

A desinformação e a manipulação das emoções para manter engajamento

Eliara Santana

23/03/2026

Na coluna de hoje, Eliara Santana explica as estratégias usadas, como o conteúdo impostor: as fontes são genuínas, mas as declarações postadas são mentirosas



“A desinformação mobiliza e manipula emoções, e isso se dá com objetivos diversos e muito específicos: para manter as pessoas engajadas, para construir a imagem de um inimigo público, para atrair certa simpatia a uma causa ou personagem, para despertar “pena” em relação a um personagem e provocar o vitimismo. São muitas as possibilidades, e muito sutis as estratégias.

A sutileza também está presente nos vários tipos dos conteúdos desinformativos, como descreve a jornalista e pesquisadora Claire Wardle, em *Information Desordem* (2019). Para entender como a desinformação funciona, é importante conhecer esses tipos e suas nuances:

- a) **Conteúdo fabricado:** novo conteúdo que é 100% falso, projetado para enganar – ou seja, o conteúdo é criado de modo intencional para mentir e causar danos. **Exemplo: Fake news sobre urnas eletrônicas;**
- b) **Conteúdo manipulado:** quando informações ou imagens genuínas são manipuladas para enganar. **Exemplo: Foto do Papa Francisco usando casaco de grife;**



Foto: Reprodução Facebook

c) **Conteúdo impostor:** quando fontes genuínas são representadas ou imitadas em textos, artigos, vídeos, matérias que não escreveram ou em declarações que não deram, ou ainda quando *logos* de instituições são usadas para reproduzir conteúdos falsos. Exemplo: **Vídeos de figuras como Drauzio Varella, com o áudio manipulado por IA para apresentar pesquisas e medicamentos fake;**



Foto: Reprodução youtube

d) **Conteúdo enganoso:** uso enganoso ou distorcido de informações para enquadrar um problema ou indivíduo. Exemplo: **Uso de fragmentos de aspas para sustentar um determinado aspecto, citando dados de maneira que se alinhem a uma posição** determinada;

e) **Conexão falsa:** quando manchetes, imagens ou legendas não correspondem ao conteúdo. Exemplo: **Manchetes sensacionalistas** que exploram vertentes que não estão nas matérias;

f) **Contexto falso:** conteúdos genuínos, verdadeiros, que são **retirados do seu contexto original**. Exemplo: **Trechos de entrevistas** que são reproduzidos em outros momentos como se estivessem naquele contexto.

Raiva, medo, ojeriza, pertencimento...

Voltando à interface desinformação e emoções, os conteúdos produzidos nos mais variados tipos e formatos interpelam nossas emoções e trabalham para despertar em nós raiva, medo, solidariedade, afinidade, pertencimento, ojeriza.

Memes e vídeos são produzidos estrategicamente e colocados em circulação para gerarem indignação e ódio. O passo a passo é relativamente simples:

1º Cria-se uma narrativa falsa, meio bombástica, partir de um fato corriqueiro;

2º Há utilização de uma linguagem que apela ao emocional das pessoas, estabelecendo vinculação e pertencimento ou raiva e indignação;

3º Uso de vídeos e imagens bem criativos que interpelam os interlocutores, o público-alvo, e despertam as emoções;

4º Ideias altruístas – de missão por uma causa, de abnegação, de dedicação – são mobilizadas de modo falso para criar empatia.

O ódio a jornalistas a partir de vídeo divulgado por Michelle Bolsonaro

Nas redes sociais, o discurso da extrema direita é de defesa da democracia, da liberdade de expressão, de solidariedade e empatia. Mas, na vida real, a prática é bem outra. A desinformação protagonizada por atores relevantes desse grupo, usando temas sensíveis que despertam nossas emoções, mobiliza a raiva das pessoas pela disseminação de fake news.

A doença é um desses temas, e o brasileiro é muito solidário e sensível quando uma figura pública de destaque está em situação delicada de saúde.

Recentemente, esse conjunto de elementos foi bem explorado no episódio envolvendo Michelle Bolsonaro e a divulgação de um vídeo com conteúdo falso e enganoso. No material, uma influenciadora dizia – sem provas – que os jornalistas que estavam na porta do hospital para cobrir a mais recente internação de Jair Bolsonaro estavam desejando a morte dele.

Na legenda do vídeo, os dizeres: “Jornalistas reunidos desejando a morte de Bolsonaro e comemorando por ser sexta-feira 13”.

Michelle Bolsonaro não hesitou nem por minuto e divulgou o vídeo no Instagram, plataforma em que ela tem mais de 8 milhões de seguidores. Foi o que bastou para **canalizar o ódio aos jornalistas que estavam trabalhando. O conteúdo do vídeo era deliberadamente mentiroso.**

Outros políticos da extrema direita também replicaram, e os jornalistas passaram a sofrer ameaças e a receber mensagens de ódio. Alguns registraram boletim de ocorrência. Ninguém se desculpou.

Esse tipo de conteúdo, para além de disseminar ódio, também **engana as pessoas para manter em evidência midiática certos personagens políticos.** É assim que funcionam as engrenagens da desinformação.

Eliara Santana é Jornalista, com pós-doutorado em estudos da desinformação pelo Centro de Lógica, Epistemologia e História da Ciência (CLE) da Unicamp, doutora e mestre em Linguística e Língua Portuguesa.

Via pt.org.br