COMUN. MÍDIA CONSUMO, SÃO PAULO, V. 23, E3147, JAN./DEZ. 2026
https://doi.org/10.18568/cmc.2026.e3147

ARTIGO

Fraude eleitoral, farsa editorial e acusações de censura contra livros inexistentes: análise do golpe contra apoiadores de Bolsonaro que aguardam "A Verdade Nunca Revelada/Contada"

Election fraud, editorial scam, and accusations of censorship against non-existent books: analysis of the scam against Bolsonaro supporters waiting for "The Truth Never Revealed/Told"

Ivan Paganotti[1]

RESUMO: *Anúncios em redes sociais promoviam em 2023 os livros* Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Revelada *e* Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Contada. *Reclamações de consumidores lesados, que compraram os livros, mas não os receberam, atraíram a atenção de agências de checagem de fatos, que identificaram que os livros inexistentes faziam parte de um golpe digital. O artigo avalia a cobertura de verificadores de fatos sobre o caso insólito, destacando como uma falsa ameaça de censura judicial contra o livro — que sequer foi publicado — foi utilizada como chamariz para atrair consumidores incautos, incentivando a compra impulsiva antes da retirada do mercado. O caso revela como a desconfiança de bolsonaristas na mídia tradicional e sua credulidade em teorias da conspiração* online *expõe o grupo a fraudes que explorem sua ingenuidade.*

Palavras-chave: *desinformação; checagem; fraude; censura; bolsonarismo.*

[1]Universidade de São Paulo – São Paulo (SP), Brasil.
Editores: Eliza Casadei e Gabriela Almeida.

ABSTRACT: *In 2023, advertisements on social media promoted the books* Jair Bolsonaro: The Truth Never Revealed *and* Jair Bolsonaro: The Untold Truth. *Complaints from aggrieved consumers who had purchased the books but did not receive them attracted the attention of fact-checking agencies, who discovered that these non-existent books were part of a digital scam. This article assesses the coverage of fact-checkers on this unusual case, highlighting how a false threat of judicial censorship against the book—which was never even published—was used to attract unsuspecting consumers and encourage impulsive purchases before supposedly being taken off the market. This case shows how the distrust that Bolsonaro supporters have in traditional media and their credulity in online conspiracy theories exposes them to scams that exploit their gullibility.*

Keywords: *disinformation; fact-checking; fraud; censorship; bolsonarism.*

Introdução: contexto, fundamentação e metodologia de estudo de caso sobre risco de fraude entre públicos suscetíveis à desinformação eleitoral

Em 2023, anúncios publicitários do perfil Brasil de Amor promoviam em redes sociais como Facebook e Instagram, da Meta, dois livros intitulados *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Revelada* e *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Contada*[1].

O primeiro livro prometia provas sobre fraude eleitoral no pleito de 2022, uma acusação bastante difundida por lideranças e militantes bolsonaristas (MACHADO, 2024), ainda que essas acusações improcedentes já tenham sido comprovadas como falsas. Essas alegações levaram a punições por crimes eleitorais de deputados bolsonaristas que questionavam a lisura do processo eleitoral brasileiro, como o deputado estadual paranaense Fernando Francischini, cassado pela justiça eleitoral (FERREIRA, 2023), e do próprio ex-presidente Jair Bolsonaro, declarado inelegível pela justiça eleitoral em razão de ataques contra o processo eleitoral brasileiro em reunião com embaixadores estrangeiros, antes da campanha presidencial de 2022 (TSE, 2023).

A segunda obra anunciada nas redes sociais apresentava-se como um livro oficial do ex-presidente sobre sua vida. Os dois livros eram ofertados por R$ 22,22, ecoando o número de registro eleitoral do Partido Liberal (PL), que abrigava então os bolsonaristas (SOARES, 2023).

Em ambos os anúncios, uma ameaça pairava sobre o acesso às obras, demandando urgência na sua aquisição, ante o risco iminente de as obras se tornarem inacessíveis, por determinação judicial. O anúncio de *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Contada* alertava: "'Atenção' [*sic*] Garanta o seu livro OFICIAL antes que seja retirado das vitrines" (Figura 1).

O anúncio do outro livro acrescenta que "Moraes da [*sic*] 24 horas para Livros de Bolsonaro: 'A Verdade Nunca Revelada' serem DESTRUÍDOS" (Figura 2).

1 Este trabalho expande e atualiza uma versão preliminar desta análise, apresentada em resumo no 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intecom) — agradeço os comentários e sugestões dos integrantes do GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, com destaque particular para a coordenadora, Nara Lya Cabral Scabin (PUC-Minas).

Figura 1 – Anúncio do livro *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Contada* no Facebook, promovido pelo perfil Brasil de Amor, revelado pela agência Lupa



Fonte: Soares (2023).

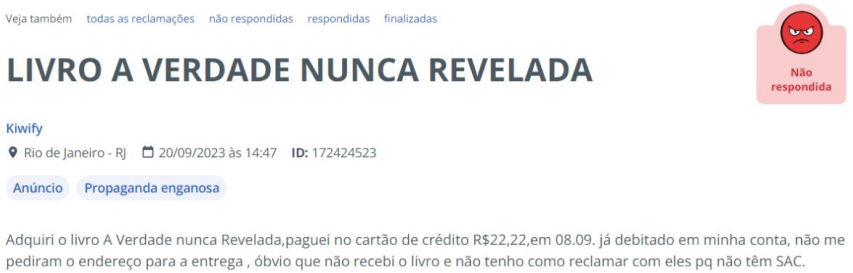
Figura 2 – Anúncio do livro *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Revelada* no Facebook, promovido pelo perfil Brasil de Amor, revelado pela agência Lupa



Fonte: Soares (2023).

O anúncio indica que "Ministro BLOQUEIA a venda de livros de Bolsonaro, que conta fraude nas últimas eleições. Esquerda se revolta com o lançamento do livro". Ao final, a propaganda aponta uma chamada à ação urgente: "VAMOS TODOS COMPRAR ANTES QUE O STF DERRUBE" (Figura 2). Quem respondeu à convocação, adquirindo o livro, decepcionou-se ao não receber a obra — e não pela publicação ter sido censurada, mas por jamais ter sido escrita. Consumidores frustrados passaram a criticar os responsáveis pela edição, mesmo com sinais suspeitos durante a compra, como o fato de a empresa não apresentar sistema de atendimento ao consumidor nem ter solicitado o endereço para entrega (Figura 3).

Figura 3 – Denúncia de comprador frustrado do livro *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Revelada* no site do Reclame Aqui, revelada pela Lupa



Fonte: Soares (2023).

Com base na investigação da agência de checagem de fatos Lupa (SOARES, 2023), foi possível comprovar que o livro inexistente fazia parte de um esquema de fraude para enganar bolsonaristas que acreditavam em teorias da conspiração sobre fraude eleitoral e acabaram, então, enganados em um golpe editorial.

Consumidores lesados já haviam denunciado suas compras frustradas em plataformas como o Reclame Aqui: nem mesmo o envio de edições digitais da publicação foi realizado, e usuários que se sentiram lesados pelo "Conto do Vigário" (SOARES, 2023) procuraram sustar

os pagamentos pelo sistema bancário, demandando que os fraudadores fossem presos (Figura 4).

Figura 4 – Denúncia de comprador frustrado do livro *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Contada* no Reclame Aqui, revelada pela Lupa



Fonte: Soares (2023).

O episódio demonstra uma situação ironicamente insólita: apoiadores de um movimento golpista que acreditavam em uma falsa fraude eleitoral foram alvo de um golpe e adquiriram livros falsos, intitulados *Jair Bolsonaro: Verdade Nunca Contada* e *Jair Bolsonaro: Verdade Nunca Revelada*, que tampouco foram escritos. Esse episódio une múltiplas camadas de engano, desinformação e acusações de fraude e, por isso, revela-se uma oportunidade excepcional para a análise dos riscos da desinformação *online* para grupos conspiracionistas. Este artigo pretende apresentar um estudo de caso (DUARTE, 2012) sobre este episódio, um evento absurdamente incomum, mas, mesmo em sua excepcionalidade, encontra elementos centrais do conspiracionismo bolsonarista. Como todo estudo de caso, "não é um 'exemplo', mas *exemplar* no sentido de ser representativo" (MARTINO, 2018, p. 152), ou seja, busca-se identificar e superar os elementos próprios deste evento, sinalizando tendências e fenômenos mais gerais, dos quais faz parte. Como nos estudos de caso específicos da área de comunicação indicados por Braga (2008), procura-se destacar os elementos singulares dessa situação excepcional, pois justamente permitem inferir tendências gerais e abstrações teoricamente relevantes.

Seguindo a tradição do paradigma "indiciário" (GINZBURG, 1989) de nosso campo de estudos, é possível encontrar, nos detalhes pouco usuais deste caso, elementos significativos para revelar novas questões nos processos comunicacionais contemporâneos.

Com base neste caso, a presente pesquisa reflete sobre a seguinte questão: por que os anúncios dos livros falsos exploraram justamente vítimas interessadas na suposta "fraude eleitoral" para atraí-las a uma "farsa editorial"? Nesse sentido, o objetivo desta pesquisa é avaliar a cobertura da agência de checagem Lupa sobre o caso, revelando os processos de verificação e de educação midiática presentes no texto. Essa cobertura se justifica não só por ter sido a plataforma jornalística que primeiro cobriu este caso, mas também por ser um veículo focado na verificação de fatos, além de ser visto com desconfiança por grupos conspiracionistas e bolsonaristas (TARDÁGUILA, 2021) que criticam veículos de informação tradicionais (CESARINO, 2019; AGGIO; CASTRO, 2020) e resistem às refutações publicadas por seus checadores. O estudo pretende discutir a dificuldade de proteger contra fraude um grupo que desconfia de verificadores de fatos e que apresenta tendência para acreditar em informações evidentemente falsas.

Para isso, a pesquisa adota como método uma análise de comunicação de conflitos legais e judiciários sobre disputas midiáticas (PAGANOTTI, 2021), avaliando a repercussão jornalística em uma agência de checagem sobre as denúncias dos livros falsos e suas conexões com as fraudes eleitorais nunca provadas. Este estudo considera também os processos da psicologia social (NOBRE *et al*., 2023) explorados pelos fraudadores e que explicam a suscetibilidade dos bolsonaristas como vítimas deste golpe. Discute-se particularmente como a ameaça de censura judicial falsa foi um instrumento que poderia reforçar a credibilidade do anúncio perante esse grupo social e incentivar um processo de consumo impulsivo, acelerado pelo suposto risco iminente de remoção dos livros, que deixaria aos leitores pouco tempo para reflexão — um gatilho comum adotado por fraudadores para superar desconfianças racionais com apelos emotivos emergenciais.

Essa metodologia insere-se na tradição da Análise de Discurso Crítica (ADC), que procura analisar como tensões sociais podem ser reveladas e problematizadas por meio de conflitos textuais e fissuras nas disputas discursivas sobre as condições de produção da comunicação (FAIRCLOUGH, 2003). No presente caso, a fraude direcionada a grupos bolsonaristas constitui um episódio revelador da credulidade dos grupos de extrema direita, que buscam acriticamente informações que confirmem sua predisposição a contestar a legitimidade do processo eleitoral. Ao mesmo tempo, desconfiam de fontes jornalísticas tradicionais, como os verificadores de fatos, que procuram alertar e prevenir quanto aos perigos de informações falsas embasarem crenças infundamentadas e condutas arriscadas. Estudos anteriores já demonstraram que grupos conspiracionistas bolsonaristas apresentavam risco elevado de comportamentos prejudiciais, como baixa incidência de vacinação e exposição ao contágio na pandemia de COVID-19 (PEIXOTO; LEAL; MARQUES, 2023). No entanto, é importante frisar que essa vulnerabilidade também precisa ser indicada nos casos de risco elevado de exposição a fraudes financeiras, como já alertado anteriormente por reportagens jornalísticas (RATIER, 2022). Como este estudo pretende argumentar, criminosos podem ter esse público como alvo preferencial justamente por seu criticismo seletivo *online* e sua credulidade em informações já desacreditadas, como as acusações de fraude eleitoral.

Análise: golpe nos golpistas e (des)confiança nas fontes

O caso dos livros falsos foi registrado pela jornalista e verificadora de fatos da agência Lupa, Gabriela Soares (2023), que procurou a assessoria de Bolsonaro para comprovar que os livros não teriam relação com o presidente:

> Apesar de algumas publicações darem a entender que os livros foram publicados pelo ex-presidente ou tiveram a colaboração dele, a assessoria de imprensa de Bolsonaro informou, em mensagem *[link para captura de tela com imagem de troca de mensagens entre repórter e assessoria de Bolsonaro]* enviada à Lupa pelo WhatsApp, que os livros são falsos. Ele não

> tem qualquer relação com os títulos. "Todos esses livros são apócrifos e os únicos livros permitidos são divulgados pelo Carlos [Bolsonaro] e a família Bolsonaro", diz o texto.
>
> Outros sinais confirmam que se trata de um golpe. O primeiro alerta é que nenhuma das obras tem o nome de um autor na capa — ou seja, não é possível verificar quem teria escrito esses livros. A descrição do conteúdo presente nas supostas publicações também é vaga. Nenhuma sinopse foi localizada nos sites divulgados em posts do Facebook e Instagram (SOARES, 2023).

O trecho acima demonstra duas estratégias tradicionais da verificação de fatos. A primeira é a referência a fontes oficiais (TARDÁGUILA, 2021), com a citação do diálogo com o assessor de imprensa de Bolsonaro, acompanhada de imagem que corrobora sua negativa. A segunda é o esforço de demonstrar, de forma didática, como o conteúdo deveria ser percebido como suspeito (SPINELLI; SANTOS, 2020), apontando "sinais de alerta", como a ausência de autoria na capa das obras e a descrição vaga de seu conteúdo. Essa finalidade pedagógica da verificação (PAGANOTTI, 2024) pode ser vista também como um esforço empreendido pelas agências de checagem para a proteção prévia do público. As iniciativas não apenas justificam o raciocínio do checador ao comprovar posteriormente a falsidade do conteúdo contestado, mas também buscam inocular previamente, no público leitor das checagens, algumas das habilidades e saberes básicos empregados pelos jornalistas, que devem ser igualmente adotados pelo público geral. Em trechos seguintes, a checadora também alerta para outra estratégia tradicional das notícias falsas, a mimetização de formatos jornalísticos (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017; TANDOC JR.; LIM; LING, 2018) reconhecidos como confiáveis pelo público: "Uma das propagandas, utilizando o layout do portal G1 e o falso áudio de Bolsonaro, diz, por exemplo, que a obra revelaria a 'verdade sobre o segundo turno'" (SOARES, 2023), incluindo *link* para o anúncio com a estética do portal noticioso da Globo.

A reportagem da Lupa também destacou a ameaça de censura como tática explorada pelos golpistas para enganar seguidores de Bolsonaro, incluindo áudios com imitadores do ex-presidente:

> Para convencer potenciais compradores, um perfil identificado como "Daniel Lombardo" chegou a publicar um áudio em que o ex-presidente, supostamente, incentiva a compra do livro *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Revelada*. A assessoria de imprensa de Bolsonaro negou por WhatsApp, no entanto, que a mensagem tenha sido gravada pelo ex-presidente. Os golpistas também adotam uma falsa narrativa sobre censura para impulsionar as vendas. No áudio publicado por Lombardo, por exemplo, a voz que imita a do ex-presidente informa que o Supremo Tribunal Federal (STF) poderia censurar o livro a qualquer momento e, por isso, as pessoas deveriam comprá-lo o quanto antes. Isso também é destacado na imagem do post, que foi vinculada a 21 propagandas no mesmo perfil. Juntas, essas publicações tiveram cerca de 28 mil impressões, com gasto em torno de R$ 1.900. Ao todo, o perfil "Daniel Lombardo" publicou 610 anúncios promovendo esse golpe desde 8 de setembro de 2023. Somados, os conteúdos tiveram mais de 458 mil impressões (SOARES, 2023).

A reportagem da agência Lupa que denunciou a venda de livros falsos para bolsonaristas destaca que o golpe se apoiava na confiança pessoal em Bolsonaro e demandava urgência na compra para evitar a iminente censura judicial. Esta estratégia foi usada de forma a dificultar a reflexão, incluindo comentários de supostos leitores expressando suas avaliações alegadamente positivas do livro: "Já garanti o meu! Minha visão mudou depois que li esse livro e respeito ainda mais o Capitão! Garanta o seu antes que seja censurado" (Figura 5).

A análise do caso ecoa processos de fraude digital em que se procura simular a identidade de uma fonte considerada confiável por determinado grupo social (ABBASI *et al.*, 2010). Como o nome de Bolsonaro é merecedor de confiança para os bolsonaristas, muitas vítimas da fraude podem ter reduzido sua desconfiança sobre o processo de aquisição dos livros. Seria plausível acreditar que Bolsonaro pretenderia vender livros como esses, pois a temática é conectada ao seu movimento e, em períodos recentes, a família Bolsonaro já procurou financiamento direto entre seus seguidores, solicitando transferências para pagamento de despesas legais (JORDÃO, 2023), ou indiretamente, vendendo até perfumes (GOUVEIA, 2024).

Figura 5 – Reportagem da agência de checagem Lupa sobre golpe dos livros falsos



Posts com anúncios de supostos livros sobre Jair Bolsonaro (PL) estão sendo promovidos no Facebook e no Instagram para aplicar golpes com base em informações falsas. Ao menos dois títulos são usados no esquema: *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Revelada*, que comprovaria fraude nas eleições de 2022, e *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Contada*, descrito como livro oficial do ex-presidente. Ambos são vendidos por R$ 22,22, numa referência ao número usado pelo PL nas urnas. As obras, contudo, não existem.

Fonte: Soares (2023).

Vale destacar que a venda de perfumes com o apoio de Bolsonaro também foi explorada por golpistas que criaram sites falsos sem autorização da equipe próxima da ex-primeira-dama. Isso levou à inviabilidade dessa exploração comercial, devido ao volume de reclamações por produtos sem entrega. Ainda que nesse caso o perfume realmente existissem e houvesse conexão com os Bolsonaros, consumidores realizaram compras em sites que não os comercializavam e, com isso, foram prejudicados pela fraude (GOUVEIA, 2024).

Ainda assim, o uso da ameaça judicial, que poderia impedir o acesso às obras, como um instrumento para precipitar a compra, é bastante intrigante, considerando as pesquisas no campo da censura judicial (PAGANOTTI, 2021). A ameaça, novamente, não seria implausível, visto que já houve episódios em que a justiça demandou a remoção de conteúdos

midiáticos do campo bolsonarista, incluindo um documentário sobre as eleições de 2016 (ESTADÃO CONTEÚDO, 2022).

A pressão do tempo escasso também é um instrumento tradicional que induz ao erro, nas tentativas de golpe: não é possível perder tempo, pois a oferta (nesse caso, do livro) é breve, e essa oportunidade pode ser perdida (em razão da suposta ameaça da justiça em "censurar" a obra). É uma tática para impedir a reflexão de potencial vítima da fraude, forçando um comportamento impulsivo, por definição menos crítico ou racional (NOBRE *et al*., 2023). Para a operação funcionar, a ameaça precisa ser plausível, e a sensação generalizada entre os bolsonaristas de que sua liderança enfrentaria perseguição pela justiça funciona como uma confirmação de que esse livro é legítimo, justamente por estar ameaçado pela justiça.

Essa operação mimetiza um instrumento já usado antes por veículos da imprensa tradicional, que apresentam processos na justiça e tentativas de intimidação e censura como "selos de credibilidade" que "garantiriam a independência de um veículo" por comprovar o quanto seus repórteres são incômodos e provocadores (PAGANOTTI, 2021, p. 83). Divulgar o assédio judicial contra obras midiáticas se converte em selo de qualidade também porque os conteúdos proibidos são particularmente atraentes; é a "sucção pelo vácuo" (PAGANOTTI, 2021, p. 107), que compele àquilo que foi proibido ou removido, a atração movida pela ameaça da censura:

> Seria possível, para melhor conceituação, classificar esse fenômeno de sucção pelo vácuo: o próprio apagamento de um conteúdo frequentemente cria, como reação, uma força que atrai grupos cada vez mais numerosos de indivíduos, que têm como valor policiar tentativas de cerceamento da rede por meio de sua denúncia e propagação, o que pressiona por visibilidade para o que se pretendia ocultar. Em outras palavras, a remoção de um conteúdo por pressão externa enfrenta a resistência da rede de usuários que têm como hábito resistir às tentativas de controle sobre a expressão nesses canais. Essa dinâmica cria uma contracorrente que procura dar visibilidade à denúncia sobre a tentativa de apagamento, sugando cada vez mais atenção pública para o tema, que se torna cada vez mais irresistível (pela proliferação de comentários sobre ele) e impossível de controlar (PAGANOTTI, 2021, p. 107-108).

O episódio revela também um mecanismo próprio de operadores de golpes digitais: a identificação de potenciais vítimas por meio da exploração de grupos crédulos. A lógica é explorada desde o tradicional golpe do "Príncipe nigeriano" (OKOSUN; ILO, 2023). Nesse esquema, e-mails enviados a potenciais vítimas prometem uma recompensa milionária inacreditável, que seria enviada posteriormente a quem auxiliasse um desconhecido *online*. Esse indivíduo se apresentava como herdeiro da realeza africana e demandava, em troca, um pequeno valor, em auxílio prévio (NOBRE *et al*., 2023)

A proposta é absurda não por imperícia dos fraudadores, visto que golpes como esse demandam uma embalagem surreal para selecionar vítimas potenciais entre as pessoas mais ingênuas, capazes de confiar nas premissas mais inacreditáveis. Nesse sentido, o tom insólito e conspiratório age como um processo de discriminação: somente indivíduos crédulos o suficiente para cogitar a proposta mordem a isca e iniciam a interação, enquanto outros indivíduos mais céticos (e que dificilmente seriam enganados pelo golpe) nem cogitam a possibilidade de que a oferta seria real.

Com isso, o absurdo de propostas como o e-mail do "Príncipe nigeriano" — ou o livro do ex-presidente brasileiro — não é uma falha da estratégia dos golpistas, e sim faz parte central do processo de filtragem de potenciais vítimas entre as mais crédulas, visto que assim os criminosos podem dedicar seu tempo e atenção somente aos indivíduos com maior chance de serem enganados. Okosun e Ilo (2023) também destaca que esse tipo de golpe virtual prospera devido às dificuldades em seu combate. Os fraudadores contam com o despreparo ou desinteresse das autoridades de segurança pública e provedores de serviços digitais — como plataformas de mercados digitais ou servidores de e-mail — para combater desvios em pequenos valores, pulverizados entre diversas vítimas e praticados por numerosos grupos de fraudadores, que facilmente replicam a fórmula do golpe sem necessidade de articulação entre seus membros. Na análise de Smith (2009), golpes como o do "Príncipe nigeriano" também exploram preconceitos e ingenuidade das vítimas, que

costumam desconhecer processos complexos de realidades distantes de seu cotidiano, mas se interessam por teorias conspiratórias e esquemas pouco críveis para enriquecimento fácil, um efeito da desconfiança generalizada sobre os processos hierárquicos que concentram poder e recursos econômicos em instituições e autoridades públicas. Fonseca (2021) destaca que entre as vítimas dos golpes encontram-se públicos vulnerabilizados, com precária educação sobre riscos e direitos em novas tecnologias, mas que ao mesmo tempo apresentam grande uso de plataformas digitais, incluindo hábito frequente de realizar compras *online*, buscando promoções ou realizando compras impulsivas.

Isso explica por que o Brasil é também um local propício para a proliferação de fraudes virtuais, devido à massiva população com acesso problemático à educação e baixo letramento digital, mas com grande interesse em conectividade. O país encontra-se entre aqueles com maior frequência de acesso *online* e grande facilidade para compras em plataformas digitais. Mecanismos de pagamento como o Pix ampliam esse acesso, alcançando públicos tradicionalmente excluídos do processos de pagamento por cartão de crédito. Ao mesmo tempo, muitos consumidores desconhecem seus direitos em compras *online*, ainda que o país apresente legislação abrangente e instrumentos de denúncia e fiscalização bastante robustos em casos de abuso no comércio digital (TEIXEIRA NETO; SANTOS JÚNIOR, 2025). Mesmo eventos de grande concentração de vendas *online*, como a Black Friday, promoções de queima de estoques que inauguram a temporada de compras natalinas, tem suscitado desconfiança de parte do público devido ao risco de fraudes digitais, gerando a alcunha crítica de "Black Fraude" (SOARES; MODESTO, 2022), o que não impede a contínua expansão dessas promoções sazonais e do comércio eletrônico de modo geral, principalmente depois do salto de digitalização recente nas vendas brasileiras após a chegada de empresas de comércio eletrônico transnacionais e os reflexos da plataformização das práticas cotidianas como o consumo, após pandemia em 2020 (REQUEZA; ALMEIDA; XAVIER, 2025).

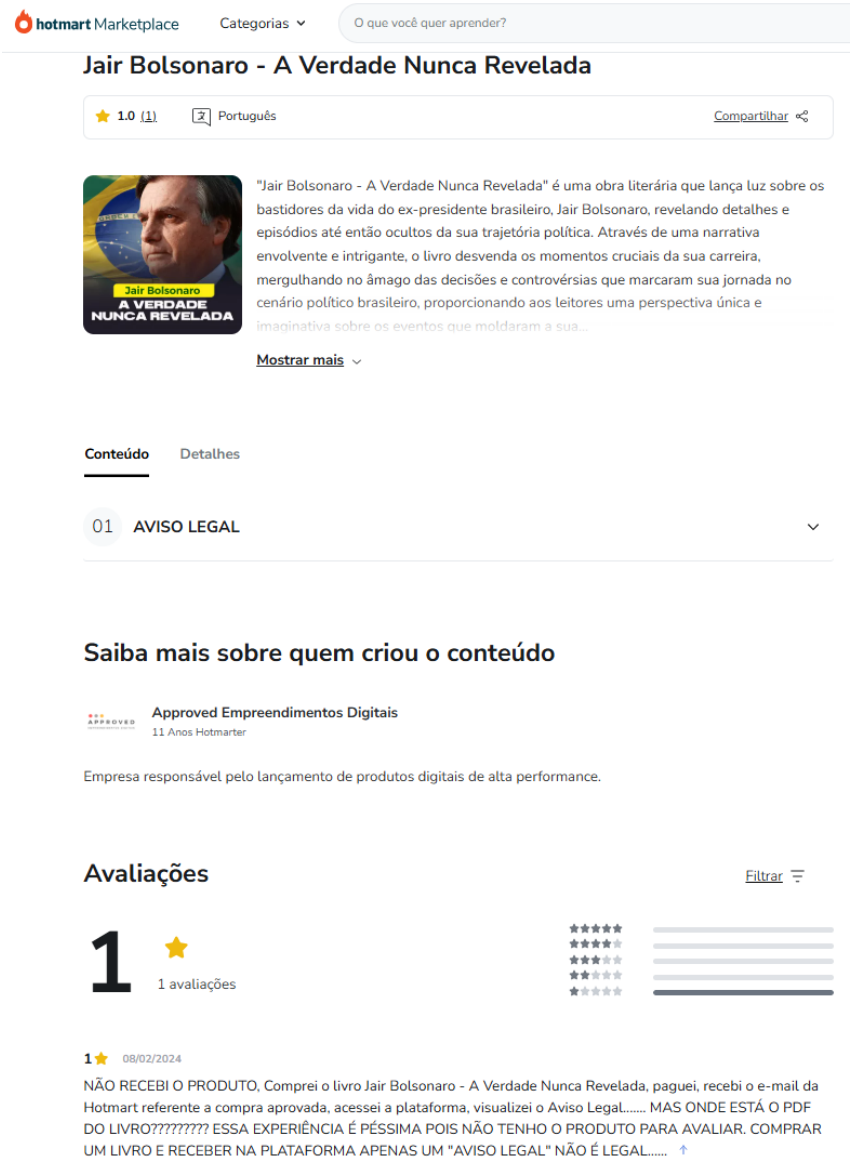
Inspiradas nessa lógica de fraude baseada em engenharia social focada em explorar elos mais frágeis da cadeia de consumidores, os golpistas que ofertavam livros sobre Bolsonaro precisavam incluir elementos inacreditáveis, justamente para não atrair quem não seria crédulo o suficiente para ser vítima do golpe. No caso dos inexistentes livros bolsonaristas, os fraudadores exploraram a credulidade dos seguidores de Bolsonaro — dispostos a acreditar em teorias da conspiração e histórias sem comprovação de fraude eleitoral, motivados inclusive a transferir dinheiro ou adquirir produtos apoiados por seu líder — como um sinal de que haveria um potencial considerável de vítimas suscetíveis ao golpe de fraude editorial.

É importante destacar que anúncios sobre estes livros ainda estão disponíveis *online* (APPROVED EMPREENDIMENTOS DIGITAIS, 2024) no momento da conclusão desta pesquisa, em fevereiro de 2026, mais de dois anos após a denúncia da agência Lupa, incluindo uma nova reclamação de usuário lesado pela compra sem entrega da obra (Figura 6).

Por fim, em tempos de livros produzidos por inteligência artificial, já é possível localizar PDFs *online* de documentos que indicam ser o livro *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Revelada* (Figura 7), ainda que a própria introdução da obra de 92 páginas indique outro título para o livro, apresentado como *Jair Bolsonaro: Trajetória e Visão* (GUIMARÃES, 2026, p. 2).

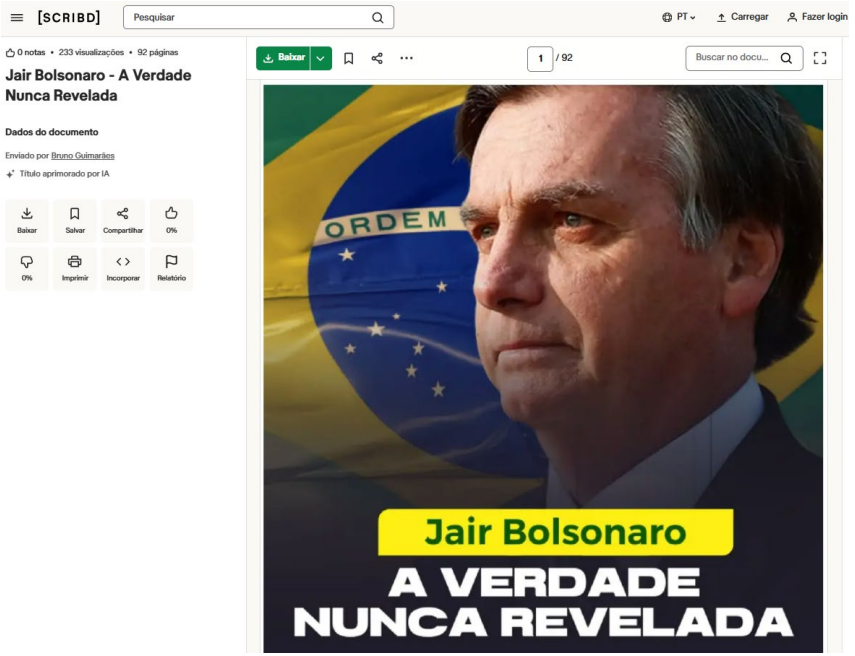
A obra apresenta somente uma síntese genérica e extremamente elogiosa da trajetória de Bolsonaro, com foco na sua gestão presidencial, não abordando o final de sua gestão como chefe do governo federal, o tumultuoso período após deixar a presidência e suas condenações em anos recentes. Apesar de disponibilizada gratuitamente para *download* na plataforma Scribd por um usuário identificado como Bruno Guimarães (Figura 7), o PDF da suposta obra atraiu pouco movimento, com somente 290 visualizações até fevereiro de 2026, quando esta pesquisa foi concluída.

Figura 6 – Anúncio do livro *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Revelada*, disponível em 2025



Fonte: Approved Empreendimentos Digitais (2024).

Figura 7 – PDF disponível do livro *Jair Bolsonaro: A Verdade Nunca Revelada*



Fonte: Guimarães (2026).

Considerações Finais

O episódio se mostra um momento importante para a reflexão sobre a importância da checagem (SPINELLI; SANTOS, 2018; OLIVEIRA; ASSIS, 2020), da educação midiática (HARVEY; PALESE, 2018) e da discussão sobre os limites da liberdade de expressão (PAGANOTTI, 2020; PAGANOTTI; SCABIN; SANCHES, 2024), em um momento em que os próprios bolsonaristas, tradicionalmente resistentes a todas essas questões, se encontraram na posição de vítimas de um engano.

Se as vítimas tivessem seguido as recomendações de checadores e da educação midiática e identificado tradicionais sinais de alerta de conteúdos falsos — como exagero de maiúsculas, erros gramaticais, conteúdos sem identificação de autoria clara (SPAGNUOLO, 2016) — indicados

na reportagem da Lupa (SOARES, 2023), poderiam ter percebido a fraude e se prevenido, evitando a compra. Mas como essa estética de conteúdos amadores (PAGANOTTI; SAKAMOTO; RATIER, 2019; SERELLE; SOARES, 2021) e essa temática conspiracionista são frequentes entre militantes bolsonaristas (BRAINER, 2023), o conteúdo fraudulento se encaixou de forma camuflada entre tantas outras postagens consumidas nessas paisagens midiáticas.

Não se pode ignorar a ironia de que apoiadores de uma tentativa de golpe militar tenham sido vítimas de um golpe financeiro — assim como também é revelador que, procurando provas nunca apresentadas de uma inexistente "fraude eleitoral", acabaram sendo vítimas de uma "fraude editorial", adquirindo um livro nunca publicado.

Nesse sentido, pode restar aos lesados procurar a justiça para reparar o dano pelos livros que não foram entregues; apelariam, assim, justamente, para a mesma justiça que temiam que removesse seus livros. Entre tantos motivos para *schadenfreude*[2], pode-se até mesmo argumentar que não haveria propaganda enganosa na campanha, visto que os títulos dos livros já indicavam "*A Verdade Nunca Revelada*" e "*A Verdade Nunca Contada*" — promessas verdadeiramente mantidas pelos anunciantes, uma vez que os livros esperados nunca foram revelados aos consumidores enganados, e não se pode narrar esse relato nem contar com os valores perdidos.

Conflito de interesses: nada a declarar.

Fonte de financiamento: Esta pesquisa conta com apoio do CNPq (bolsa produtividade PQ2) e do Programa de Apoio aos Novos Docentes USP 2025, da Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação da USP.

Disponibilidade de dados da pesquisa: Todo o conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo foi publicado no próprio artigo.

2 "Schadenfreude" é uma expressão alemã que descreve o "prazer sentido pela desgraça alheia" ["*pleasure felt at someone else's misfortune*"] (Smith *et al*., 2009, p. 530).

Referências

ABBASI, A.; ZHANG, Z.; ZIMBRA, D.; CHEN, H.; NUNAMAKER JR., J. F. Detecting fake websites: the contribution of statistical learning theory. *MIS Quarterly*, v. 34, n. 3, p. 435-461, set. 2010. https://doi.org/10.2307/25750686

AGGIO, C. O.; CASTRO, F. "Meu partido é o povo": Uma proposta teórico-metodológica para o estudo do populismo como fórmula de comunicação política seguida de estudo de caso do perfil de Jair Bolsonaro no Twitter. *Comunicação & Sociedade*, v. 42, n. 2, p. 429-465, maio-ago. 2020. https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v42n2p429-465

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211

Approved Empreendimentos Digitais. Jair Bolsonaro - A verdade nunca revelada. *Hotmart Marketplace*, 2024. Disponível em: https://hotmart.com/pt-br/marketplace/produtos/hagsxd-jair-bolsonaro-a-verdade-nunca-revelada-0lehd/F87448222A. Acesso em: 25 fev. 2026.

BRAGA, J. L. Comunicação, disciplina indiciária. *MATRIZes*, v. 1, n. 2, p. 73-88, abr. 2008. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p73-88

BRAINER, A. C. *A esfera pública digital e o papel do Telegram na construção de novas tribos morais*. 2023. 98f. Dissertação (Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2023.

CESARINO, L. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. *Revista de Antropologia*, v. 62, n. 3, p. 530-557, 2019. https://doi.org/10.11606/2179-0892.ra.2019.165232

DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. *In*: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2012. p. 215-235.

ESTADÃO CONTEÚDO. TSE suspende filme que sugere atentado a Bolsonaro e proíbe produtora de impulsionar vídeos anti-PT. *Exame*, 18 out. 2022. Disponível em: https://exame.com/brasil/tse-se-divide-sobre-documentario-de-facada-em-bolsonaro. Acesso em: 25 fev. 2026.

FAIRCLOUGH, N. *Analysing discourse*: textual analysis for social research. Nova York: Routledge, 2003.

FERREIRA, E. M. Cassação de mandato e *fake news*: a estratégia do bolsonarismo jurídico para manter o Deputado Fernando Francischini no poder. *Revista Estudos Institucionais*, v. 9, n. 3, p. 854-876, 2023. https://doi.org/10.21783/rei.v9i3.741

FONSECA, A. C. C. *Fraude ao consumidor* online: variáveis explicativas da vitimação e reportação. 2021. 107f. Dissertação (Mestrado em Criminologia) – Faculdade de Direito, Universidade do Porto, Porto, 2021. Disponível em: https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/138209/2/518792.pdf. Acesso em: 25 fev. 2026.

GINZBURG, C. *Mitos, emblemas, sinais*. São Paulo: Companhia da Letras, 1989.

GOUVEIA, A. Loja que vende perfume de Bolsonaro é fechada após golpe, afirma maquiador. *Correio Braziliense*, 23 abr. 2024. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2024/04/6843391-loja-que-vende-perfume-de-bolsonaro-e-fechada-apos-golpe.html. Acesso em: 25 fev. 2026.

GUIMARÃES, B. Jair Bolsonaro: a verdade nunca revelada. *Scribd*. Disponível em: https://pt.scribd.com/document/674121223/Jair-Bolsonaro-A-Verdade-Nunca-Revelada. Acesso em: 25 fev. 2026.

HARVEY, L.; PALESE, E. #NeverthelessMemesPersisted: building critical memetic literacy in the classroom. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, v. 62, n. 3, p. 259-270, 2018. https://doi.org/10.1002/jaal.898

JORDÃO, P. Bolsonaro diz que doações de apoiadores são suficientes para pagar contas e sobram. *CNN*, 29 jul. 2023. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/politica/bolsonaro-diz-que-doacoes-de-apoiadores-sao-suficientes-para-pagar-contas-e-sobram. Acesso em: 25 fev. 2026.

MACHADO, L. Desinformação nas eleições de 2022 no Brasil: as mentiras disseminadas por apoiantes de Bolsonaro nas redes sociais. *Comunicação Pública*, v. 19, n. 37, p. 1-26, 2024. https://doi.org/10.34629/cpublica.832

MARTINO, L. M. S. *Métodos de pesquisa em comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2018.

NOBRE, J. C.; SILVA, P. C.; AZAMBUJA, A. J. G.; ARIZA, M.; GRANVILLE, L. Z.; REPPOLD, C. T. Introdução à engenharia social: da psicologia cognitiva aos ataques automatizados. *In*: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO E DE SISTEMAS COMPUTACIONAIS, 23., 2023. *Anais* [....]. Juiz de Fora: Sociedade Brasileira de Computação, 2023. Disponível em: https://books-sol.sbc.org.br/index.php/sbc/catalog/download/135/589/907?inline=1. Acesso em: 25 fev. 2026.

OKOSUN, O.; ILO, U. The evolution of the Nigerian prince scam. *Journal of Financial Crime*, v. 30, n. 6, p. 1653-1663, 2023. https://doi.org/10.1108/JFC-08-2022-0185

OLIVEIRA, A. B.; ASSIS, C. L. "Fato ou *fake*", uma tentativa de retorno ao *gatekeeper*. *Revista UNIRITER de Comunicação*, v. 8, n. 14, p. 4-14, jun. 2020. https://doi.org/10.21882/ruc.v8i14.787

PAGANOTTI, I. Mapeamento de campos institucionais para combate à desinformação: propostas de checagem, desmonetização, regulação e educação midiática. *Anuário Unesco / Metodista de Comunicação Regional*, v. 24, n. 24, p. 185-197, 2020. https://doi.org/10.15603/2176-0934/aum.v24n24p185-197

PAGANOTTI, I. *Censura, justiça e regulação da mídia na redemocratização*. Curitiba: Appris, 2021. Disponível em: https://editoraappris.com.br/produto/censura-justica-e-regulacao-da-midia-na-redemocratizacao. Acesso em: 25 fev. 2026.

PAGANOTTI, I. Pedagogia midiática da checagem de fatos: efeitos educativos potenciais de verificação com abordagem didática. *Comunicologia*, v. 17, n. 1, p. 1-17, 2024. https://doi.org/10.31501/clogia.v17i1.15467

PAGANOTTI, I.; SAKAMOTO, L.; RATIER, R. "Mais *fake* e menos *news*": resposta educativa às notícias falsas nas eleições de 2018. *In*: COSTA, C.; BLANCO, P. (org.). *Liberdade de expressão*: questões da atualidade. São Paulo: ECA-USP, 2019. p. 52-66. https://doi.org/10.11606/9788572052597

PAGANOTTI, I.; SCABIN, N. L. C.; SANCHES, R. L. O. Censura pela liberdade: contradições discursivas na disputa entre Jovem Pan e Sleeping Giants Brasil. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 33., 2024, Niterói. *Anais eletrônicos* [...]. Campinas: Galoá, 2024. Disponível em: https://proceedings.science/compos/compos-2024/trabalhos/censura-pela-liberdade-contradicoes-discursivas-na-disputa-entre=-jovem-pan-e-sle?lang-pt-br. Acesso em: 25 fev. 2026.

PEIXOTO, V. M.; LEAL, J. G. R. P.; MARQUES, L. M. O impacto do bolsonarismo na cobertura vacinal de Covid-19 em municípios brasileiros. *Saúde em Debate*, v. 47, n. 139, p. 806-817, 2023. https://doi.org/10.1590/0103-1104202313906

RATIER, R. Grupos bolsonaristas têm ataques de golpe do pix, notas falsas e "gatonet". *ECOA UOL*, 13 jun. 2022. Disponível em: https://www.uol.com.br/ecoa/colunas/rodrigo-ratier/2022/06/13/grupos-bolsonaristas-no-whatsapp-tem-golpe-do-pix-nota-falsa-e-gatonet.htm. Acesso em: 25 fev. 2026.

REQUEZA, G. T. P.; ALMEIDA, L. M.; XAVIER, D. A R. Do crescimento pós-pandemia ao tarifaço: os impactos do *e-commerce* nas importações no Brasil. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, v. 11, n. 12, p. 981-996, 2025. https://doi.org/10.51891/rease.v11i12.23104

SERELLE, M.; SOARES, R. L. As novas formas do falso: entretenimento, desinformação e política nas redes digitais. *Intexto*, n. 52, p. 94842, 2021. https://doi.org/10.19132/1807-8583202152.94842

SMITH, A. Nigerian scam e-mails and the charms of capital. *Cultural Studies*, v. 23, n. 1, p. 27-47, 2009. https://doi.org/10.1080/09502380802016162?src=recsys

SMITH, R. H.; POWELL, C. A. J.; COMBS, D. J. Y.; SCHURTZ, D. R. Exploring the when and why of schadenfreude. *Social and Personality Psychology Compass*, v. 3, n. 4, p. 530-546, 2009. https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2009.00181.x

SOARES, G. Criminosos dão golpe em bolsonaristas com venda de livros falsos. *Lupa*, 30 set. 2023. Disponível em: https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/09/30/criminosos-dao-golpe-em-bolsonaristas-com-venda-de-livros-falsos. Acesso em: 25 fev. 2026.

SOARES, S. T. A.; MODESTO, J. G. Persuasión y emociones: fraudes al consumidor en Black Friday Brasil. *Ciencias Psicológicas*, v. 16, n. 2, e-2339, 2022. https://doi.org/10.22235/cp.v16i2.2339

SPAGNUOLO, S. Como fazer sua própria checagem de fatos e detectar notícias falsas. *Aos Fatos*, 24 nov. 2016. Disponível em: https://aosfatos.org/noticias/como-fazer-sua-propria-checagem-de-fatos-e-detectar-noticias-falsas. Acesso em: 25 fev. 2026.

SPINELLI, E. M.; SANTOS, J. Jornalismo na era da pós-verdade: *fact-checking* como ferramenta de combate às *fake news*. *Revista Observatório*, v. 4, n. 3, p. 759-782, maio 2018. https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n3p759

SPINELLI, E. M.; SANTOS, J. Alfabetização midiática na era da desinformação. *EC-COM*, v. 11, n. 21, p. 147-164, jan./jun. 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/343344906_Alfabetizacao_Midiatica_na_era_da_desinformacao. Acesso em: 25 fev. 2026.

TANDOC JR., E. C.; LIM, Z. W.; LING, R. Defining "fake news" A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2018. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143

TARDÁGUILA, C. Desinformação/*fact-checking*. *In*: FEITH, R. (org.). *Tempestade perfeita*. Rio de Janeiro: História Real, 2021. p. 31-84.

TEIXEIRA NETO, G. A. R.; SANTOS JÚNIOR, F. A. Proteção dos direitos do consumidor em compras *online*: transparência, garantias, devoluções e proteção contra fraudes. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, v. 11, n. 11, p. 3451-3465, 2025. https://doi.org/10.51891/rease.v11i11.22013

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). Por maioria de votos, TSE declara Bolsonaro inelegível por 8 anos. *Tribunal Superior Eleitoral*, 30 jun. 2023. Disponível em: https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2023/Junho/por-maioria-de-votos-tse-declara-bolsonaro-inelegivel-por-8-anos. Acesso em: 25 fev. 2026.

Sobre o autor

Ivan Paganotti: Professor Doutor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (CJE/ECA-USP) e bolsista de produtividade em pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq, PQ-2). Doutor em Ciências da Comunicação pela USP, realizou o Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (PDSE-CAPES) na Universidade do Minho (Braga, Portugal), e desenvolveu pesquisa de pós-doutorado no Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Inteligência e Design Digital da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (TIDD/PUC-SP). Pesquisador do grupo de pesquisa MidiAto — Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas da ECA-USP. Faz parte da Rede Metacrítica (Rede de Pesquisa em Cultura Midiática) e da Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD). E-mail: ipaganotti@usp.br

Recebido: 25/01/2026
Aceito: 07/03/2026