acesso em 07 jan. 2020.

FGV. **Robôs, redes sociais e política no Brasil: Estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018.** Rio de Janeiro: 2017. Disponível em: <http://dapp.fgv.br/robos-redes-sociais-e-politica-estudo-da-fgv-dapp-aponta-interferencias-ilegitimas-no-debate-publico-na-web/>. Acesso em 19 ago. 2018.

FLORES, Pablo Jamilk. **Inferências falseadoras como base para a pós-verdade.** Disponível em: <http://e-revista.unioeste.br/index.php/linguaseletras/article/view/18494>. Acesso em 19 ago. 2018.

G1. **É fake imagem que mostra crianças famintas observando a ativista Greta Thunberg fazer refeição em trem.** Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2019/09/25/e-fake-imagem-que-mostra-criancas-famintas-observando-a-ativista-greta-thunberg-fazer-refeicao-em-trem.ghtml>. Acesso em 07 jan. 2020.

JORNAL NACIONAL. **Eduardo Bolsonaro publica foto falsa da ativista Greta Thunberg.** Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2019/09/26/eduardo-bolsonaro-publica-foto-falsa-da-ativista-greta-thunberg.ghtml>. Acesso em 05 jan. 2020.

JUSBRASIL. **Crimes contra a honra: diferenças entre calúnia, difamação e injúria.** Disponível em: <https://alestrazzi.jusbrasil.com.br/artigos/130177918/crimes-contr-a-honra-diferencas-entre-calunia-difamacao-e-injuria>. Acesso em 07 jan. 2020.

METRO. **Fury over fake photo of Greta Thunberg eating lunch in front of poor children.** Disponível em: <https://metro.co.uk/2019/09/27/fury-over-fake-photo-of-greta-thunberg-eating-lunch-in-front-of-poor-children-10818352/>. Acesso em 30 março 2020.

O GLOBO. **Twitter exclui dois posts do perfil de Bolsonaro por violar as regras da rede social.** Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/twitter-exclui-dois-posts-do-perfil-de-bolsonaro-por-violar-as-regras-da-rede-social-2-24337300>. Acesso em 29 março 2020.

ONU. Disponível em: < <https://nacoesunidas.org/> > Acesso em 06 jan. 2020.

OPEN SOCIETY FOUNDATIONS. Disponível em:

<https://www.opensocietyfoundations.org/newsroom/open-society-foundations-and-george-soros/pt>. Acesso em 06 jan. 2020.

RUBLECKI, Anelise. **Jornalismo pós-moderno: uma discussão dos valores míticos na sociedade hiper-espetacular**. Portugal: bocc. Disponível em:

[http://www.bocc.ubi.pt/\\_esp/autor.php?codautor=1605](http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=1605). Acesso em 19 ago. 2018.

SANTAELLA, Lucia. **A Pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, 2018. Livro eletrônico, não paginado.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2011. Livro eletrônico.

SILVA, Nayane Maria Rodrigues da. **Fake News: a revitalização do jornal e os efeitos Fact-checking e CrossCheck no noticiário digital**. Disponível em:

<http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/35728>. Acesso em 25 ago. 2018.

SOUZA, Kennedy Anderson Cupertino de; TESSAROLO, Felipe Maciel. **Fake news: ética e credibilidade jornalística em risco**. Disponível em:

<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2419-1.pdf>. Acesso em 19 ago. 2018.

SPINELLI, Egle Müller; SANTOS, Jéssica de Almeida. **Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake news**. Disponível em:

<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/4629>. Acesso em 19 ago. 2018.

TECHTUDO. **Conheça as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2018**.

Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/02/conheca-as-redes-sociais-mais-usadas-no-brasil-e-no-mundo-em-2018.ghtml>. Acesso em 31 março 2020.

UOL. **Rede de fake news com robôs pró-Bolsonaro mantém 80% das contas ativas**.

Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/09/19/fake-news-pro-bolsonaro-whatsapp-eleicoes-robos-disparo-em-massa.htm>. Acesso em 06 jan. 2020.

UOL. **Rede de fake news com robôs pró-Bolsonaro mantém 80% das contas ativas**.

Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/09/19/fake-news-pro-bolsonaro-whatsapp-eleicoes-robos-disparo-em-massa.htm>. Acesso em 30 março 2020.

VAZA FALSIANE! Disponível em: <https://vazafalsiane.com/sobre/>. Acesso em 07 jan. 2020.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Boatos que viram notícia: considerações sobre a circulação de informações entre sites de redes sociais e mídia online de referência**. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0675-1.pdf>. Acesso em 19 ago. 2018.