

**CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS**

Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens

Andrey Ricardo Azevedo

**SUBJETIVIDADE E NOVOS *MEDIA* EM TEMPOS DE PÓS-VERDADE:**

um olhar analítico-discursivo em torno de (des)construções narrativas na contemporaneidade

Belo Horizonte

2022

Andrey Ricardo Azevedo

**SUBJETIVIDADE E NOVOS *MEDIA* EM TEMPOS DE PÓS-VERDADE:**  
um olhar analítico-discursivo em torno de (des)construções narrativas na contemporaneidade

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais como requisito à obtenção do título de Doutor em Estudos de Linguagens.

Área de concentração: Tecnologias e Processos Discursivos

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> D.ra Giani David Silva

Belo Horizonte  
Departamento de Linguagem e Tecnologia  
2022

Andrey Ricardo Azevedo. *Subjetividade e novos media em tempos de pós-verdade: um olhar analítico-discursivo em torno de (des)construções narrativas na contemporaneidade*.

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais como requisito à obtenção do título de Doutor em Estudos de Linguagens.

Área de concentração: Tecnologias e Processos Discursivos

Aprovada pela banca examinadora constituída pelos(as) professores(as):

---

Prof.<sup>a</sup> D.ra Mariana Ramalho Procópio – UFV

---

Prof. D.r Paulo Henrique Aguiar Mendes – UFOP

---

Prof. D.r Antônio Augusto Braico – CEFET-MG

---

Prof. D.r Cláudio Humberto Lessa – CEFET-MG

---

Prof.<sup>a</sup> D.ra Lilian Aparecida Arão – CEFET-MG (Suplente)

---

Prof.<sup>a</sup> D.ra Giani David Silva – CEFET-MG (Orientadora)

---

Prof. D.r Luiz Antonio Ribeiro  
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens

Belo Horizonte, 26 de abril de 2022.

Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais  
Av. Amazonas, 5.253 – *campus* Nova Suíça – 30.421-169 – Belo Horizonte, MG  
Telefone (31) 3319-7000 – <https://bit.ly/3AYBtS2> – e-mail: [posling@cefetmg.br](mailto:posling@cefetmg.br)

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente a **Deus**, por me conceder o dom da vida e uma capacidade de resiliência que eu jamais imaginava ter.

Ao **SUS**, por amenizar a dor e angústia num momento de pandemia. Um viva à ciência!

Ao **CEFET-MG**, um exemplo de instituição pública, gratuita e de excelência, que abriu suas portas para boa parte da minha (trans)formação acadêmica. Nesse espaço de acolhimento e diversidade, fiz uma pós-graduação *lato sensu*, uma formação pedagógica em docência, mestrado e doutorado, sendo estes dois últimos com bolsa. Um viva à educação pública!

A **Giani**, orientadora e amiga, por me acolher com tanto carinho e profissionalismo no CEFET-MG desde 2011, pela compreensão e por me fazer acreditar.

Aos amigos que tive o prazer de conhecer nas salas e corredores do CEFET-MG, entre eles **Eliziane, Flávia, Leilane, Letícia e Rafael**. E, por falar em pessoas queridas vindas do CEFET-MG, um agradecimento especial ao amigo **André**, que gentilmente e com todo cuidado, revisou o texto desta tese; às amigas **Pollyanna**, pela presteza e zelo em contribuir na tradução do *abstract*, e **Leila**, parceira e “conselheira” de todas as horas. **Niuzza**, você brilhou na tradução do resumo para o francês. Obrigado a todas e todos!

Aos professores **Cláudia Maia, Jerônimo, João Batista, Renato e Vicente**, pelas sábias e construtivas conversas, pelo estímulo e incentivo demonstrados desde sempre.

Ao **Cláudio Lessa**, aquele professor e amigo que quase sempre aparecia do nada para ajudar. Você foi fundamental para que eu conseguisse dar rumo e sequência às minhas ideias neste estudo.

Aos (às) integrantes da banca, **Antônio, Cláudio, Lilian, Mariana e Paulo**, que gentilmente aceitaram contribuir com a discussão proposta em minha pesquisa.

Às médicas **Daniele Saito e Gabriela Chaves**, que cuidaram da minha saúde em meio ao maior desafio que encarei na vida. E não, não foi a tese ou a pandemia.

Aos meus amigos e amigas especiais de longa data, **Andrezin, Ernani, Fabão, Fernanda, Handerson, Huguin, Iô, Márcio, Paulo Paiva, Ricardo** (e **Verinha**) e **Jair**, pelos constantes dedos de prosa (mesmo que virtuais), pelos conselhos e desabafos. Vira e mexe, vinha um de vocês perguntando de maneira quase despreziosa: “E aí, defende quando?”.

Aos meus pais, **Darci** e **Zezé**, minhas referências primeiras de fé, caráter, simplicidade e, ao mesmo tempo, sabedoria. Ainda que distantes fisicamente em boa parte dessa minha caminhada, vocês sempre torceram de camarote, eu sei, amparando e me inspirando de todas as formas possíveis. Minha gratidão é eterna.

Aos meus irmãos/amigos **Addrício, Alysson** e **Sandinha**, respectivas cunhadas **Vi** e **Josi** e cunhado **Gil**, por me presentarem com as sobrinhas e sobrinhos mais lindos, pelos momentos descontraídos em família e por fazerem dessa jornada um caminho um pouco mais leve. A vida seria sem graça sem vocês.

Às tias, tios, primas e primos e tios das famílias **Azevedo** e **Oliveira** (e são muitos para enumerá-los aqui). Muito obrigado!

De uma maneira especial, à minha companheira e esposa **Ana**, pela cumplicidade, compreensão, amizade e amor. Você esteve e tem estado firme ao meu lado em todos os momentos. É quem conhece, melhor do que ninguém, meus pontos fortes e fraquezas, perrengues e alegrias. Você é quem me lembra o tempo todo que vale a pena sonhar, quem me convida a realizar, juntos. Amo você!

À família **Machado/Santos Silva**. Seu **Duciney, dona Maria** e cunhadas (**Edna, Ducineia, Izabel** e **Clareth**), respectivos pares e sobrinhos, que hoje também são parte da minha família. Orações e torcida não faltaram, eu sei!

A **Ana Clara**, minha filhinha. Nem preciso dizer que você é minha inspiração maior. Você me falou dia desses antes de dormir: “Papai, termina logo essa ‘tesque’ para poder brincar mais comigo”. Você me ensina, minha pequena, me faz refletir mais, me faz “parar” de vez em quando, porque é preciso. Você não faz ideia do quanto me faz feliz. Papai te ama muito!

## RESUMO

Investigamos, sob a ótica da Análise do Discurso (AD), formas outras de subjetividade emergíveis da pós-verdade em tempos de comunicação digital e disputas narrativas no jogo político-eleitoral. O objeto empírico parte das principais *fake news* (*fn*) propagadas durante as eleições presidenciais no Brasil, em 2018, para um posterior recorte metodológico envolvendo a temática do “gênero/sexualidade” dentro do chamado “kit gay”, assunto amplamente explorado durante o pleito. A problemática da subjetividade torna-se oportuna e instigante, nesse caso, por apresentar lacunas ainda não suficientemente exploradas no âmbito da AD, sobretudo, da Teoria Semiolinguística (TS), de Charaudeau, centrada na ideia de um sujeito dotado de relativa autonomia. O caminho primeiro foi questionar essa suposta autonomia, a partir de particularidades desse novo contexto capitaneado pelas *fake news*, que pudessem “subverter” elementos considerados basilares na teoria do sujeito charaudeana. Paralelamente, incorporamos à pesquisa, em perspectiva interdisciplinar, aportes teórico-metodológicos que pudessem cobrir eventuais lacunas não previstas na Semiolinguística, como observar certos efeitos de recepção a partir de ideias trazidas por Benjamin (choque) e/ou Dunker (psicanálise). Buscamos explorar a questão do *ethos* em frentes distintas, bem como refletir sobre a dimensão ética com base em Marie-Anne Paveau e Foucault, entre outros autores. De Foucault, extraímos também importantes reflexões em torno das noções de poder, regimes de verdade e da própria concepção de sujeito. Dentre os resultados alcançados, vimos que o entendimento sobre a subjetividade, no ambiente das *fake news*, transpõe alguns “limites analíticos” previstos na Semiolinguística. Isso é perceptível, por exemplo, na medida em que o reconhecimento do contrato de fala fica comprometido, camuflado, como se se tratasse de um contrato de informação (midiático). Nessa mesma esteira, percebemos em jogo estratégias tendentes a “falsear” um equilíbrio, na organização dos saberes, desejável para o constructo das representações sociais e, por conseguinte, para uma suposta autonomia do sujeito. Referimo-nos, nesse caso, à tendência de as *fake news* se sustentarem nos saberes de crenças, mas se passarem por um saber de conhecimento. Merece também atenção o caráter receptivo do destinatário (âmbito interno da troca languageira) que, no circuito das redes sociais digitais e circulação de *fake news*, parece deixar-se levar por uma compreensão rasa, distraída, sem muita ambiguidade no processo interpretativo. Tais aspectos, em si, já denotam uma interação tensionada pela urgência das leituras e respostas, dos *likes*, cliques e compartilhamentos, num processo em que se é seduzido pela “pulsão” e que nominamos neste trabalho de “efeito pulsátil de recepção”. Se se tem a instância receptora pressionada pelo engajamento ligeiro, entendemos

que a resposta a essa pressão produz o que aqui chamamos de “subjetividade fugaz”, aquela capaz de materializar o movimento em si, mas de forma quase sempre dispersa, efêmera e fugidia. Por fim, no domínio externo (ser social), percebemos implícitas nas *fake news* estudadas estratégias conduzidas por sujeitos que têm um projeto, político-ideológico e neoconservador, mas que não o revela explicitamente. Vê-se, então, embaçadas pelo universo da pós-verdade, (des)construções narrativas com considerável potencial influenciador, capazes de limitar a heterogeneidade de vozes e, ao mesmo tempo, asfixiar a singularidade e a própria alteridade. Em linguagem foucaultiana, podemos dizer que não estaríamos diante de meras disputas pelo poder ou novos regimes de verdade, mas do desejo de se fazer valer um “estado de dominação” e quase aporia, que, ao sufocar a liberdade, mostra seu desprezo pela própria dimensão ética.

**Palavras-Chave:** Análise do Discurso. Subjetividade. Pós-Verdade. Novos *media*.

## ABSTRACT

We investigate, from Discourse Analysis' (DA) perspective, other forms of subjectivity that emerge from post-truth in digital communication times and narrative disputes in the political-electoral scenario. The empirical object starts from the main fake news (fn) spread during the presidential elections in Brazil, in 2018, for a future methodological sample involving the theme of "gender/sexuality" within the so-called "gay kit", an issue widely explored during the elections. The subjectivity issue becomes opportune and thought-provoking in this case, as it still presents gaps not sufficiently explored in the Discourse Analysis scope, especially the Semiolinguistic Theory (ST), by Charaudeau, centered on the idea of a subject with relative autonomy. The first approach was to question this supposed autonomy, based on this fake news context's particularities, which could 'subvert' elements considered essential in the Charaudeauan theory. In parallel, we incorporate into the research, in an interdisciplinary perspective, theoretical and methodological contributions that might cover unforeseen gaps in Semiolinguistics, such as observing certain reception effects based on ideas brought up by Benjamin (theory of shock) or Dunker (psychoanalysis). We sought to explore the ethos issue through different methods and also reflect on the ethical dimension based on Marie-Anne Paveau and Foucault, among other authors. From Foucault, we extracted important thoughts around notions of power, regimes of truth, and the very conception of the subject. Among the results, we observed that the understanding of subjectivity, in the fake news environment, transposes some "analytical limits" found in Semiolinguistics. This transposition is noticeable, for instance, as the recognition of the communication contract is compromised and camouflaged as if it were a (mediatic) information contract. Along the same line, we notice strategies tending to 'forge' a balance in the knowledge organization, which is desirable for constructing social representations and, therefore, for the subject's supposed autonomy. We refer, in this case, to the tendency for fake news to be based on beliefs but pass for based on knowledge. Also worthy of attention is the receptive character of the recipient (internal scope of the language exchange) which, in the circuit of digital social networks and the circulation of fake news, seems to be led by a shallow and distracted understanding, without much ambiguity, in the interpretive process. Such aspects themselves already denote a tensioned interaction by the urgency of readings, replies, likes, clicks, and shares, in a process in which one is seduced by the "urge" which in this work we call "pulsatile reception effect". If, on the one hand, the receiving instance is pressured by light engagement, we understand that the response to this pressure makes what we call here "fleeting subjectivity", which can materialize the movement itself, but almost always

dispersed, ephemeral and fleeting. Finally, in the external domain (social being), we notice that there are, in the fake news addressed, implicit strategies developed by subjects with a political-ideological, neoconservative project not explicitly revealed. Therefore, it is possible to see, blurred by the post-truth universe, narrative (de)constructions with considerable influencing potential, capable of limiting the heterogeneity of voices and, at the same time, asphyxiate singularity and otherness itself. In Foucault's language, we can say that we would not be facing mere disputes for power or new regimes of truth, but the desire to assert a "state of domination", and almost aporia that, by stifling freedom, shows its contempt for its ethical dimension.

**Keywords:** Discourse Analysis. Subjectivity. Post-truth. New media.

## RÉSUMÉ

Dans ce travail nous avons étudié, d'après le point de vue de l'analyse du discours (AD), d'autres formes de subjectivité émergeant de la post-vérité à l'époque de la communication digitale et des conflits narratifs dans le jeu des élections politiques. L'objet empirique part des principales *fake news* (fn) propagées lors des élections présidentielles au Brésil, en 2018, pour une approche méthodologique ultérieure impliquant le sujet "genre/sexualité" au sein du soi-disant "kit gay", largement répandu pendant la période de l'élection. La question de la subjectivité devient opportune et incitante, dans ce cas, car elle présente des lacunes encore insuffisamment explorées dans le champ de la AD, en particulier la Théorie Sémiolinguistique (TS) de Charaudeau, centrée sur l'idée d'un sujet doté d'une relative autonomie. Le premier pas donc était de questionner cette supposée autonomie, en s'appuyant sur les particularités de ce nouveau contexte porté par les *fake news*, qui pourraient "subvertir" des éléments considérés comme fondamentaux dans la théorie charaudeenne du sujet. En même temps, nous avons incorporé à la recherche, des apports théoriques et méthodologiques, dans une perspective interdisciplinaire, qui pourraient couvrir d'éventuelles lacunes non prévues en sémiolinguistique, comme l'observation de certains effets de réception des idées apportées par Benjamin (choc) et/ou Dunker (psychanalyse). Nous cherchons à explorer la question de l'éthos sur différents fronts, ainsi qu'à réfléchir sur la dimension éthique à partir de Marie-Anne Paveau et Foucault, entre autres auteurs. D'après Foucault, nous extrayons aussi des réflexions importantes autour des notions de pouvoir, de régimes de vérité et de la conception même du sujet. Parmi les résultats obtenus, nous avons vu que la compréhension de la subjectivité, dans l'environnement des *fake news*, dépasse certaines "limites analytiques" prévues en sémiolinguistique. On y peut remarquer, par exemple, dans la mesure où la reconnaissance du contrat de parole est compromise, camouflée, comme s'il s'agissait d'un contrat d'information (média). Dans le même ordre d'idées, on aperçoit des stratégies en jeu qui tendent à "fausser" un équilibre, dans l'organisation des savoirs, souhaitable pour la construction des représentations sociales et, donc, pour une supposée autonomie du sujet. Nous nous référons, dans ce cas, à la tendance des *fake news* à se fonder sur la connaissance des croyances, mais si elles passent pour un savoir de la connaissance. A retenir également le caractère réceptif du destinataire (périmètre interne de l'échange linguistique) qui, dans le circuit des réseaux sociaux numériques et la circulation des *fake news*, semble emporté par une compréhension superficielle, distraite, sans grande ambiguïté dans le processus interprétatif. De tels aspects, en eux-mêmes, dénotent déjà une interaction tendue par l'urgence des lectures et des réponses, des

likes, des clics et des partages, dans un processus où l'on est séduit par la "pulsion" et que nous appelons dans ce travail "l'effet pulsatoire d'accueil". Si, d'une part, l'instance réceptrice est pressée par un engagement léger, on comprend que la réponse à cette pression produit ce que nous appelons ici la "subjectivité fugace", qui est capable de matérialiser le mouvement lui-même, mais de manière presque toujours dispersée, éphémère et fugace. Enfin, dans le domaine externe (être social), on aperçoit des stratégies menées par des sujets qui ont un projet politique idéologique et néoconservateur implicite dans les *fake news* étudiées, mais qui ne le dévoilent pas explicitement. On voit ainsi, brouillées par l'univers de la post-vérité, des (dé)constructions narratives au potentiel d'influence considérable, capables de limiter l'hétérogénéité des voix et, en même temps, d'asphyxier la singularité et l'altérité elle-même. En langage foucauldien, on peut dire qu'il ne s'agirait pas de simples disputes de pouvoir ou de nouveaux régimes de vérité, mais de la volonté d'affirmer un "état de domination" et presque d'aporie, qui, en étouffant la liberté, manifeste son mépris même de la dimension éthique.

**Mots clés:** Analyse du discours. Subjectivité. Post-vérité. Nouveau média.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Exemplo de visibilidade da <i>hashtag</i> #globolixo .....	45
Figura 2 – <i>Design</i> de pesquisa – <i>Fake news</i> .....	129
Figura 3 – <i>Design</i> de pesquisa – Subjetividade .....	130
Figura 4 – Representações do comunismo na história .....	141
Figura 5 – Representações do comunismo na imprensa brasileira (décadas de 1960-70) ....	143
Figura 6 – Representações do comunismo na imprensa brasileira (décadas de 2000/10) ....	145
Figura 7 – Matérias da <i>Folha de S.Paulo</i> sobre disparos de <i>WhatsApp</i> nas eleições .....	147
Figura 8 – <i>Fake news</i> “diagnóstico de câncer” – Vídeo .....	154
Figura 9 – <i>Fake news</i> “diagnóstico de câncer” - Narrativas anteriores .....	154
Figuras 10, 11 e 12 – <i>Fn</i> “efeito de maioria” – 1º turno .....	156
Figura 13 – <i>Fn</i> “efeito de maioria” – 2º turno .....	156
Figura 14 – <i>FN</i> envolvendo gênero/sexualidade (o “ <i>kit gay</i> ”) .....	159
Figura 15 – <i>Post</i> antigo referindo-se ao suposto “ <i>kit gay</i> ” – 8 mar. 2014. ....	160
Figura 16 – <i>Post</i> com ilustração retirada da cartilha “ <i>kit gay</i> ” – 27 ago. 2018. ....	163
Figura 17 – Página expondo JB como herói – 28 ago. 2018. ....	166
Figura 18 – <i>Post</i> mostrando JB como salvador – 20 ago. 2018. ....	167
Figura 19 – Imagem de apresentação da página “Lava Jato Notícias”. 13 maio. 2020. ....	171
Figura 20 – Imagens de ministros do STF de toga (imaginários) .....	173
Figura 21 – Super-Heróis usando capas .....	174
Figura 22 – Boneco inflável de Sergio Moro como <i>superman</i> em manifestação. ....	175
Figura 23 – Descrição do perfil “Lava Jato Notícias”. ....	175
Figura 24 – <i>Post</i> do cartaz “ <i>kit gay</i> ” – 21 set. 2018. ....	178
Figura 25 – Criança propriedade do Estado – 23 set. 2018. ....	180
Figura 26 – Legalização da pedofilia – 23 set. 2018. ....	180
Figura 27 – Haddad defende incesto – out. 2018 .....	181
Figura 28 – Correção de post sobre apologia do incesto – 23 set. 2018 .....	183
Figura 29 – Repercussão <i>fn</i> incesto – out. 2018. ....	185
Figura 30 – <i>Posts</i> sobre incesto apagados .....	188
Figura 31 – Perfil disseminador de <i>fn</i> “ <i>kit gay</i> ” – <i>Luiz Revolta Santos</i> .....	190
Figura 32 – <i>Post</i> e transcrição do vídeo – Mamadeira erótica – 25 set. 2018 .....	195
Figura 33 – <i>Frames</i> mamadeira erótica .....	200
Figura 34 – <i>Emojis</i> de humor e indignação .....	201

Figura 35 – Eleições presidenciais 1º turno 2018 – Votos por região .....	202
Figura 36 – Texto de postagem – Mamadeira erótica .....	208
Figura 37 – Imagem de Roger Stone, estrategista de Trump .....	214
Figura 38 – Imagens de Steve Bannon ao lado de bolsonaristas .....	215
Figura 39 – Reação de partido político a mudança em algoritmo .....	221
Figura 40 – Reavivamentos <i>fn</i> mamadeira erótica .....	225
Figura 41 – <i>Fake news</i> e negacionismo na pandemia .....	234
Figura 42 – <i>Design</i> de resultados: Conformações digitais da pós-verdade .....	244
Gráfico 1 – Cobertura diária, pós-facada em JB, em quantidade de textos/inserções .....	133
Gráfico 2 – Comparativo de audiência do atentado .....	134
Gráfico 3 – Pesquisa <i>Datafolha</i> sobre espectro ideológico do eleitor brasileiro .....	150
Gráfico 4 – Comparativo de <i>fn</i> por aproximação semântica .....	151
Gráfico 5 – Estatística por aproximação semântica – <i>fn</i> prós e contras .....	153
Gráfico 6 – Comparativo de audiência – <i>fn</i> sobre diagnóstico de câncer em JB .....	155
Gráfico 7 – Busca temática de <i>fn</i> no <i>Google</i> .....	157
Gráfico 8 – Busca temática de <i>fn</i> no <i>Google</i> x “Facada em Bolsonaro” .....	158
Quadro 1 – Preocupações <i>versus</i> consequências éticas dos algoritmos .....	119
Quadro 2 – Relação de <i>fake news</i> no primeiro turno .....	135
Quadro 3 – Relação de <i>fake news</i> no segundo turno .....	136
Quadro 4 – Agrupamentos de <i>fake news</i> por aproximação semântica .....	138
Quadro 5 – Comparação entre posts do perfil <i>Luiz Revolta Santos</i> .....	191
Quadro 6 – Dispositivo da encenação da linguagem .....	212
Quadro 7 – Declarações falsas ou distorcidas de JB – 2º sem. 2021 – Tema: Preconceito. .	226
Quadro 8 – Comparação quantitativa entre canais ligados a JB .....	229
Quadro 9 – Comparação entre páginas de JB e de outros políticos influentes .....	230

## LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

Abraji	Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo
AD	Análise do Discurso
CFP	Conselho Federal de Psicologia
EUA	Estados Unidos da América
FB	<i>Facebook</i>
FH	Fernando Haddad
<i>Fn</i>	<i>Fake news</i>
GCS	Guarda-Chuva Semântico
IA	Inteligência Artificial
Intervozes	Coletivo Brasil de Comunicação Social
JB	Jair Bolsonaro
LEMEP	Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública
MEC	Ministério da Educação
MPF	Ministério Público Federal
MOM	<i>Media Ownership Monitor</i>
MSI	Interações sociais significativas
OEA	Organização dos Estados Americanos
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PSL	Partido Social Liberal
PT	Partido dos Trabalhadores
RSF	Repórteres Sem Fronteiras
STF	Supremo Tribunal Federal
TS	Teoria Semiolinguística
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
Ubec	União Brasileira de Educação Católica
UERJ	Universidade do Estado do Rio de Janeiro
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
Un aids	Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/AIDS
URSS	União das Repúblicas Socialistas Soviéticas
USP	Universidade de São Paulo
WSJ	<i>Wall Street Journal</i>

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>17</b>
<b>2 SUBJETIVIDADE, MÍDIA E REARRANJOS DA VERDADE</b> .....	<b>26</b>
2.1 HISTORAR, CONCEITUAR, PROBLEMATIZAR... ..	27
2.1.1 Pós-Verdade e <i>fake news</i> : demarcando fronteiras .....	27
2.1.2 Um breve resgate histórico... ..	30
2.1.3 Imprensa e pós-verdade: confluências, disjunções e transformações .....	32
2.1.4 Em nome da democracia: a mídia e suas “ <i>true news</i> ” .....	39
2.1.5 “Desarmando” o jornalismo... ..	42
2.1.6 Pós-Verdade como discurso: um olhar a partir da psicanálise... ..	45
2.2 SUBJETIVIDADE E MUDIATIZAÇÃO .....	47
2.2.1 Subjetividade em movimento .....	47
2.2.2 A midiatização como processo histórico .....	49
2.2.3 A midiatização como processo de referência .....	50
2.2.4 Novos processos, outros sujeitos... ..	53
2.3 PÓS-VERDADE E NEOCONSERVADORISMO: UM OLHAR POSSÍVEL .....	55
2.3.1 Regimes de verdade, relações de poder e subjetividade .....	60
2.3.2 As “narrativas”: dilemas de um termo controverso .....	60
<b>3 A QUESTÃO DISCURSIVA E DIÁLOGOS INTERDISCIPLINARES</b> .....	<b>67</b>
3.1 TEORIA SEMIOLINGUÍSTICA: UM PONTO DE PARTIDA .....	68
3.1.1 Reflexões sobre o contrato de fala no ambiente de pós-verdade .....	70
3.2 BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE O SUJEITO EM AD .....	73
3.3 LINGUAGEM E PÓS-VERDADE: A DIMENSÃO ÉTICO-MORAL .....	79
3.4 O <i>ETHOS</i> : A SEARA DISCURSIVA E O UNIVERSO POLÍTICO .....	82
3.5 O QUE DIZER DA MEMÓRIA? .....	87
3.5.1 A memória no âmbito discursivo .....	88
3.6 OPINIÃO PÚBLICA E A ESFERA DA RECEPÇÃO .....	92
3.6.1 Opinião e esfera pública .....	93
3.6.2 Um olhar sobre a instância receptora .....	96

<b>4 DESVELANDO MANEIRAS DE OLHAR, DIZER, FAZER...</b>	<b>99</b>
4.1 O contrato: contexto situacional e ambiente cognitivo	100
4.2 Patemização e subjetividade: uma perspectiva lacunar	102
4.3 O contrato, reflexões sobre subjetividade e viés manipulatório	105
4.4 Recepção e <i>fake news</i> : possibilidades metodológicas	108
4.5 Memória e subjetividade: disjunções e convergências	112
4.6 O <i>ethos</i> e a dimensão ético-moral	114
4.7 Vamos falar de uma ética algorítmica?	117
4.8 <i>Fake news</i> e esfera pública: O DESPONTAR DE UMA NARRATIVA	120
4.9 Considerações sobre o <i>corpus</i>	123
<b>4.9.1 O pesquisador e o objeto: o dilema da (im)parcialidade</b>	<b>123</b>
<b>4.9.2 A escolha do <i>corpus</i>: da coleta de dados à representatividade</b>	<b>124</b>
<b>4.9.3 Ferramentas de apoio e suportes mediadores</b>	<b>127</b>
<b>4.9.4 O episódio da fachada como parâmetro de audiência</b>	<b>130</b>
<b>5 FALA, <i>CORPUS</i>!</b>	<b>135</b>
5.1 SELEÇÃO E PARÂMETROS MÉTRICOS	135
<b>5.1.1 Imaginários e (re)agrupamentos semânticos: o despontar de um <i>subcorpus</i></b>	<b>137</b>
5.2 DEMANDAS SOCIAIS E ENGENDRAMENTOS DISCURSIVOS	147
5.3 PÓS-VERDADE A SERVIÇO DA DIREITA? ALGUMAS REFLEXÕES...	152
5.4 <i>KIT GAY</i> , UMA AMEAÇA AOS “VALORES”?	156
<b>5.4.1 Contextualização e polemizações</b>	<b>160</b>
<b>5.4.2 Um embate entre legitimação e desconstrução do conhecimento</b>	<b>161</b>
5.5 O <i>POST</i> DA CARTILHA: UMA LEITURA PRELIMINAR...	163
<b>5.5.1 A esfera da percepção...</b>	<b>165</b>
<b>5.5.2 <i>Ethos</i>, memória e representações</b>	<b>168</b>
5.5.2.1 Perfil <i>Lava Jato Notícias</i> : do <i>ethos</i> aos imaginários	169
5.6 O PAI DO “ <i>KIT GAY</i> ”?	176
<b>5.6.1 O parecer crível, o parecer ético</b>	<b>177</b>
<b>5.6.2 Recepção e vestígios de uma harmonia discursiva</b>	<b>179</b>
<b>5.6.3 Recepção e engajamento: o que dizer da subjetividade?</b>	<b>181</b>
<b>5.6.4 Uma reflexão sobre <i>ethos</i>, memória e imaginários</b>	<b>189</b>
5.7 A MAMADEIRA ERÓTICA...	193
<b>5.7.1 Implicitudes do <i>ethos</i>, uma abordagem necessária</b>	<b>197</b>

5.7.2 O “falar regional” como encenação etótica .....	198
5.7.3 Recepção: entre o patêmico e a distração .....	205
5.7.4 Mdiatização e subjetividade: empoderamento em curso? .....	209
5.8 REFLEXÕES SOBRE O CONTRATO, MEMÓRIA E A DIMENSÃO ÉTICA .....	212
5.8.1 Memória e implicitudes éticas .....	216
5.8.2 A problemática da fonte: um gatilho para pensar a ética... ..	222
<b>6 (DES)CONSTRUÇÕES NARRATIVAS E ESPAÇO PÚBLICO .....</b>	<b>225</b>
6.1 UMA TÊNUE FRONTEIRA ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO .....	226
6.2 POTENCIAL DE ALCANCE DAS (DES)CONSTRUÇÕES NARRATIVAS .....	229
6.3 (NEO)CONSERVADORISMO EM PAUTA .....	230
6.4 E AÍ VEIO A PANDEMIA... ..	232
<b>7 SUJEITOS OUTROS... ..</b>	<b>236</b>
7.1 OS CAMINHOS DE UMA DEFINIÇÃO .....	236
7.1.1 Efeito pulsátil e subjetividade fugaz: concepções suplementares .....	241
<b>8 REFLEXÕES FINAIS .....</b>	<b>245</b>
8.1 ASSUNTOS MAIS RECORRENTES .....	246
8.2 <i>ETHOS</i> E ÉTICA .....	247
8.3 INSTÂNCIA RECEPTORA E (DES)CONSTRUÇÕES NARRATIVAS .....	251
8.4 A SUBJETIVIDADE... ..	253
8.5 A DESEJÁVEL SEQUÊNCIA DAS DISCUSSÕES... ..	254
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>256</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Nos anos 1990, Woody Allen dizia que o mundo podia ser horrível, mas ainda era o único lugar onde se poderia comer um bife decente. Nos anos 2000, Cyfer, o personagem de Matrix que decide voltar para o mundo da ilusão, declara: “a ignorância é uma bênção”. Portanto, não deveríamos nos assustar quando o dicionário Oxford declara o termo “pós-verdade” a palavra do ano de 2016. (DUNKER, 2018, p. 11).

Já há algum tempo, mais precisamente no início dos anos 2000, iniciei uma trajetória desafiadora e, ao mesmo tempo estimulante, de se conciliar ferramentas tradicionais de comunicação<sup>1</sup> com as novas tecnologias digitais, ainda incipientes no Brasil, mas que já esboçavam sinais claros de protagonismo para os anos (décadas) que viriam. Mais tarde, com o intuito de ampliar a compreensão no campo das linguagens, e da própria comunicação, acabei sendo “fisgado” por instigantes vicissitudes trazidas, simultaneamente, pela Análise do Discurso (AD), no caso o da seara política, e por “possíveis interpretativos”<sup>2</sup> emergíveis dessa amálgama de possibilidades narrativas.

Pode parecer que tenha vagueado um pouco nas adjetivações anteriores, mas o propósito foi justamente enfatizar parte do que acompanhou o meu percurso profissional e acadêmico até aqui e o que, de certa forma, tornou-se um dos principais ingredientes desta tese. Estou falando daquilo que traz inquietações em determinada época, desafia, mas ao mesmo tempo encoraja a busca por novos caminhos e provocações. Foi a partir dessa toada que ganhou corpo o atual objeto de estudo, perpassando aspectos que envolvem as novas tecnologias, a questão discursiva e, agora, o (re)avivamento da pós-verdade<sup>3</sup> em contextos político-eleitorais.

Levando-se em conta, inicialmente, tais particularidades, adoto, então, como temática neste trabalho reflexões em torno de uma suposta autonomia, ou não, do sujeito diante do fenômeno da pós-verdade (ou das *fake news (fn)*) nos dias de hoje. Partindo de um cenário de disputa política, procuro compreender de que forma o uso das novas tecnologias digitais pode, eventualmente, interferir em (des)construções narrativas<sup>4</sup> capazes de evidenciar

---

<sup>1</sup> Em 2000, ainda estudante de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda –, comecei a atuar como redator para internet em projetos ligados a rádios e TV.

<sup>2</sup> Para Charaudeau (2014, p.63), no âmbito da AD, os possíveis interpretativos surgem (ou se cristalizam) no ponto de encontro entre os processos de produção e interpretação de um determinado texto.

<sup>3</sup> O termo “pós-verdade” é mais bem explorado ao longo deste trabalho.

<sup>4</sup> Mesmo sabendo do uso supostamente desgastado e/ou enviesado do termo « narrativa » no contexto de escrita desta tese, optamos por bancá-lo em nossa escrita. Abordamos isso no segundo capítulo.

“subjetividades” ou, ao contrário, apagá-las. Conforme sinalizado no início, os caminhos que levaram a esse tema estão, de alguma forma, relacionados a experiências e observações inerentes à minha vida acadêmica e/ou profissional. Nesse sentido, posso dizer que contribuíram para essa atual busca epistemológica, entre outros aspectos, constatações e brechas de novas reflexões identificadas a partir de outro trabalho que desenvolvi anteriormente<sup>5</sup>.

Na oportunidade, percebi que formas circulantes nos espaços biográficos<sup>6</sup> de sujeitos políticos, sobretudo aquelas veiculadas na internet (que fogem ao “controle” e capazes de prejudicar suas imagens) constituem uma preocupação (ou ameaça) para essas figuras públicas, que não raro reagem responsivamente a tais falas. Foi possível notar que esses agentes políticos respondiam a essas falas com o intuito de neutralizá-las, procurando impor, como se isso fosse possível, uma história de vida “oficial”, resultante de estratégias que buscaram imprimir autenticidade aos fatos narrados.

Não bastando o incômodo dessas figuras públicas diante da impossibilidade de se “controlar” o que é dito sobre eles na *web*, deparamo-nos, a partir de 2016, principalmente, com o uso crescente das *fake news* nesse ambiente digital. A proporção que alcançou tal prática, sobretudo no contexto político, tornou-se um ingrediente “lacunar” a mais a ser considerado, uma espécie de espinha dorsal do presente estudo. A chamada pós-verdade, bem como seus imprevisíveis desdobramentos nos meios digitais, tornou-se, assim, fundamental para refletirmos não somente sobre o potencial das *fake news*, mas acerca do papel dos variados atores envolvidos na difusão desse tipo de conteúdo.

Se considerarmos mais especificamente a questão discursiva, diríamos que a presente pesquisa vai ao encontro de uma demanda conjuntural da AD no Brasil, que aponta para a necessidade de se desenvolver novas frentes analíticas, coincidentes com o atual momento sócio-histórico. Nesse sentido, atentando para fatores que constituem alguns dos desafios para a AD na atualidade (informação verbal)<sup>7</sup>, entendemos que este trabalho contempla ao menos dois desses pontos carentes de uma discussão mais aprofundada, em termos linguístico-discursivos, que

---

<sup>5</sup> Dissertação defendida em 2015 e intitulada *Os presidenciais no Brasil em 2014: um estudo acerca de representações construídas por meio de fragmentos (auto) biográficos* (AZEVEDO, 2015).

<sup>6</sup> Termo “espaço biográfico” utilizado com base em estudos desenvolvidos por Arfuch (2010).

<sup>7</sup> Assunto discutido por especialistas em AD no Seminário de Oratória, realizado no Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH) em outubro de 2013.

são: 1) a questão dos novos *media*<sup>8</sup> e a reestrutura da vida cotidiana na internet; 2) e análises relacionadas ao processo de construção de imagem na contemporaneidade.

Um dos principais desafios com os quais nos deparamos está, a nosso ver, já na complexidade da tríade que estrutura o nosso objeto, que aborda a pós-verdade sob a ótica da AD (e da subjetividade) a partir do universo digital. Falamos aqui do número (ainda) reduzido de estudos mais conclusivos em torno do assunto na atualidade, sobretudo de referências que tragam reflexões simultâneas envolvendo tais campos do saber. Em pesquisa ao *Portal de Periódicos da Capes/MEC* (BRASIL, 2019)<sup>9</sup>, por exemplo, vê-se que o termo “pós-verdade” aparece em cerca de trinta artigos e estudos publicados entre os anos de 2017 e 2019, mas apenas dois mencionavam vagamente a AD<sup>10</sup>.

Outro dificultador, que não deixa de nos servir também de estímulo, está na necessidade de se aprimorar (ou desenvolver) metodologias de análise mais próximas das demandas advindas do atual contexto, principalmente levando-se em conta esse hibridismo proporcionável pelos novos *media*. Diante das especificidades do meio digital, por exemplo, vemos que uma das nossas principais referências, a TS, não contempla a análise simultânea de elementos (verbais e não verbais) dentro de um mesmo texto. De acordo com Charaudeau (2005), a metodologia usada em seus grupos de estudos consiste em estratificar o objeto em níveis de análise autônomos, correspondentes às diferentes dimensões semiológicas (o verbal, o visual, o gestual).

Por falar nessa tríade que nos orienta neste estudo, elencamos, nas próximas linhas, alguns pontos merecedores de atenção, articuláveis entre si e que podem contribuir para melhor entendimento e fluidez da nossa proposta. São reflexões que perpassam conceitos e procuram situar o nosso objeto tanto do ponto de vista contextual, quanto instrumental (teórico-metodológico) para uma análise de caráter iminentemente interdisciplinar, como aqui propomos.

---

<sup>8</sup> Apesar das inúmeras discussões em torno da designação "novos *media*", adotamos o termo neste trabalho para nos referir a meios que são suportados por uma tecnologia (a Internet), reunindo "num só conceito atributos distintos – como o digital, o *online*, a rede (ou a Internet), as bases de dados ou a realidade virtual, entre outros" (BAPTISTA-FERREIRA, p. 13).

<sup>9</sup> Disponível em: <http://www.periodicos.capes.gov.br/>. Acesso em: 21 jun. 2019.

<sup>10</sup> No decorrer deste estudo, alguns trabalhos relacionados à nossa temática, ainda que de forma fragmentada, serão oportunamente mencionados e (re)discutidos.

Universo ainda pouco estudado, o ambiente das novas tecnologias digitais, sobretudo das redes sociais, certamente carrega particularidades discursivas e hibridismos capazes de trazer significações outras a temáticas não tão novas na história da humanidade, como a questão do “uso da verdade” (ou de informações falsas) no cotidiano e seus eventuais desdobramentos. Tal discussão, em torno da noção da verdade numa suposta “reconfiguração” do espaço social, mostra-se importante para analisarmos, do ponto de vista da AD, essa “subjetividade outra” que pode estar emergindo em meio a essas relações do ambiente virtual.

Considerada um produto da pós-verdade, as *fake news* tornaram-se objeto de atenção mundial em um passado relativamente recente, em 2016, especialmente em circunstâncias sócio-históricas como as que definiram a saída do Reino Unido da União Europeia, o chamado *Brexit* (de *Britain* e *Exit*) e a eleição do republicano Donald Trump como presidente dos Estados Unidos da América (EUA). Não por acaso, como mencionado na epígrafe deste capítulo, o *Dicionário Oxford* declarou o termo “pós-verdade” como a palavra do ano de 2016, sendo definido como “[...] aquilo que relata ou denota circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em moldar a opinião pública do que apelos para emoção e crenças pessoais”. (OXFORD, 2016).

Apesar de o fenômeno ter ganhado notoriedade, em função de importantes fatos políticos na esfera internacional, pode-se dizer que o (res)surgimento de tais práticas tem chamado atenção também em outras partes do mundo. No Brasil, por exemplo, que tomamos como referência para constituir o nosso *corpus*, pôde-se observar que as eleições presidenciais de 2018 foram marcadas pela utilização, “sem precedentes”, das *fake news*<sup>11</sup>, segundo especialistas da Organização dos Estados Americanos (OEA).

Se pensarmos em termos quantitativos, podemos supor que o volume de informações circuláveis nos novos *media*, incluindo as *fake news*, indica a urgência de propormos reflexões outras em torno da temática. Uma pesquisa feita por um grupo da Universidade de São Paulo (USP), por exemplo, divulgada em setembro de 2017, mostra que cerca de 12 milhões de pessoas no Brasil disseminavam notícias falsas sobre política. De acordo com o levantamento,

---

<sup>11</sup> “Uso de *fake news* nas eleições do Brasil é ‘sem precedentes’, diz chefe de missão da OEA”. Disponível em: <https://tinyurl.com/oea-fakenews>. Acesso em: 11 nov. 2018.

se considerarmos uma média de duzentos seguidores por usuário, o alcance dessas veiculações poderia chegar, praticamente, a toda população do País<sup>12</sup>.

Recorrer a mentiras ou a práticas enganosas (como visto nas notícias falsas) não é algo historicamente novo<sup>13</sup>, mas o seu uso massivo nos dias de hoje chama atenção por suscitar, entre outros aspectos, algumas discussões de importância ímpar para refletirmos minimamente sobre o momento histórico em que vivemos. Uma dessas questões, como antes sinalizamos, diz respeito aos novos suportes de veiculação, tecnologias digitais de comunicação que facilitam a propagação dessas “informações”, impactando tanto no volume, quanto na velocidade de sua difusão. Outro aspecto merecedor de atenção também, a nosso ver, parece estar ligado a uma suposta mudança de paradigma que se esboça. Isso principalmente com relação a questionamentos em torno da validade, ou não, de convenções até então socialmente aceitas como predominantes, como a própria noção de verdade associável ao fazer científico e/ou a valores do humanismo.

Na visão de D’Ancona (2018), a pós-verdade não pode ser necessariamente vista como uma mentira ou mera manipulação da verdade, já que os políticos, por exemplo, têm o hábito de se valerem desses artificios há tempos. “A novidade não é a desonestidade dos políticos, mas a resposta do público a isso. A indignação dá lugar à indiferença e, por fim, à convivência.” (D’ANCONA, 2018, p. 34).

Se, de um lado, a mentira tende a ser considerada repreensível na maioria das culturas, recorrer à verdade, de outro lado, pode ser visto quase sempre como algo perigoso, um discurso tóxico capaz de comprometer o próprio convívio social, levar o indivíduo à marginalidade, ao exílio ou até à morte. Ao contrário da mentira, no entanto, a verdade não é vista necessariamente como uma prática refutável ou negativa. Tais observações foram feitas pela linguista francesa Marie-Anne Paveau, após pesquisar o termo “verdade” em diversos dicionários de provérbios mundo afora. Para a autora, isso mostra uma contradição tanto na ideia de “[...] dever universal da verdade, quanto a necessidade natural da verdade na língua e até o caráter virtuoso da verdade”. (PAVEAU, 2015, p. 280).

---

<sup>12</sup> Pesquisa feita pelo Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação (Gpapai) da USP. Disponível em: <https://tinyurl.com/difusao-fakenews>. Acesso em: 14 jul. 2018.

<sup>13</sup> Esse resgate histórico é mais bem abordado em outros pontos da tese.

Conforme mencionamos na nossa temática, além de reflexões em torno da noção de verdade, essa conjunção de fatores parece-nos demandar, entre outros aspectos, estudos mais atentos e atualizados em torno do uso da linguagem e, no nosso caso em particular, do papel do sujeito nessa nova conjuntura. Como problemática<sup>14</sup> principal, buscamos, então, compreender possíveis lugares ocupados pela subjetividade em meio a esse universo marcado pelo uso massivo dos novos *media* no contexto da pós-verdade, bem como estimar eventuais interferências decorrentes dessa atuação no debate público.

Especificamente, como sinalizamos antes, partimos das inquietações trazidas pelo (re)surgimento do fenômeno da pós-verdade, nesse ambiente de comunicação e interação predominantemente digital, para refletir sobre eventuais papéis dos diferentes sujeitos propensos a se manifestar em meio a trocas languageiras que afloram desse contexto. Dentro então desse cenário de “relativização da verdade”, interessa-nos saber em que medida esses sujeitos, supostamente “engajados” digitalmente, participam (ou não) de constructos narrativos que possam pautar o debate público e/ou interferir no direcionamento de políticas de governos, por exemplo. Referimo-nos, mais precisamente, a (des)construções narrativas capazes de influenciar resultados de eleições, incitar o clamor por mudanças em leis e/ou até mesmo, em uma perspectiva mais ampla, forçar certos deslocamentos na própria noção de “verdade” (negacionismo?) alicerçada no conhecimento científico e ideais iluministas, valores considerados estruturantes das próprias sociedades democráticas ocidentais.

Diante desse quadro, trabalhamos com a hipótese de que o fenômeno da pós-verdade, bem como seus desdobramentos nas plataformas digitais<sup>15</sup>, como, por exemplo, a propagação das *fake news*, pode servir de termômetro para presumirmos o afloramento de subjetividades outras a partir desses novos espaços de troca languageira. Tomando como referência primeira, então, a ideia de um sujeito dotado de certa autonomia, entendimento preconizado por autores da atual escola francesa em AD, como Charaudeau, procuramos (re)problematizar essa suposta autonomia, tendo em vista particularidades desse cenário em específico. Não estamos falando exatamente, no caso, de um sujeito sobredeterminado por uma ideologia, nos moldes

---

<sup>14</sup> Utilizamos o termo “problemática” no decorrer deste trabalho de forma semelhante a seu uso em Charaudeau (2011), ou seja, no sentido de remeter a uma questão difícil de explicar, de resolver ou uma afirmação incerta, duvidosa ou mesmo suspeita.

<sup>15</sup> Referimo-nos a plataformas digitais em seu sentido mais amplo, como uma plataforma *online*, «definida como um serviço digital que facilita as interações entre dois ou mais conjuntos distintos e interdependentes de usuários (empresas ou indivíduos) que interagem através da via Internet ». Disponível em <https://tinyurl.com/plataforms>: Acesso em: 16 jun. 2022.

defendidos por Pêcheux e seus seguidores<sup>16</sup>, apesar de recorrermos a algumas noções de certa forma dialogáveis com essa linha de pensamento. O que propusemos foi apenas ampliar um pouco o olhar para além dessas duas correntes teóricas da AD, justamente com o intuito de vislumbrar leituras outras que contemplem certas especificidades do objeto de estudo em si, tais como a presença simultânea de elementos envolvendo a questão da pós-verdade e suas novas conformações digitais. Essa ampliação do olhar problematizando a subjetividade no universo digital pode ser percebida, por exemplo, numa das discussões que sugerimos em torno da chamada ética algorítmica<sup>17</sup>, temática que nos permite refletir, entre outros aspectos, sobre uma suposta privação de liberdade do indivíduo em algumas plataformas, como é o caso do *Facebook* (FB).

Com o propósito de responder, ou ao menos facilitar o entendimento dos pontos levantados na nossa problemática, estabelecemos para a pesquisa alguns objetivos específicos para: 1) analisar assuntos/linguagem recorrentes nas *fn*, confrontando seu potencial de repercussão a imaginários/representações sociais; 2) identificar *ethé* discursivos de perfis engajados (também implícitos) em torno das *fake news*, correlacionando-os à questão da memória e aspectos ético-morais; 3) estimar o potencial de interferência/engajamento<sup>18</sup> dos sujeitos, no âmbito da produção ou recepção, no processo de (des)construções narrativas; 4) situar essa subjetividade outra emergível do ambiente digital, (re)problematizando a questão da relativa autonomia e singularidades do atual momento sócio-histórico.

Consideramos válido pontuar que este trabalho se vincula à linha dois de pesquisa do CEFET-MG (*Discurso, Mídia e Tecnologia*), uma vez que desperta inquietações em torno da discursividade envolvendo, nesse caso, a questão da pós-verdade. Como já mencionado, de uma forma ou outra nos parágrafos anteriores, tal fenômeno ganha novas (re)configurações tendo sua veiculação associada a um suporte midiático versátil, como a internet e as redes sociais, um ambiente com o potencial de reunir, ao mesmo tempo, instantaneidade, abrangência e a possibilidade de agrupamento de diferentes linguagens.

---

<sup>16</sup> Conforme observa Orlandi (1995), Michel Pêcheux é considerado o iniciador da Escola Francesa de AD.

<sup>17</sup> Ver Rossetti e Angeluci (2021).

<sup>18</sup> Adotamos o termo engajamento neste trabalho em consonância com o que diz o *Marketing Science Institute* (MSI): “manifestação comportamental de clientes em relação a uma marca ou empresa que vai além da compra, resultando em condutores motivacionais que incluem atividade boca-a-boca, recomendações, interações, depoimentos, comentários e assim por diante”. Tradução nossa para: *customers' behavioral manifestation toward a brand or firm beyond purchase, which results from motivational drivers including: word-of-mouth activity, recommendations, customer-to-customer interactions, blogging, writing reviews, and so forth*. Disponível em: <https://tinyurl.com/engage-mkt>. Acesso em: 14 set. 2022.

Para organizar textualmente a nossa pesquisa, distribuimos a fundamentação teórica e revisão bibliográfica, metodologia, apresentação e análise do *corpus* em sete capítulos, somadas mais duas seções correspondentes à introdução e reflexões finais, respectivamente.

No segundo capítulo (sendo esta Introdução o primeiro), abordamos a questão da midiatização, em perspectiva histórica e problematizando ainda sua inserção na contemporaneidade, sem perder de vista a emergência de se (re)discutir a subjetividade, em nosso caso no âmbito da pós-verdade. Discutimos, ainda no capítulo, algumas nuances em torno da noção de verdade, ou regimes de verdade, e suas possíveis relações com o (re)surgimento do discurso conservador, bem como seus impactos na noção de sujeito, especialmente sob a ótica foucaultiana.

Já no Capítulo 3, procuramos estabelecer um diálogo entre a TS, nosso ponto de partida teórico-metodológico, e outros aportes e autores que possam suplementá-la analiticamente, proporcionando olhares alternativos e mais amplos no estudo da subjetividade, principalmente. Estão contemplados no capítulo questionamentos (teóricos) em torno de construções narrativas e opinião pública, dos efeitos de recepção no âmbito da AD, da memória, representações sociais (e imaginários), do *ethos* e problematizações envolvendo a dimensão ético-moral.

O percurso teórico-metodológico é detalhado no Capítulo 4, em que buscamos sistematizar a aplicação de elementos previstos na Teoria Semiolinguística (TS) e também outros esquemas, agregáveis e pertinentes à pesquisa em perspectiva interdisciplinar. Abordamos, por exemplo, a operacionalização da noção de contrato, de Charaudeau, em diálogo com conceitos que perpassam a questão das representações (dos saberes) e da memória, da construção etótica e dos efeitos (possíveis) na esfera da recepção. Isso, como em todo o percurso desta pesquisa, sem perder de vista a construção de paralelos entre a noção de um sujeito relativamente autônomo, como a que partimos, e eventuais singularidades das *fake news* no ambiente digital.

No quinto e sexto capítulos, apresentamos o *corpus* em si em paralelo com uma análise distribuída em três fases. Primeiramente, partimos de uma amostra mais ampla das *fake news* circuláveis nas eleições de 2018, efetuando uma discussão mais genérica e propondo um *subcorpus*, representativo, das temáticas com base em aproximações semânticas. Na segunda etapa, dedicamo-nos à análise desse *subcorpus* explorando sua materialidade linguística e vizinhanças (externas) discursivas, sempre procurando perpassar os elementos previstos no

capítulo anterior, de percurso metodológico. Na terceira fase, que alocamos no capítulo 6, revisitamos as etapas anteriores em uma perspectiva teórica mais autoral, situando o objeto de estudo e sua importância diante do atual momento sócio-histórico. Refletimos aí, em tom conclusivo, sobre o processo de (des)construções narrativas e o debate público pautado por uma agenda conservadora.

Finalmente, no sétimo e último capítulo antes das considerações finais, retomamos a temática da subjetividade no contexto da pós-verdade/ambiente digital, apontando possíveis formas de se abordar essa tríade, sob o prisma da AD, considerando as especificidades do assunto e da atual conjuntura. Propomos, então, uma reflexão que contemple, suplementarmente, o “efeito pulsátil de recepção” e a “subjetividade fugaz”, concepções a nosso ver passíveis de serem aprimoradas, inclusive, haja vista a fluidez, a multiplicidade de elementos e variáveis envolvidos na discussão.

## 2 SUBJETIVIDADE, MÍDIA E REARRANJOS DA VERDADE

Na medida em que definimos como ponto de partida o estudo da tríade mencionada acima, assumimos a tarefa de desbravar parte das complexidades inerentes a cada um desses campos do saber, em particular, bem como dar conta de integrá-los a especificidades linguísticas e, ao mesmo tempo, ao caráter interdisciplinar proporcionável pela AD. É esse diálogo, de certa forma extensível a toda a nossa pesquisa, que procuramos iniciar neste capítulo. Trata-se de resgates históricos sempre atentos à possibilidade de sua adequação aos dias de hoje, especialmente, nesse caso, às nuances do nosso objeto de estudo.

Antes de prosseguirmos, cabe-nos observar que o uso dos novos *media* na atualidade vem associado, em linhas gerais neste trabalho, ao termo “cultura digital”<sup>19</sup>, no sentido de nomear uma transição ocorrida entre uma era cultural e outra. Para explicar essas passagens, consideradas sutis, Santaella (2003, p. 24) utiliza “[...] uma divisão das eras culturais em seis tipos de formações: a cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cultura digital”.

Para pensarmos a importância dessa cultura digital no âmbito do ensino-aprendizagem, por exemplo, alguns pesquisadores consideram que estamos passando por um importante processo de inovação no que se refere a formas de produção e circulação do conhecimento. Para Pérez Gómez (2015), que estuda a temática sob a ótica de Inés Dussel, entre outros autores, as tecnologias digitais acabaram inaugurando novo panorama para a aprendizagem, o pensamento e a comunicação humana, transformando a própria natureza dos dispositivos a serviço do pensar, do agir e do se expressar. Dentro dessa perspectiva, Dussel (2010) observa que uma das linhas de pensamento hoje preponderantes, frente a especificidades da chamada cultura digital, é a de que

[...] estamos enfrentando uma inovação em grande escala nas formas de produção e divulgação do conhecimento, [...] uma reestruturação do que entendemos por conhecimento, das fontes e critérios da verdade, e os sujeitos autorizados e reconhecidos como produtores *desse* conhecimento. (DUSSEL, 2010, p. 16, grifo e tradução nossos)<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> Entendemos que o termo “cultura digital” não é utilizado de maneira consensual e/ou homogênea, mas o adotamos neste trabalho, oportunamente, de forma similar ao conceito, também controverso, de midiaticização.

<sup>20</sup> A partir de Gómez (2015), visitamos o estudo original de Dussel (2010). “[...] *estamos ante una innovación de gran envergadura en las formas de producir y circular los conocimientos, [...] una reestructuración de lo que entendemos por conocimiento, de las fuentes y los criterios de verdad, y de los sujetos autorizados y reconocidos como productores de conocimiento*”.

Vemos já na reflexão anterior que mudanças (formas outras de conhecimento, de critérios de verdade etc.) absorvidas no âmbito da cultura digital pressupõem, simultaneamente, deslocamentos na percepção dos sujeitos envolvidos nesse processo. Tais provocações, embora aqui ainda embrionárias, jogam luz sobre o que discutimos mais adiante neste capítulo acerca da chamada “mídia-tização”. Estamos falando de uma perspectiva histórica e pontos de vistas por vezes distintos, mas que deixam subtendida a urgência de se (re)discutir a questão da subjetividade.

Com o intuito de compreender um pouco mais amplamente a questão da pós-verdade, bem como contextualizar o nosso próprio objeto de estudo, buscamos também neste capítulo refletir sobre alguns aspectos envolvendo a noção de verdade, ou no caso, regimes de verdade, tomando como base o pensamento de Foucault (2004). De forma semelhante ao que propomos para falar das correlações possíveis entre o sujeito e mídia-tização, em algumas das próximas seções, propomos também uma discussão que perpassa aspectos dialogáveis entre subjetividade, poder e verdade, entre outros apontamentos compatíveis com o escopo da pesquisa.

## 2.1 HISTORIAM, CONCEITUAM, PROBLEMATIZAM...

Nesta seção, procuramos descomplexificar um pouco as noções de pós-verdade e *fn*, para efeito de nossa pesquisa, bem como refletir sobre algumas particularidades (importantes) inerentes à temática. Isso passa, necessariamente, por um breve resgate sócio-histórico envolvendo o assunto, bem como por relações possíveis de serem estabelecidas entre essa “nova roupagem” da pós-verdade e o desenvolvimento/atuação da imprensa e do próprio fazer jornalístico.

### 2.1.1 Pós-Verdade e *fake news*: demarcando fronteiras

Mesmo cientes de que termos como “*fake news*” e “pós-verdade” – por vezes considerados “modismos” – carregam em si interpretações e complexidades múltiplas e variáveis, optamos por certa “simplificação” conceitual em torno do assunto nesta pesquisa. Tal posicionamento permite, por exemplo, que encaremos as *fn* como um produto da chamada pós-verdade, fenômeno que se caracteriza, de uma maneira geral, pelo desprezo ao factual e à supervalorização das crenças e/ou opiniões pessoais, conforme define o *Dicionário Oxford* (2016).

Embora haja divergências quanto à exatidão dessa etimologia, a qual adotamos neste trabalho, D’Ancona (2018, p. 20) observa que há certo consenso com relação à data em que o termo “pós-verdade” fora utilizado com tal conotação pela primeira vez. Nesse caso, o autor refere-se a um artigo do jornalista sérvio-americano Steve Tesich, publicado em 1992 na revista *The Nation*. O texto de Tesich apontava um suposto trauma dos estadunidenses, principalmente a partir de escândalos como o Watergate e Irã-Contras<sup>21</sup>, entre outros, que os estariam levando a “dar as costas para a verdade” e a conspirar para a sua supressão. Conforme mostra D’Ancona (2018), o artigo de Tesich, mais diretamente mencionando a pós-verdade, traz o seguinte trecho:

Estamos rapidamente nos tornando protótipos de um povo em que os monstros totalitários podem babar em seus sonhos. Todos os ditadores até agora tiveram que trabalhar duro para suprir a verdade. Por meio de nossas ações, estamos dizendo que isso não é mais necessário, que adquirimos um mecanismo espiritual capaz de despojar a verdade de qualquer significado. De uma maneira bastante radical, como povo livre, decidimos livremente que queremos viver em um mundo da pós-verdade. (p. 21).

No que diz respeito especificamente às *fn*, deparamo-nos com uma generalização no uso do conceito, inclusive por agências de checagem<sup>22</sup>, que tendem a incluir sob tal rubrica veiculações que também poderiam ser caracterizadas como meros rumores, boatos, sátiras etc. Com o intuito, então, de delimitar a compreensão acerca do termo, para efeito de nossa análise, concordamos com observações feitas por Recuero e Gruzd (2019), a partir da perspectiva de Shu e outros (2017)<sup>23</sup>, que enquadram as *fn* como (des)informações carentes de autenticidade e produzidas com a intenção de enganar.

Para tanto, trazemos Shu et al. (2017) que apresentam um primeiro caminho, explicitando duas características-chave para este tipo de informação: (1) a falta de autenticidade e (2) seu propósito de enganar. Para os autores, assim, sátiras não seriam *fake news*, pois revelam sua intenção no próprio discurso e formato. A notícia satírica desvela a sua falsidade pelo humor, não tendo o propósito de enganar. Boatos e rumores também poderiam ser excluídos a partir do conceito, vez que lhes falta o desejo de autenticidade (RECUERO; GRUZD, 2019, p. 32).

---

<sup>21</sup> O Watergate levou à renúncia o presidente Richard Nixon; já no episódio do Irã-Contras, durante o governo do republicano Ronald Reagan, integrantes da Agência Central de Inteligência (CIA, na sigla em inglês) facilitaram o tráfico de armas para o Irã, país que sofria embargo econômico. Disponível em: <https://tinyurl.com/pos-verdade-steve>. Acesso em: 22 set. 2020.

<sup>22</sup> Utilizamos apontamentos das agências de checagem (ou de *fact-checking*) como uma das referências para seleção do nosso *corpora* (mais informações no Capítulo 4).

<sup>23</sup> SHU, K.; SILVA, A.; WANG, S.; JANG, J.; LIU, H. Fake news detection on social media: a data mining perspective. *Arxiv*, v. 3, 2017. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1708.01967>. Acesso em: 22 set. 2020.

A partir de seus estudos sobre o tema, Recuero e Gruzd (2019) destacam ainda outros importantes elementos que distinguem as *fn* de gêneros avizinados e, às vezes, vistos como similares. No contexto de suas pesquisas, que também coincide com o nosso propósito neste estudo, os autores mostram que as *fn* não dizem respeito apenas a informações incompletas ou mal apuradas, mas a narrativas falseadas e intencionalmente postas em circulação em prol de determinados interesses, individuais e/ou de certos grupos. Outro aspecto destacado por Recuero e Gruzd (2019), igualmente importante no âmbito de nossa análise, refere-se à “roupagem” assumida por essas *fn*, que, de uma maneira geral, tendem a se apropriar do formato das “notícias reais”, isso em termos de estilo e linguagem, bem como em função de premissas como legitimidade e credibilidade. Essa característica, inclusive, está na definição de *fn*, eleita a palavra do ano 2017 pelo *Dicionário Collins*, que a associa a “[...] informações falsas, muitas vezes sensacionalistas, disseminadas no formato de notícias”. Todo esse raciocínio, segundo Recuero e Gruzd (2019), conduz o olhar para que se possam definir alguns dos principais constituintes das *fn*, que são o [...] “(1) uso da narrativa jornalística e dos componentes noticiosos; (2) [...] a falsidade total ou parcial da narrativa e; (3) a intencionalidade de enganar ou criar falsas percepções através da propagação dessas informações na mídia social” (p. 33).

Para o professor e cientista político Luis Felipe Miguel (2018a), que problematiza a questão em um tom mais crítico, há de se fazer algumas distinções e/ou observações acerca das noções de pós-verdade e *fn*, sobretudo no Brasil. De acordo com o pesquisador, a temática da pós-verdade tem sido deslocada, de maneira nada desinteressada, pelas *fn*. Dar mais destaque à problemática envolvendo as *fn*, segundo o autor, de um lado, permite que se concentrem as discussões e preocupações em torno do noticiário do dia a dia. E isso automaticamente remete à ideia de “necessidade de um remédio”, possível de ser suprida por meio do jornalismo profissional, lar das “*true news*”, o que para o professor seria uma tentativa de se resgatar a “[...] debilitada credibilidade da mídia corporativa”.

De outro modo, Miguel (2018a) vê a pós-verdade como um conceito de maior amplitude, não relacionado a um fato ou outro isolado, mas a narrativas mais abrangentes e fantasiosas, conferidoras de sentido a escolhas políticas e menos vulneráveis às armadilhas do debate. Dessa forma, como não se restringe a um fato falsificado em particular, mas a articulações entre diferentes narrativas, torna-se mais árdua a tarefa de se combater a pós-verdade, se comparada às *fn*.

“Pós-verdade” é mais amplo. Diz respeito não tanto a um fato ou outro – o filho de Lula não é dono da Friboi, Fátima Bernardes não pagou a reforma da casa do esfaqueador de Bolsonaro, as urnas eletrônicas não são controladas por magos do vudu haitianos – e sim a uma narrativa ampla, francamente fantasiosa, que confere sentido a escolhas políticas e que é invulnerável ao debate. [...] Não houve ditadura militar no Brasil, o nazismo era de esquerda, a terra é plana. Tudo isso é “fake”, mas dificilmente pode ser classificado de “news”. São elementos da pós-verdade. (MIGUEL, 2018a)<sup>24</sup>.

Se entendermos dessa maneira, acrescenta Miguel (2018a), podemos perceber a pós-verdade não como um fenômeno e/ou novidade do século XXI, mas, sim, um refúgio das classes dominantes, um recurso acionado por elas sempre que percebem desacreditados os seus próprios discursos.

### 2.1.2 Um breve resgate histórico...

Quando falamos de uma “nova roupagem” da pós-verdade já na abertura desta seção, queremos dizer que a maioria dos estudiosos que visitamos, excetuando divergências pontuais quanto à etimologia, como vimos anteriormente, são quase unânimes em lembrar que práticas semelhantes às hoje observadas no contexto da pós-verdade são recorrentes na história.

Se considerarmos estudos do historiador Robert Darnton, por exemplo, percebemos que “embriões” do que hoje chamamos de *fn*, ou a “invenção de verdades alternativas”, podem ser identificados em quase todos os momentos da história, inclusive na Antiguidade. De acordo com Darnton (2017), já no século VI, o historiador bizantino Procópio escreveu um livro, revelado somente após sua morte, repleto de informações questionáveis com o intuito de abalar a reputação do imperador Justiniano.

Já no ano de 1522, nos diz o autor, o poeta italiano Pietro Aretino tentou interferir na eleição do pontífice romano, escrevendo sonetos contrários aos principais candidatos, excluindo os Médicis, preferidos de seus patronos. Para dar visibilidade a seus escritos, Aretino prendia-os no busto da Pasquino, hoje conhecida como estátua falante e que deu origem aos pasquins<sup>25</sup>, uma maneira de se difundir notícias desagradáveis, muitas vezes falsas, envolvendo

---

<sup>24</sup> Os assuntos mencionados pelo autor na citação tiveram ampla repercussão no Brasil, principalmente, durante o período eleitoral das eleições de 2018.

<sup>25</sup> Por ser símbolo de liberdade de expressão, Pasquim foi o nome dado (por Paulo Francis, Jaguar, Stanislaw Ponte Preta, Ziraldo, Tarso de Castro e Henfil) a um jornal-tabloide de grande sucesso editorial no Brasil, na década de 1970 (BRITO, 2019). Disponível em: <https://tinyurl.com/estatua-falante>. Acesso em: 01 out. 2020.

personagens da vida pública. Apesar de os pasquins não terem desaparecido por completo, eles foram mais tarde (século XVII) substituídos em boa parte por outro gênero mais popular, chamado *canard*, que igualmente disseminava boatos e/ou notícias falsas, tendo circulado em Paris por, pelo menos, 200 anos.

Segundo Darnton (2017), o *canard* ganhou ainda mais notoriedade no contexto da Revolução Francesa, ocasião em que se destacou por eleger como alvo principal a rainha Maria Antonieta, estabelecendo-se como ferramenta de propaganda política.

Durante a Revolução Francesa, os gravadores colocaram o rosto de Maria Antonieta nas placas de cobre e o *canard* ganhou nova vida, como propaganda política deliberadamente falsa. Apesar de não ser possível medir sua repercussão, desde cedo contribuiu para o ódio patológico que se sentia com relação à rainha, que desembocou em sua execução em 16 de outubro de 1793. (DARNTON, 2017).

Ainda de acordo com o autor, a produção e circulação desse tipo de informações (falsas, semifalsas e verdadeiras “danosas”) alcançaram seu ápice em Londres no século XVIII, quando foi ampliado o potencial de alcance dos jornais. Por meio de veículos que circulavam pela cidade (em 1788), em maior volume e frequência, as notícias eram publicadas em sua maioria com apenas um parágrafo, inteirando-se principalmente das “fofocas nos cafés”. Em meio a esse processo, “[...] alguns gazeteiros recebiam dinheiro pelos parágrafos; outros se conformavam em manipular a opinião pública a favor ou contra uma personalidade, uma obra de teatro ou um livro”. (DARNTON, 2017).

Adepto à ideia de que a pós-verdade não é apenas um modismo, nascido e fadado a acabar com a era Trump, D’Ancona (2018) faz um resgate histórico um pouco mais recente para dizer que havia uma premonição inicial da era da pós-verdade já em meados do século XX. Com o intuito de ilustrar o seu ponto de vista, o autor resgata um texto de George Orwell, de 1942<sup>26</sup>, em que este externa o seu incômodo com o “bem-sucedido” avanço do fascismo (e sua propaganda) e, ao mesmo tempo, com o temor de que pudesse desaparecer o “conceito de verdade objetiva”. Nesse ensaio “premonitório” de Orwell, acrescenta D’Ancona (2018), o desconforto não estaria exatamente no risco de parcialidade histórica, o que não seria novidade, mas numa ameaça peculiar de sua época, de que fosse admissível a história ser escrita de forma não verdadeira. O

---

<sup>26</sup> D’Ancona (2018) refere-se ao ensaio *Recordando a guerra civil*, de George Orwell, retirado do livro *Lutando na Espanha*.

receio, nesse contexto, era de que a força do totalitarismo fosse capaz de minar a própria noção de veracidade.

Estabelecendo um paralelo do assunto com os dias de hoje, D’Ancona (2018) acredita que as pressões sobre a verdade atualmente são “[...] mais complexas, dispersas e traiçoeiras. No entanto, também são mais perturbadoras, porque não emanam de um identificável Grande Irmão, Goebbels ou *Izvestia*<sup>27</sup>. Não há nenhuma estátua para ser derrubada.” (p. 15).

### **2.1.3 Imprensa e pós-verdade: confluências, disjunções e transformações**

Conforme verificável no decorrer de nossa pesquisa, inclusive considerando a perspectiva histórica, vemos que o fenômeno hoje chamado de pós-verdade caminha junto com a questão midiática como um todo, o que passa também, e necessariamente, pela discussão envolvendo o fazer jornalístico e o papel da imprensa na contemporaneidade. Nesse sentido, seria ingênuo encarar a pós-verdade como um movimento isolado, ou que tem conquistado adeptos e destaque de maneira natural e/ou espontânea.

Boa parte dos especialistas que consultamos vê o “êxito” de certas práticas “pós-verdadeiras”, entre outras hipóteses, como o resultado ou consequência de uma crise pela qual passa o fazer jornalístico tradicional, seja pela deterioração de sua credibilidade e/ou função social, seja pelo desgaste em seu formato, considerado “defasado” em relação às novas tecnologias. Quando Miguel (2018a) refere-se ao jornalismo profissional como lar das “*true news*”, por exemplo, ele está, ironicamente, estabelecendo um paralelo entre o que a imprensa representava, ou desejava representar, o lugar da “verdade”, e o seu posterior enfraquecimento em termos de credibilidade e protagonismo. Papéis sociais estes que a “mídia corporativa”<sup>28</sup> tenta hoje retomar para si, sobretudo no Brasil.

Aprofundando parte dessa problemática, o jornalista e sociólogo espanhol Ignacio Ramonet, aborda, entre outras questões, o fazer jornalístico na contemporaneidade e questiona o papel da mídia em ambientes predominantemente democráticos. Em linhas gerais, Ramonet (2013)

---

<sup>27</sup> Termo utilizado para designar o Diário Oficial da antiga União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS).

<sup>28</sup> A expressão mídia corporativa, aqui utilizada por Miguel (2018a), faz referência à denominada indústria da comunicação, ou de quarto poder, até há algum tempo considerada um dos pilares da democracia representativa. Disponível em: <https://tinyurl.com/midia-corporativa>. Acesso em: 22 mar. 2021.

discute (1) as transformações pelas quais tem passado o mercado midiático; (2) a questão dos grupos de controle cada vez mais restritos e específicos dentro do segmento; e, por fim, (3) traz à baila o papel desempenhado pelos meios de comunicação (ou que deveriam desempenhar) como mecanismo de formação da opinião pública, ou seja, um elemento de quarto poder (ou contrapoder) nas democracias.

Com um tom notadamente crítico em relação aos rumos tomados pela mídia convencional<sup>29</sup> já há algum tempo, Ramonet atenua, no entanto, um desfecho mais catastrófico que esse fenômeno teria para a democracia ao apontar a internet, por exemplo, como possível novo lugar para a participação e o exercício da cidadania.

Ao falar das transformações e dos desafios (para a mídia convencional) típicos da contemporaneidade, Ramonet observa que o tempo para a abordagem analítica, outrora inerente e inseparável do próprio fazer jornalístico (e do papel do jornalista em si), tem dado lugar ao imediatismo e, conseqüentemente, a uma informação mais rasa. Nesse contexto, em que a imprensa escrita estaria sofrendo ainda mais, por ter um processo intrínseco e estruturalmente mais lento e complexo, os fatos noticiosos surgem com mais velocidade e acabam se sobrepondo uns aos outros, atropelando-se entre si sem que haja tempo para uma análise mais minuciosa por parte da imprensa. Segundo o autor, tal fenômeno faria com que algumas dessas informações fossem facilmente esquecidas e/ou deixadas para trás, sem que pudéssemos delas nos inteirar com maior profundidade e/ou que soubéssemos exatamente o seu desfecho. Estar-se-ia diante de um excesso informativo, o que na visão do autor geraria pouca confiabilidade e aumentaria a possibilidade de erros (o que é dito hoje pode ser desmentido amanhã, por exemplo). Estaríamos, assim, diante de um fenômeno em que a mera repetição da informação pelos mais variados veículos, muitas vezes sem o devido aprofundamento, acabaria servindo como prova de uma veracidade.

O fator espaço-tempo e as dificuldades financeiras enfrentadas pela maioria dos veículos de mídia estariam ainda, na visão de Ramonet (2013), fazendo com que fosse reduzida a importância da presença física de correspondentes nos locais dos acontecimentos. Para o autor, o entendimento, outrora preponderante nas redações, de que “estar presente é saber” não

---

<sup>29</sup> Ramonet (2013) utiliza o termo "mídia convencional" (o que chamamos também neste trabalho de mídia tradicional) para se referir à imprensa escrita, rádio, televisão e outros meios de comunicação (não digitais) voltados à produzir informação, não necessariamente entretenimento.

funciona mais. Isso se dá em função da velocidade das informações (e/ou da necessidade de que circulem com rapidez) e da instantaneidade com que todos possam acessá-las. Nesse caso, um correspondente estaria sob a constante vigilância de sua própria redação que, mesmo não estando presente, poderia saber tanto quanto ou mais que o seu jornalista (presente fisicamente) acerca de determinado acontecimento.

Dentro dessa ótica, a credibilidade dos meios de comunicação, que de certa forma também se relaciona com a questão da velocidade das informações e o crescimento da internet, é mesmo importante ponto de reflexão proposto por Ramonet (2013). Com o novo cenário, em que jornais impressos, por exemplo, enfrentam uma redução no número de assinantes, torna-se cada vez mais raro encontrar um periódico que seja capaz de preservar uma identificação político-ideológica com determinado perfil de leitor, o que acontecia com frequência até pouco tempo atrás e soava como fator de credibilidade. Essa estratégia estaria ligada, segundo Ramonet, a uma necessidade de os grupos de mídia alcançarem um público diversificado, na expectativa de estancar a queda no seu número de assinantes. A credibilidade estaria ameaçada ainda, de acordo com o estudioso, com a crescente dificuldade de as pessoas discernirem o que é informação do que é comunicação diante daquilo que os veículos (como mídia convencional) lhes oferecem no dia a dia. Para o autor, muitas vezes, o público tem sido levado a consumir comunicação (que tem naturalmente um tom elogioso) como se fosse informação (o que não tem como objetivo elogiar e serve de contrapeso ao discurso institucional dominante).

A sutileza dessa mistura de informação e comunicação no meio jornalístico, no entanto, não ocorre por acaso. Para Ramonet (2013), ela é sintomática de uma mudança de estrutura ou de comando nos meios de comunicação, que têm se tornado cada vez menos independentes política e economicamente. Com um modelo gerencial de pouca (ou quase nenhuma) rentabilidade, segmentos da mídia como a imprensa escrita, por exemplo, têm ficado nas mãos de “oligarcas” que não estão tanto interessados em lucros financeiros. Esses grupos estariam, sim, em busca de consolidação e domínio de projetos de poder, de exercer uma influência político-ideológica, o que necessariamente levanta a dúvida se defenderiam os interesses dos cidadãos ou dos proprietários. Nesse cenário, observa o pesquisador, os conglomerados midiáticos se tornam grandes atores do mercado, com a missão de difundir ideologias disfarçadas de informação e acabam se transformando em peças centrais nas dinâmicas da globalização e do neoliberalismo, ou seja, numa poderosa ferramenta ideológica da globalização ancorada fundamentalmente no poder econômico-financeiro e midiático.

No momento em que busca uma reflexão sobre os novos “proprietários” dos meios de comunicação, o autor deixa transparecer talvez a sua maior preocupação e posicionamento crítico (para não dizer pessimismo) em relação aos rumos assumidos pelos grandes conglomerados de mídia, principalmente no que diz respeito ao seu importante papel nas democracias. Para Ramonet (2013), a democracia moderna não pode funcionar sem os meios de comunicação, considerados o quarto poder, em referência (e complementaridade) aos três poderes que já temos como legitimadores da democracia (Legislativo, Executivo e Judiciário). É nesse contexto que aparece em destaque a configuração da opinião pública, que é fomentada pela imprensa e surge como o próprio reflexo dos meios de comunicação. Segundo o autor, a opinião pública funciona (ou deveria funcionar) pressionando os poderes legítimos, transmitindo a eles o seu descontentamento e/ou desaprovação diante de um determinado tipo de prática que seja incompatível com o bom funcionamento da democracia, que, por sua vez, não se sustenta sem a liberdade de expressão. Diante do quadro de privatização da mídia, no entanto, que se volta principalmente para a defesa de interesses particulares e projetos de poder, Ramonet observa que esse “quarto poder” não está na atualidade cumprindo o seu papel de “contrapoder”, ou seja, de mecanismo questionador e crítico aos poderes instituídos, de forma a exercer o seu papel no amparo da cidadania e da própria democracia.

Em meio então a esse cenário incômodo e de certa forma “catastrófico” que se desenha, Ramonet (2013) nos chama à reflexão questionando: “Mas quem critica o poder midiático? Em nossas sociedades, ele é o único sem um contrapoder. Portanto, não é democrático” (p. 66). A resposta do autor para atenuar esse panorama inquietante está relacionada ao poder da internet na atualidade. É a internet, acredita o pesquisador, que nos permite voltar a sonhar com a democratização da informação. Nesse sentido, ganha destaque, por exemplo, a figura do “cidadão informante”, que pode ser um amador (no sentido de não ser um profissional da comunicação), mas, ao mesmo tempo, ser qualificado, destacar-se como profissional em sua área específica de atuação e ter, com a internet, uma forma célere e barata de difundir, com a credibilidade necessária, seus conhecimentos. Tal fenômeno faz surgir, na visão de Ramonet, uma espécie de concorrência entre amadores especialistas e jornalistas profissionais, o que acaba forçando um redesenho do fazer jornalístico e contribuindo para que esse “cidadão informante” se torne um personagem-chave e salutar para a sobrevivência da própria democracia. Para exemplificar suas suposições, o autor cita a existência de *sites* de informação capazes de mesclar três elementos: informação original, informações elaboradas por outros

meios de comunicação (ex.: seleção de melhores artigos da *web*) e também *blogs* que reúnem informações variadas dos mais diferentes profissionais. Esse modelo, nos diz Ramonet, ilustra bem um cenário em que há a possibilidade de crescimento massivo da cidadania, num espaço que reúne as instâncias produtoras e consumidoras de informação.

Apesar de a abordagem trazida por Ramonet, acreditamos, problematizar as questões relativas à mídia a partir de experiências e observações em outros países (a França, por exemplo), não podemos deixar de destacar que vários dos pontos levantados parecem coincidir com o atual cenário brasileiro. E a concentração da mídia nas mãos de poucos grupos privados é um desses problemas, já que apenas cinco famílias controlam metade dos 50 veículos de comunicação de maior audiência no Brasil, segundo levantamento de 2017 do Monitoramento da Propriedade da Mídia (*Media Ownership Monitor* ou MOM)<sup>30</sup>.

Para o MOM-Brasil, a independência e a pluralidade da mídia são elementos indispensáveis à sustentação do sistema democrático, já que os meios de comunicação são capazes de influenciar a opinião pública e, nesse sentido, a diversidade de seus conteúdos e pontos de vista são, ou deveriam ser, fundamentais para a promoção de uma discussão crítica. A partir dessa premissa, o MOM-Brasil buscou, então, em suas pesquisas, mapear os veículos de maior audiência (capazes de mobilizar a opinião pública) e os seus grupos controladores, bem como criar indicadores do risco ao pluralismo e independência da mídia. Entre os indicadores estão a concentração da audiência (e da propriedade); a existência (ou não) de controles externos e critérios relacionados à transparência, já que o pluralismo pode ficar comprometido quando não se conhece os detentores do controle sobre cada veículo; eventuais outros negócios; e interesses que podem estar por trás desse processo de produção das notícias. No Brasil, o resultado disso indica “alerta vermelho”.

Nosso sistema de mídia mostra alta concentração de audiência e de propriedade, alta concentração geográfica, falta de transparência, além de interferências econômicas, políticas e religiosas. Foram analisados 50 veículos em quatro segmentos (TV, rádio, mídia impressa e *online*), que pertencem a 26 grupos de comunicação (MOM-Brasil, 2017).

---

<sup>30</sup> Financiada pelo governo alemão, o MOM é viabilizado em parceria com o Coletivo Brasil de Comunicação Social (Intervezes) e a Repórteres Sem Fronteiras (RSF), Organização Não Governamental (ONG) sediada na França. Disponível em: <http://brazil.mom-rsf.org/br/proprietarios/>. Acesso em: 14 out. 2020.

Retomando Ramonet (2013), vemos que o autor encara a internet como ferramenta capaz de contribuir para o redesenho do fazer jornalístico e a democratização da informação na atualidade, o que consideramos uma ideia admissível. Entendemos, no entanto, que certas intercorrências podem corromper e/ou dificultar, ao menos em parte, o “bom uso” da internet em meio a essa empreitada de se “remodelar o jornalismo”. É o que podemos perceber, por exemplo, diante desse recrudescimento da pós-verdade. Utilizando as mesmas palavras de Ramonet, só que ironicamente no contexto da internet e das *fn*, diríamos que estamos mais do que nunca consumindo comunicação como se fosse informação, numa dinâmica em que a repetição e os compartilhamentos acabam servindo como prova de veracidade. Ou seja, está-se replicando nas plataformas digitais certas práticas e/ou modelos assimilados a partir da convivência com a mídia convencional.

Tomando como exemplo essa questão dos compartilhamentos (e engajamentos) no contexto da pós-verdade, não podemos deixar de refletir ainda sobre eventuais formas de circulação desse tipo de conteúdo, propenso a ser potencializado pela quase certa interferência dos robôs e/ou algoritmos. Em uma de suas leituras envolvendo a temática, D’Ancona (2018) faz algumas observações importantes para aprimorar nossa reflexão sobre o que diz Ramonet (2013) em relação a certos comportamentos e transformações proporcionáveis pelas novas tecnologias digitais. No que diz respeito à questão comportamental, D’Ancona (2018) destaca algumas práticas e/ou instintos do passado, especialmente no consumo midiático, que acabaram migrando para as novas plataformas digitais, como é o caso da chamada “triagem homofílica”, que estaria relacionada ao impulso humano de juntar-se àqueles com ideias semelhantes. Esse tipo de impulso, nos lembra D’Ancona (2018), podia ser percebido, por exemplo, entre leitores com perfis diferentes que se identificavam com dois grandes jornais do Reino Unido, o *Daily Telegraph* e o *Guardian*, adeptos a linhas editoriais distintas. Enquanto o primeiro atraía mais os leitores de centro-direita, o segundo veículo era preferido pelo público de uma esquerda liberal. D’Ancona (2018) nos mostra, no entanto, que apesar das posturas mais segmentadas dos dois periódicos e da tendência de os leitores escolherem as suas “bolhas editoriais”, ambos os veículos eram considerados provedores confiáveis e boas fontes de informações, compromissados com os fatos. Para ilustrar essa peculiaridade de uma época, D’Ancona (2018, p. 53) chega a citar uma fala de C. P. Scott, editor do então *Manchester Guardian* - de 1872 a 1929, que dizia: “Os comentários são livres, mas os fatos são sagrados.”

E essa distinção (ou a sua ausência) entre fatos e opiniões talvez seja um dos pontos marcadores de ruptura entre o jornalismo tradicional e o formato de veiculação ditado pela internet e suas redes sociais, já que, na visão de D’Ancona (2018), essa separação se perdeu no “miasma on-line” dos algoritmos e acabamos por nos deixar aprisionar pelas bolhas.

A mídia social e os mecanismos de busca, com seus algoritmos e *hashtags*, tendem a nos dirigir para o conteúdo de que vamos gostar e para as pessoas que concordam conosco. Muitas vezes, rejeitamos como “*trolls*” aqueles que se atrevem a discordar. A consequência é que as opiniões tendem a ser reforçadas, e as mentiras, incontestadas. Definhamos no assim chamado “filtro bolha” [...]. De fato, nunca houve um modo mais rápido e mais poderoso de espalhar uma mentira do que postá-la on-line. (D’ANCONA. 2018, p. 53)

Em uma reflexão mais recente relacionada a essa temática, Ramonet (2018) admite que o modelo de informação governado pelos algoritmos pode ser considerado dominante na atualidade, destacando que o campo midiático não mais se restringe aos limites da mídia tradicional, outrora representada pela tríade sagrada: imprensa escrita, rádio e televisão.

O que fazia uma informação sair nas primeiras páginas da imprensa tradicional de papel? Era o conselho editorial ou, em última instância, o editor-chefe ou o diretor do jornal que decidia de maneira soberana, em função do conjunto de notícias do dia. Hoje, quem decide colocar na abertura de tela tal ou qual informação na versão web de uma mídia? É o número de “cliques”, consultas digitais, que automaticamente fazem “subir” a informação, deixando-a em destaque. A hierarquia de informações é agora determinada pelo número de cliques. (RAMONET, 2018).

Ou autor observa, no entanto, que grandes empresas hoje detentoras dessa tecnologia algorítmica, como Google ou *Facebook*, são capazes também de distorcer os dados, o que significa dizer que temos a possibilidade de comprar os “primeiros lugares”, para que as informações que queremos possam estar, por exemplo, mais bem posicionadas nos mecanismos de busca. Ramonet (2018) lembra que os primeiros lugares do Google não são dos assuntos mais consultados, mas daquelas informações cujos anunciantes pagam por sua visibilidade. “Se o usuário não prestar atenção, ele será pego. Além desses casos, para todas as mídias, o sistema é o mesmo: são as redes sociais que determinam a hierarquia das informações” (RAMONET, 2018, *online*).

Talvez todo esse fenômeno discutido acima seja resultado, entre outros aspectos, da descrença e da já desgastada relação das pessoas com o jornalismo profissional, mas não podemos desconsiderar nesse jogo a presença de interesses e disputas (por poder...) que tendem a se aproveitar dessas “fragilidades”. De uma forma ou de outra, não há como desvincular a atuação

da mídia e do corroído modelo jornalístico do triunfo hoje alcançado por certos produtos da pós-verdade, como é o caso das notícias falsas. Na medida em que “abandona” a sua função de contrapoder, como diz Ramonet (2013), o fazer jornalístico acaba cedendo espaço a outras formas de comunicação, a nosso ver, nem sempre compromissadas com as regras do jogo democrático. No caso das *fn*, por exemplo, podemos dizer que elas são capazes de artificializar o debate na esfera pública, incluindo assuntos relacionados aos poderes instituídos, produzindo efeitos desarmônicos na transparência e pluralidade de vozes e deixando desamparadas a cidadania, a discussão crítica e, por conseguinte, a própria democracia. Afinal, “[...] quanto mais plural é o conteúdo da mídia, maior a diversidade de visões de mundo disputando a esfera pública. Trata-se de uma exigência para o funcionamento efetivo do regime democrático” (MIGUEL, 2017).

#### **2.1.4 Em nome da democracia: a mídia e suas “true news”**

Mencionamos anteriormente o papel e a importância da mídia na manutenção e sobrevivência da democracia. Mas como podemos articular essas ideias de forma a associá-las à questão da pós-verdade? Miguel (2017) traz algumas reflexões e provocações que, a nosso ver, podem facilitar essa compreensão.

Para desenvolver seu raciocínio, cético em relação à harmonia que deveria existir entre imprensa e os ideais democráticos, Miguel (2017) parte de problematizações envolvendo as próprias noções de democracia. Para o autor, o conceito em si já se mostra envolto em polêmica, na medida em que significa, por um lado, “governo do povo” e, por outro, um conjunto de instituições políticas que, em sentido particular, prevê a possibilidade de populares serem elevados democraticamente a posições de poder. Esse entendimento, no entanto, não se sustenta na prática, segundo Miguel (2017), já que, nos regimes em que geralmente temos como “democráticos”, o povo não governa. Nesse sentido, a suposta influência popular nas decisões políticas acaba sendo filtrada por dispositivos de intermediação, entre os quais se destaca a mídia.

Miguel (2017) observa que os veículos de mídia tradicionais, hoje nas mãos de poucos, ocupam um lugar de centralidade na política contemporânea, daí a sua importância nesse processo de intermediação. Na visão do autor, esses meios ainda são a principal fonte de informação dos cidadãos, são ferramentas de difusão dos discursos dos agentes políticos, além de representar

um ambiente em que acontece o debate político. Apesar de ver as novas tecnologias como uma alternativa para os cidadãos ingressarem no debate público, Miguel (2017) entende que continua circunscrita aos meios convencionais “[...] a capacidade de orientar a atenção pública, definindo a agenda e os enquadramentos dominantes”.

Segundo o autor, no entanto, esses veículos tradicionais, como mecanismos de intermediação, acabam funcionando tal qual ferramenta que molda a suposta influência popular nas decisões políticas, não raramente enviesando o debate em prol de determinadas pautas e/ou grupos em detrimento de outros. É nesse entrecruzamento de interesses que a mídia tradicional entra com seus enquadramentos, travestida de uma falsa imparcialidade e credibilidade, mas sempre direcionando o olhar, restringindo a pluralidade de vozes e informações.

Nos regimes que, em geral, aceitamos como “democráticos” o povo não governa. Sua influência nas decisões políticas é filtrada por mecanismos de intermediação, entre os quais a mídia. A falsificação escancarada e a omissão deliberada não resumem o repertório de formas de intervenção política da mídia. Ainda mais crucial é o poder de determinar a agenda que receberá atenção pública, os agentes e as posições relevantes. Há casos de manipulação ostensiva, mas o mais importante é o efeito sistemático da reduzida pluralidade do noticiário. (MIGUEL, 2017).

Como Miguel (2017) não define exatamente o que quer dizer com “enquadramento”, fazemos aqui um breve apanhado sobre o assunto. Em uma de nossas publicações (AZEVEDO; GOMES, 2016)<sup>31</sup>, em que analisamos narrativas relacionadas ao *impeachment* de Dilma Rousseff em 2016, verificamos que não há hoje uma “uniformização” conceitual acerca da temática dos enquadramentos. De acordo com Porto (2004), no entanto, apesar de ainda não existir um tratamento consensual sobre o que sejam os enquadramentos da mídia, é possível identificar alguns pontos principais e lacunas a serem trabalhadas a partir de estudos já realizados. Para o que nos interessa nesse momento, destacamos a título ilustrativo dois posicionamentos sobre a temática, um representando genericamente a noção de enquadramento e outro, mais específico, que apresenta a necessidade de alguns refinamentos conceituais nos estudos em torno do assunto.

Em uma perspectiva mais ampla sobre o conceito, Porto (2004) observa, com base em estudos feitos por Kahneman e Tversky (1984)<sup>32</sup>, que o processo de “formação de preferências” pode,

---

<sup>31</sup> Parte desse breve apanhado sobre a questão dos enquadramentos foi também discutido em artigo que produzimos (AZEVEDO; GOMES, 2016).

<sup>32</sup> KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. Choices, values, and frames. *American Psychologist*, v. 39, n. 4, p. 341-354, 1984.

sim, ser alterado a partir da manipulação do factual, assim como pelo enquadramento adotado. Seguindo tal perspectiva, os enquadramentos são vistos como importantes instrumentos de poder, na medida em que os seus efeitos podem ser potencializados sem que se tenha consciência do seu impacto nas decisões e ainda serem utilizados para alterar a atratividade das opções dadas.

No âmbito mais específico, Porto (2004) identifica a necessidade de se aprimorar as distinções entre tipos de enquadramentos, hoje mencionados em alguns casos como noticiosos ou temáticos, com o intuito de anular certa confusão no momento de se aplicar o conceito em sua abrangência. Porto (2004) propõe, então, distinguir dois tipos principais de enquadramento, que seriam os enquadramentos noticiosos, mais dependentes das escolhas do jornalista, e os enquadramentos interpretativos, que envolvem atores e pontos de vista (e interesses) externos.

*Enquadramentos noticiosos são padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados por jornalistas para organizar seus relatos. No jargão dos jornalistas, este seria o “ângulo da notícia”, o ponto de vista adotado pelo texto noticioso que destaca certos elementos de uma realidade em detrimento de outros. [...] Já os enquadramentos interpretativos operam em um nível mais específico e possuem uma independência relativa em relação aos jornalistas que os relatam. [...] são padrões de interpretação que promovem uma avaliação particular de temas e/ou eventos políticos, incluindo definições de problemas, avaliações sobre causas e responsabilidades, recomendações de tratamento, etc. Estas interpretações são promovidas por atores sociais diversos, incluindo representantes do governo, partidos políticos, movimentos sociais, sindicatos, associações profissionais, etc. (PORTO, 2004, p. 73; 104, grifos no original).*

Do ponto de vista da AD, diríamos que esse debate sobre os enquadramentos pode guardar alguma proximidade com as ideias envolvendo as noções de destacabilidade (sobreesseveração e aforização) propostas pelo linguista Dominique Maingueneau. Objeto de refinamentos e/ou reformulações posteriores feitos pelo próprio Maingueneau<sup>33</sup>, tais conceitos dizem respeito, de uma maneira geral (neste caso, no âmbito da mídia), a enunciados que possam ser “manuseados” pelos seus mais diferentes operadores (jornalistas, assessores de imprensa, editores etc.), de forma a marcar um maior ou menor distanciamento de sentido (ou autonomia) em relação ao texto original. Pensando sob esse prisma, nada impede, por exemplo, “[...] que um jornalista converta soberanamente em *slogan*, graças a uma manipulação apropriada, qualquer sequência de um texto” (MAINGUENEAU, 2008, p. 84).

<sup>33</sup> Referimo-nos a um percurso teórico delineado por Maingueneau que parte da noção de sobreesseveração e desemboca em particularidades definidoras do chamado “regime aforizante”. Um estudo sobre tal percurso é desenvolvido e condensado por Cabral (2021). Disponível em: [tinyurl.com/aforizante](http://tinyurl.com/aforizante). Acesso em: 22 dez. 2021.

Retomando Miguel (2017), agora abordando mais especificamente a questão da pós-verdade, o autor lembra o (re)surgimento do termo durante as eleições nos EUA, em 2016, marcada pelo uso de notícias falsas contra adversários do então presidenciável Trump. Na ocasião, observa Miguel, ficou comprometida a possibilidade de debate público, tendo em vista que os cidadãos passaram a se orientar por boatos e falsificações, em vez de recorrer a informações “verdadeiras” veiculadas pelos veículos tradicionais. Tal cenário, nos diz o pesquisador, serve para mostrar que, de fato, as novas tecnologias turbinaram de maneira inédita o uso das mentiras e boatos como armas de manipulação. Paralelamente a esse fenômeno, capaz de impactar diretamente a democracia, temos ainda a segmentação do público em bolhas, num espaço de inter-relações quase nulas que comprometem a noção de um universo comum, importante na interface do debate público. Apesar, então, de compreender as circunstâncias das estratégias pós-verdadeiras e seus impactos nas regras do jogo democrático, Miguel (2017) acredita que “[...] o discurso da ‘pós-verdade’ contrabandeia a velha ideia de que o jornalismo é um canal neutro por onde passam os ‘fatos’, de forma objetiva, neutra e imparcial”. A partir desse ponto de vista, podemos perceber, que o autor se refere ironicamente à mídia tradicional como veiculadora das “*true news*”. Ou seja, até que ponto poderíamos confiar na mídia tradicional como portadora da “verdade”, da neutralidade, e demonizar as *fn*, já que ambas se assemelhariam ao apresentar uma versão distorcida e/ou enganosa dos fatos?

Esse questionamento, inicialmente não tão óbvio, foi aos poucos se tornando inevitável no decorrer de nossa pesquisa, já que não podemos simplesmente desconsiderar a interferência da mídia (e do fazer jornalístico) nesse processo de (re)aflorescimento da pós-verdade. Seja como parâmetro comparativo de referência, seja como elemento catalisador do (re)surgimento da pós-verdade, acreditamos que o papel da mídia deva ser continuamente levado em conta em nossas análises, sempre com um olhar crítico em torno de sua atuação (enviesada ou não) ou até mesmo omissão.

### **2.1.5 “Desarmando” o jornalismo...**

No que diz respeito a uma certa tentativa de “nivelamento de papéis” entre a apuração jornalística e as *fn*, como aponta Miguel (2017) e outros autores, diríamos que consideramos válido o aprofundamento da discussão. Para efeito de nossa pesquisa, no entanto, entendemos ser importante priorizarmos o âmbito das distinções entre esses dois mundos, não das

semelhanças. Uma das inspirações que encontramos para distanciar as noções de pós-verdade e do fazer jornalístico pode ser extraída, metaforicamente, da passagem a seguir:

[...] Limpa a arma como alguém cuida do seu carro no fim de semana. Mas uma arma não é um carro, e um carro não é um livro. O carro não foi feito para matar, embora com frequência atropela e mate. Inclusive o motorista. Já a arma foi feita para destruir o outro, ainda que possa ser também um instrumento suicida. O livro nos leva mais longe do que um carro. O livro é uma arma feita para transmitir ideias vivas (PERISSÉ, 2019).

No trecho anterior, adaptado a partir de uma crônica de Affonso Romano de Sant'Anna<sup>34</sup>, Perissé (2019) faz um exercício para exaltar a importância do livro, ao mesmo tempo em que critica, implicitamente, a questão do armamento, temática amplamente discutida e polarizada no Brasil. Esse posicionamento em específico, a nosso ver, faz cair por terra alguns argumentos armamentistas de que uma arma pode matar da mesma forma que um carro, uma tesoura ou até um liquidificador<sup>35</sup>, por exemplo, já que tudo dependeria do uso que se faz do instrumento, não do artefato em si. Nesse caso, o autor contrapõe tais ideias recorrendo aos usos para os quais esses instrumentos foram originalmente destinados. Ao pesquisar em dicionários, por exemplo, definições para os termos “arma” e “automóvel”, temos: “[...] Arma. 1. instrumento, mecanismo, aparelho [...] para proporcionar vantagem *no ataque e na defesa em uma luta, batalha ou guerra*; [...] Automóvel. 3. veículo, movido a motor de explosão [...] que se destina *ao transporte de passageiros ou carga* [...]”. (HOUAISS, 2009, grifos nossos).

Trazendo raciocínio semelhante para o nosso objeto de estudo, valemo-nos da metáfora anterior para dizer que temos diferenças, para não dizer antagonismos, já na acepção dos termos que remetem a jornalismo (ético/profissional) e a *fn*, respectivamente.

O significado de “jornalismo” em dicionários de definição, por exemplo, traz em tom mais restritivo (e objetivo) o termo associado ao fazer jornalístico em si, bem como a certos suportes de veiculação das informações. O Houaiss (2009) define jornalismo, entre outras acepções, como “[...] atividade profissional que visa coletar, investigar, analisar e transmitir periodicamente ao grande público, ou a segmentos dele, informações da atualidade, utilizando veículos de comunicação (jornal, revista, rádio, televisão etc.) para difundi-las”. Já em uma

<sup>34</sup> Mineiro de Belo Horizonte/MG, Affonso Romano é um poeta, crítico e professor de literatura e jornalista. Disponível em: <https://tinyurl.com/Affonso-romano>. Acesso em: 20 set. 2020.

<sup>35</sup> Ex.: ao defender a posse de armas dentro de casa, Onyx Lorenzoni, então ministro da Casa Civil do governo Bolsonaro, chegou a comparar o grau de periculosidade de uma arma de fogo ao de um liquidificador para uma criança. Disponível em: <https://tinyurl.com/arma-liquidificador>. Acesso em: 16 out. 2020.

perspectiva mais ampla e crítica, o jornalismo acaba sendo problematizado abordando aspectos referentes à sua (desejável) neutralidade, às dimensões ética e técnica, ao compromisso com a verdade factual e à pluralidade, entre outras questões. O professor Nilson Lage faz um apanhado que sintetiza um pouco essa ideia do fazer jornalístico em seu sentido mais amplo.

No conceito amplo, que os críticos chamam de neutro, jornalismo é atividade de natureza técnica caracterizada por compromisso ético peculiar. O jornalista deve saber selecionar o que interessa e é útil ao público (o seu público, o público-alvo); buscar a associação entre essas duas qualidades, dando à informação veiculada a forma mais atraente possível; ser verdadeiro quanto aos fatos (verdade, aí, é a adequação perfeita do enunciado aos fatos, *adaequatio intellectus ad rem*) e fiel quanto às ideias de outrem que transmite ou interpreta; admitir a pluralidade de versões para o mesmo conjunto de fatos, o que é um breve contra a intolerância; e manter compromissos éticos com relação a prejuízos causados a pessoas, coletividades e instituições por informação errada ou inadequada a circunstâncias sensíveis. (LAGE, 2014, p. 21).

Como percebemos nesse breve resgate conceitual, pode-se dizer que a natureza do (bom) jornalismo e de um de seus produtos, a notícia, distancia-se em muito daquela a partir da qual (re)emergiu a pós-verdade. Sem nos alongarmos muito, basta retomarmos a definições hoje trazidas pelos dicionários *Oxford* (2016) e *Collins* (2017) associáveis aos conceitos de pós-verdade e *fn*, respectivamente, para demarcamos algumas das principais diferenças. No primeiro caso, mais amplo, a pós-verdade é destacada pelo seu desprezo aos “fatos objetivos” no trato com a opinião pública; num âmbito mais restritivo, a *fn* já traz em si a pecha de ser caracterizada como informação falsa e ou sensacionalista que se faz passar por notícia. No caso do (bom) jornalismo, ao contrário, o seu sentido mais amplo preza justamente pelo factual, a pluralidade de vozes, pelo fazer técnico e preceitos éticos etc., elementos certamente não encontrados na natureza dos subprodutos pós-verdadeiros”, algo visível já na sua dimensão denotativa (os dicionários), assim como perceptível (como a questão ética) no decorrer desta nossa pesquisa.

Retomando, então, nosso “incômodo” inicial com eventuais aproximações entre esses dois mundos, envolvendo o jornalismo e as *fn*, diríamos que comparações críticas são salutares e necessárias, mas não devem minimizar a necessidade de reflexões acerca do fenômeno da pós-verdade, sobretudo no meio acadêmico. É possível supor que o (mau) jornalismo (ou seu descrédito) contribui para o êxito das *fn*, podendo ser utilizado até como justificativa para sua

aceitação e/ou proliferação – “#globolixo”<sup>36</sup> (FIG. 1). Esse tipo de abordagem, no entanto, não pode sobredeterminar as vozes ainda presentes, e possíveis de serem ampliadas com as tecnologias digitais, por meio do jornalismo responsável, ético e plural, aquele mais próximo de seu “conceito amplo” mencionado por Lage (2014). Afinal, assim como os carros não foram feitos para matar, apesar de eventualmente fazê-lo, o jornalismo não foi pensado para falsear ou desinformar, embora possa ser utilizado para tal.

Figura 1 – Exemplo de visibilidade da *hashtag* #globolixo



Fonte: Disponível em: <https://tinyurl.com/ataque-globo>. Acesso em: 02 out. 2020.

### 2.1.6 Pós-Verdade como discurso: um olhar a partir da psicanálise...

Procurando ampliar a nossa compreensão acerca da pós-verdade, mais especificamente como discurso, retomamos Dunker (2018) que, no âmbito da psicanálise, fala sobre certa tendência comportamental (do indivíduo) no ambiente das (novas) tecnologias digitais. Na visão do autor, se considerarmos os pontos de vista da intersubjetividade, do discurso e da lógica do reconhecimento, a pós-verdade pode ser caracterizada como um dispositivo de recusa do outro,

<sup>36</sup> Termo “Globo lixo” ganhou destaque na forma da *hashtag* #globolixo, principalmente entre grupos conservadores, para atacar posições da *TV Globo* (e empresas parceiras) contrárias ao governo Bolsonaro e/ou favoráveis a pautas progressistas.

ou uma cultura da indiferença que, quando ameaçada, é capaz de despertar o ódio e/ou a violência. Para o autor,

É cada vez mais difícil escutar o outro, assumir a sua perspectiva, refletir, reposicionar-se e fazer convergir diferenças. Isso se aplica tanto ao espaço público, com suas novas e inesperadas conformações digitais, quanto ao espaço privado das relações amorosas ou amistosas, passando pelas relações laborais e institucionalizadas. Uma descrição resumida dessa situação costuma salientar que nossa vida está cada vez mais *acelerada, icônica e funcionalizada*. (DUNKER, 2018, p. 28, grifos nossos).

Para efeito do nosso trabalho, acreditamos que as três características da pós-verdade apontadas por Dunker, em destaque na citação anterior, possam ser levadas em conta ao analisarmos as *fn*, tanto no que se refere à sua materialidade linguística, quanto no que diz respeito a suas formas de circulação<sup>37</sup>. Dentro dessa perspectiva, o autor nos diz que a nossa rotina na cidade está a cada dia mais acelerada, nossa vivência tornou-se mais icônica e exibicionista e, por fim, a nossa experiência do próprio corpo transformou-se em objeto de funcionalização pela pós-verdade.

De forma sintética, Dunker (2018) nos mostra que i) a aceleração está ligada a uma cultura da performance generalizada, em que há uma exagerada busca por resultados e na qual os efeitos práticos são prioridade, não importando os meios. Estaríamos diante de um excesso de instrumentos e meios que acabariam afetando a situação de fala. ii) A retórica icônica representa um traço da pós-verdade em que mensagens tendem a chegar cada vez mais em pacotes de informação, seria o todo de uma só vez, numa narrativa reduzida a um percurso sem memória. Dentro dessa ótica, é preciso apressadamente acolher, descartar/inibir ou estimular comunicação com o outro, “[...] é preciso rapidamente ler a pessoa”. Seria um estado de falas interrompidas, palavras sem destinatários, um espaço em que há facilidade de acesso, mas de desligamento com o outro. iii) A funcionalização seria um traço discursivo da pós-verdade em que, no seu interior, a vida aparece em formato de demanda, ou seja, ligada a determinados esquemas de ação e/ou protocolos de funcionamento. Ante esse entendimento, é desejável que se saiba, de maneira célere e não ambígua, o que o outro espera de nós em certas situações e, assim, respondermos rápida e iconicamente, encerrando o mais breve possível a interlocução.

---

<sup>37</sup> Parte dos elementos elencados aqui por Dunker (2018) foram incorporados à nossa metodologia, especialmente para a análise dos efeitos de recepção.

## 2.2 SUBJETIVIDADE E MEDIATIZAÇÃO

O tema da nossa pesquisa pede, invariavelmente, que façamos uma breve reflexão sobre o que se costuma chamar de “mediatização”, bem como investigarmos relações possíveis de serem estabelecidas entre esse processo e modos outros de (re)construção de subjetividades.

### 2.2.1 Subjetividade em movimento

Como mencionamos no início deste capítulo, lidamos em nosso estudo com conceitos e temas complexos e nem sempre objeto de consenso, sobretudo no meio acadêmico, o que não é diferente quando falamos sobre a problemática da subjetividade, suas nuances e eventuais mutações no decorrer dos tempos.

Para refletir sobre a questão da identidade no mundo pós-moderno, Hall (2006) faz um breve apanhado sobre algumas concepções de sujeito e identidade que dão um panorama mais geral sobre a temática, além de situar algumas discussões em torno de uma suposta fragmentação e/ou fluidez dessa subjetividade nos dias de hoje. Nesse sentido, o autor perpassa, então, concepções referentes ao chamado sujeito do Iluminismo, ao sujeito sociológico e, por fim, à ideia de sujeito pós-moderno.

No que diz respeito ao sujeito do Iluminismo, conforme retoma Hall (2006), trata-se daquele indivíduo que é entendido como “[...] totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, consciência e de ação” (p. 10). Desde o nascimento, esse indivíduo, na concepção Iluminista, carrega uma identidade, um núcleo interior estável que o acompanha por toda a vida, sem que haja alteração significativa em sua essência.

Já na perspectiva do sujeito sociológico, que já reflete a complexidade do mundo moderno e a consciência de não autonomia do indivíduo, vislumbra-se a ideia de uma identidade que é engendrada a partir da interação entre o eu e a sociedade, ou seja:

[...] o sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem. [...] A identidade, nessa concepção sociológica, preenche o espaço entre o interior e o exterior - entre o *mundo pessoal* e o *mundo público*, [...] costura (ou, para usar uma metáfora médica, “sutura”) o sujeito à estrutura. Estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam,

tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis. (HALL, 2006, p. 11-12, grifo nosso).

Trazendo tal problematização para os dias atuais, Hall (2006) observa que se tem discutido hoje a ocorrência de mudanças significativas no âmbito dessas concepções até então aceitas para se definir e/ou caracterizar a subjetividade. Segundo o autor, argumenta-se que o sujeito, cuja identidade era tida como unificada e estável, tem se tornado fragmentado, um compósito de várias identidades, algumas vezes até contraditórias e/ou não resolvidas. Isso seria o resultado de transformações estruturais e institucionais pelas quais estamos passando, como por exemplo, aquelas ligadas a processos de identificação que nos serviam de referência para projetarmos nossas identidades culturais. Tudo isso, na visão de Hall (2016, p. 12), tem entrado em colapso, tornando-se cada vez mais provisório, inconstante e problemático. É nesse contexto que ganha corpo a ideia de sujeito pós-moderno, aquele distanciado das “velhas identidades” por muito tempo estabilizantes das relações sociais, e que se desloca rumo a um universo fragmentado, efêmero e fugaz<sup>38</sup>, ao encontro de uma identidade transformada em “celebração móvel”.

Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como *não tendo uma identidade fixa*, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma “*celebração móvel*”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (Hall, 1987). É definida historicamente, e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo deslocadas. (HALL, 2006, p. 12-13, grifos nossos).

Como perceptível nesse breve resgate histórico feito pelo sociólogo Stuart Hall, a questão da subjetividade, assim como outros saberes envolvendo a dinâmica das relações humanas, deve ser continuamente (re)problematizada para não incorrerem em risco de uma espécie de obsolescência epistemológica. E esse entendimento, especialmente em função do que propomos nesta pesquisa, constitui peça fundamental para pensarmos o lugar dos sujeitos frente às novas conformações digitais e/ou aos processos de midiaticização de uma maneira mais geral. Em suma, a subjetividade é movimento e devemos estar sempre atentos a isso.

---

<sup>38</sup> A ideia de subjetividade não estanque contribuiu para uma das concepções que propomos mais adiante nesta tese, a de “subjetividade fugaz”.

### 2.2.2 A midiatização como processo histórico

A ideia de se discutir possíveis mudanças culturais (e comportamentais) surgidas a partir do contato humano com as novas tecnologias não pode ser vista como algo novo, mas, sim, como o resultado de um processo que se retroalimenta e que, por si só, demanda novas maneiras de se compreender a própria dinâmica social. Esse pensamento é defendido pelo filósofo, antropólogo e semiólogo argentino Eliseo Verón.

Para Verón (2014, p. 14), os chamados fenômenos midiáticos “[...] são uma característica universal de todas as sociedades humanas”, chegando a representar uma pré-condição para o surgimento de sistemas mais complexos no interior de determinadas formações sociais. Na visão do autor, os primeiros sinais de semiose humana, como a produção de objetos com pedras, por exemplo, podem ser vistos como um fenômeno midiático de exteriorização, ou materialização, de processos mentais. Dentro dessa ótica, Verón destaca que alguns desses momentos da midiatização foram cruciais para mudanças robustas na maneira como o homem passou a lidar com a sua realidade, como a aceleração do tempo histórico e/ou as rupturas entre tempo e espaço potencializadas em função do desenvolvimento de aparatos técnicos.

Essa exteriorização de processos mentais na forma de dispositivos materiais, associada por Verón a fenômenos midiáticos, leva em conta a própria capacidade semiótica da espécie humana. Nesse sentido, inspirando-se na produção sistêmica das ferramentas de pedra (iniciada há 2,5 milhões de anos), Verón nos diz que esse tipo de fenômeno midiático pode resultar numa consequência tripla:

Em termos peircianos [...], sua primeiridade consiste na *autonomia dos emissores e receptores* dos signos materializados, como resultado da exteriorização; sua secundidade é a subsequente persistência no tempo dos signos materializados: *alterações de escalas de espaço e tempo se tornam inevitáveis*, e a narrativa justificada; sua terceiridade é o corpo das *normas sociais* definindo as formas de acesso aos signos já autônomos e persistentes. Em outras palavras: criação tríplice de diferenças (VERÓN, 2014, p. 15, grifos nossos).

Como podemos perceber, a partir desse recorte do pensamento de Verón, que, contrariamente a outros autores, não encara a midiatização como um processo recente<sup>39</sup>, vemos que tal

---

<sup>39</sup> Verón sinaliza, em seu texto, que sua abordagem vai de encontro à de certos autores, como Hjarvard (2008), por exemplo, que vê a midiatização como um fenômeno não universal e predominantemente característico de sociedades modernas ocidentais.

perspectiva diz respeito à produção de sentidos por meio da linguagem, a atores diversos envolvidos e a certas condições necessárias para a sua realização. Dessa forma, a midiatização deve ser vista como uma denominação que se dá a uma sequência histórica de fenômenos midiáticos. Amostras desses momentos históricos da midiatização estariam, por exemplo, no contexto da ascensão da escrita; na passagem dos rolos aos códices e no consequente surgimento dos livros; no desenvolvimento da imprensa, dos jornais e/ou de novos dispositivos técnicos que deram origem ao rádio e à TV, assim por diante.

### **2.2.3 A midiatização como processo de referência**

Na visão de Braga (2006), a midiatização pode ser vista como um conjunto de reformulações, sociotecnológicas, capazes de transformar processos midiáticos em dispositivos interacionais de referência em um dado momento e/ou sociedade. Como processo interacional, no entanto, a midiatização é considerada estruturalmente lacunar, uma incompletude que sinaliza a necessidade de uma coconstrução social em torno desses mecanismos de interação.

Para o autor, os chamados processos de referência simbolizam dispositivos interacionais predominantes em determinada conjuntura social. Seriam mecanismos surgidos no sentido de englobar e/ou absorver outros processos, sem anulá-los. Esses modos de interação, diz Braga, não se destacam apenas por sua hegemonia e/ou preferência em certa época ou contexto, mas funcionam dentro de uma perspectiva de direcionamento da realidade social. Sob essa ótica de organização macrossocial, Braga destaca como relevante a ideia de que a sociedade constrói sua realidade por meio de processos interacionais pelos quais se relacionam as pessoas e/ou grupos sociais.

No que diz respeito ao atual momento de midiatização pelo qual passamos, Braga (2006) observa que estamos em meio a um processo visto por muitos como dominante, chegando a se falar em sociedade midiática e/ou midiatizada para se referir ao tempo presente. Apesar de estar bem próximo de se tornar um processo interacional de referência, no entanto, essa predominância da midiatização na atualidade apresenta suas lacunas e/ou incompletudes.

Acerca do uso do termo “incompletude” da midiatização, o autor ressalta que não é sua pretensão estimar um suposto “fechamento discursivo” ou ideia de que esse processo seja, algum dia, tido como completo. Fala-se aqui no sentido, apenas, de que a sociedade não passa

(ainda) por uma fase em que há predominância absoluta de processos mediados, ou seja, não se consolidou ainda esse momento como um processo interacional de referência.

A expressão “incompletude”, na minha visada, significa apenas que é possível perceber com clareza grandes espaços vazios de processualidade, práticas sociais tateantes, conhecimento teórico insuficientemente formulado e – particularmente – uma grande inexperiência sociocultural no uso de tais processos. (BRAGA, 2006, p. 28).

Para ilustrar, então, o que chama de lacunas a serem preenchidas nesse processo interacional, Braga elenca seis ângulos que, acredita, sinalizam essas incompletudes estruturais do atual contexto de mediação.

O primeiro desses pontos diz respeito a um perceptível desaparecimento de fronteiras entre diferentes campos de significação. Ou seja, no atual ambiente de mediação, muitas vezes não é possível identificar com clareza, por exemplo, as divisas entre política e vida privada, entretenimento e aprendizagem-educação, entre essências e aparências, cultura e diversão. Assim, reduzidas certas fronteiras já conhecidas da realidade, vê-se diante de um quadro de falta de instruções culturais acabadas, já que estas se encontram ainda em fase de elaboração social. Isso leva a sociedade a fazer, com as referências que tem em mãos, tentativas de rearranjo dessas instruções.

Outro aspecto dessa incompletude, diz-nos o autor, está na dificuldade de se perceber e/ou distinguir os diferentes papéis sociais propensos a se formar no ambiente atual de mediação. Segundo Braga (2006), no período em que se encontra a mediação, o processo experimental não foi ainda capaz de gerar estabilidade suficiente de papéis para que a sociedade possa assimilá-los, situando-os com maior clareza ou precisão.

Um terceiro ponto lacunar estaria manifestado na ausência de articulações mais precisas de subsunção<sup>40</sup>, no sentido de que ainda não foram satisfatoriamente desenvolvidas formas de integrar diferentes tipos de interação. Estamos falando aqui de “[...] interações mediadas, aquelas da cultura escrita e as da presencialidade (que certamente continuarão a existir, remoldadas por processos mais amplos de interacionalidade social)” (BRAGA, 2006, p. 31). No

---

<sup>40</sup> De acordo com Houaiss (2009), o verbo “subsumir”, bitransitivo, vem associado à ideia de: incluir, colocar (alguma coisa) em algo maior, mais amplo, do qual aquela coisa seria parte ou componente.

atual momento, complementa o autor, estamos diante apenas de apropriações parciais, uma fase de redirecionamentos, de tentativas, mas também de desencontros.

Em correlação com os pontos elencados anteriormente, Braga vê como lacunar também o processo de legitimação dentro do atual ambiente midiaticado. Nesse sentido, o autor observa, primeiramente, que os processos mediaticados ainda não são amplamente aceitos como legítimos na sociedade. Mas a questão vai além. Levando-se em conta que os processos de interação são responsáveis pela legitimação da própria realidade percebida, tornando-a objetivamente plausível e acessível, pode-se dizer que boa parte dos processos interacionais de mediaticação é voltada para a percepção de que as imagens são artificialmente construídas, o que acaba dificultando sua base de legitimação.

Trazendo essas inquietações para o nosso objeto de estudo, podemos dizer que tal problemática se torna oportuna para abordarmos, sob o prisma da AD, o fenômeno da pós-verdade hoje instrumentalizado, “mediado” pelas novas tecnologias digitais. Diante da profusão de imagens oportunizada pela internet, podemos indagar, por exemplo, até que ponto esse processo de “legitimação da realidade” pode estar sendo “artificializado” por meio das *fn*. Estamos falando, entre outros aspectos, da possibilidade de elementos que estruturam as representações sociais, como os saberes, serem propositalmente desfigurados, o que pode acabar igualmente deturpando a percepção da realidade e, por que não, o próprio engendramento de subjetividades.

Retomando as reflexões de Braga (2016), uma vez considerada um processo interacional de referência em fase de consolidação na sociedade, a mediaticação ainda não aponta formas de socialização que sejam sustentáveis, relevantes, flexíveis, produtivas e/ou generalizadas. Isso, para o autor, representa um forte indicador de incompletude sistêmica da mediaticação na atualidade. Recorrendo a Berger e Luckmann (1973)<sup>41</sup>, Braga lembra o processo dialético por meio do qual ocorre a socialização, que seria a exteriorização (sociedade vista como um produto humano), a objetivação (sociedade como uma realidade objetiva) e a interiorização (o homem como um produto social). Por meio desse processo, ocorreria, então, a socialização, que passa pela entrada de um indivíduo no mundo objetivo de um grupo social e/ou sociedade, ao mesmo tempo em que acontece a interiorização da sociedade no indivíduo. No caso específico da

---

<sup>41</sup> BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*. Tratado de Sociologia do Conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1973.

mediatização, Braga observa que a lacuna na socialização se dá em função de uma insuficiência de competências sociais mais bem definidas que atendam a lógicas próprias do processo. Isso é o que resulta, por exemplo, na questão já aqui levantada acerca dos, ainda experimentais, papéis sociais no ambiente de mediatização.

Por fim, Braga destaca que um processo interacional de referência, para se legitimar como tal, necessita antes de tudo se consolidar como um sistema de resposta social, algo que é mais complexo que uma mera interatividade pontual ou uma simples possibilidade de retorno entre instâncias emissoras e receptoras, por exemplo. O autor se refere aqui a um sistema que dê conta, em meio a lógicas diferidas e difusas do processo, de responder de forma consistente

[...] a procedimentos de articulação e de crítica requeridos para a manutenção e para o desenvolvimento do sistema em termos de valores humanos e sociais – fazendo o processo ultrapassar suas vinculações excessivamente dependentes de valores econômicos, politicamente conservadoras do status-quo e/ou de reificação tecnológica. (BRAGA, 2006, p. 34).

E aí está justamente mais um dos pontos de incompletude da mediatização na atualidade. Para Braga, o processo de mediatização ainda encontra problemas de circulação, de retorno e resposta social, já que estamos em meio a um processo de circulação com funcionamento tímido, despercebido, disperso e ainda insuficiente. Isso diante de algumas expectativas (legítimas) da sociedade, seja de uma maneira geral, seja considerando alguns setores críticos específicos. Dessa forma, observa o autor, tal processo não poderá (ainda) alcançar uma capacidade efetiva de legitimação da realidade e, por consequência, ser assumido como referência.

#### **2.2.4 Novos processos, outros sujeitos...**

Os pontos de vista expostos até aqui com relação à mediatização, ainda que marcados por suas dessemelhanças, trazem também implícita a necessidade de se (re)discutir a questão da subjetividade no contexto das novas tecnologias.

Se considerarmos o pensamento de Verón (2014), que encara a mediatização em uma perspectiva histórica, vemos que os fenômenos midiáticos carregam em si a ideia de transformações que ocorrem no seio das sociedades. Estamos falando, então, de dispositivos técnicos e materiais, surgidos a partir da exteriorização de processos mentais, por si só subjetivos, que dão corpo a esses fenômenos midiáticos. Tais fenômenos não seriam

potencializados sem a capacidade semiótica do ser humano de exteriorizar (materialmente) o que pensa, característica que, para Verón, deveria ser levada em conta na própria discussão sobre as origens da linguagem e, conseqüentemente, a produção de sentido por meio dela.

A discussão vigorosa em curso sobre as origens da linguagem deveria levar em conta o funcionamento subjacente dos processos semióticos implícitos nas exteriorizações visuais icônicas e nas sequências indiciais das operações técnicas de produção de instrumentos, ambos os processos que precedem o surgimento da linguagem e qualitativamente diferentes dela. (VERÓN, 2014, p. 15).

Ora, percebe-se com isso que a subjetividade teve, e tem, importância ímpar no desenvolvimento de processos historicamente transformadores<sup>42</sup>, como é o caso dos fenômenos midiáticos. Isso tanto na produção de novos aparatos técnicos, quanto nos desdobramentos (econômicos, socioculturais etc.) decorrentes do uso desses dispositivos na sociedade.

No que diz respeito às ideias trazidas por Braga (2006), vemos subentendida a emergência de se discutir formas outras de subjetividade, principalmente, nas lacunas apontadas como inerentes ao atual momento da mediação. Percebemos a necessidade de se (re)pensar a subjetividade, nesse caso, diante dos espaços (ainda) vazios a serem preenchidos para que se possa consolidar a mediação como processo interacional de referência, como ocorreu com a cultura escrita, por exemplo<sup>43</sup>.

Assim, o consolidar dessas outras subjetividades poderia contribuir, acreditamos, para o constructo de novas fronteiras, hoje confusas, no trato com os campos de significação nos meios digitais, o que acabaria favorecendo o próprio rearranjo de instruções culturais passíveis de serem assimiladas pela sociedade. O entendimento acerca das subjetividades emergidas da mediação torna-se importante ainda para que se possa caminhar no sentido de uma (re)definição dos papéis sociais nos ambientes mediados.

Passa também pela subjetividade, assim entendemos, o amadurecimento das formas de articulação entre as interações mediadas, bem como dos mecanismos de legitimação que

---

<sup>42</sup> Não nos interessa neste trabalho aprofundar a discussão e/ou fazer juízo de valor em relação à técnica, se é boa ou má para a sociedade.

<sup>43</sup> Braga (2006) considera que certos padrões político-sociais e culturais da escrita foram desenvolvidos como processo interacional de referência. Para se consolidar como tal, o autor deixa subentendido que esse processo chega perto de uma “completude”, levando-se em conta elementos que contribuem para a organização da sociedade.

busquem um estreitamento entre a realidade percebida e aquela disseminada no contexto da mediação.

Procurando dar um tom mais conclusivo a essa ideia das incompletudes, objetivamente apontadas por Braga (2006), vemos que o estudo dos “novos sujeitos” mediados pode ajudar na compreensão e/ou cristalização de competências sociais que estejam mais próximas das lógicas próprias do processo de mediação. Isso pode facilitar a consolidação, em paralelo, do processo de socialização, aquele baseado na entrada do indivíduo no mundo objetivo dentro da sociedade e, de forma inversa, também a interiorização da sociedade no indivíduo.

Por fim, até por certa obviedade semântica, não seria exagero supormos que o estudo da subjetividade possa humanizar a frieza do ambiente mediado, ampliando o enfoque em elementos não técnicos que permitam pensar, e praticar, mais enfaticamente o social. Ou seja, falamos aqui da possibilidade de um “retorno social”, mencionado por Braga (2006) como lacunar, tido como um dos entraves para que a mediação seja hoje estabelecida, de vez, como processo interacional de referência.

Como vimos em abordagens distintas mencionadas anteriormente, a mediação não pode ser percebida como um processo que se autorregula, nem que seja capaz de direcionar a realidade social sem a participação e/ou interferência, direta ou não, dos mais diferentes sujeitos. Em outras palavras, pode-se dizer que a subjetividade não é, não pode ser algo inerte diante das transformações pelas quais passa a sociedade, não sendo diferente com as nuances da mediação e, muito menos, com as da AD. A subjetividade é marcada por deslocamentos pela história, por ajustes e readequações, conforme lembra-nos Hall (2006) ao discutir hoje a perspectiva do sujeito pós-moderno. Pensando mais especificamente na nossa pesquisa, podemos até dizer que tivemos uma oportunidade prática de reflexão sobre algumas das faces dessa subjetividade, no caso envolta por um processo de mediação ainda em curso e confrontada com as peculiaridades de narrativas circulantes no âmbito da pós-verdade.

### 2.3 PÓS-VERDADE E NEOCONSERVADORISMO: UM OLHAR POSSÍVEL

Parece simplista a ideia de abordar a temática da pós-verdade, acreditamos, sem propormos uma reflexão um pouco mais aprofundada acerca do contexto político-social no qual estamos imersos, marcado, entre outros aspectos, pelo notável recrudescimento de ideias e/ou práticas

conservadoras. Isso tomando o Brasil como uma referência, mas entendendo ser esta uma discussão também de relevância global. Mas como poderíamos, então, situar essa (re)configuração do conservadorismo nos dias de hoje?

Conforme observa Almeida (2018), o atual contexto de avanço do neoconservadorismo requer uma análise mais ampla daquelas condições que ajudaram a eleger, por exemplo, Margaret Thatcher no Reino Unido, Ronald Reagan e, mais recentemente, Donald Trump nos EUA.

Ainda que o grande interesse pelo neoconservadorismo tenha adquirido força após a eleição de governos declaradamente alinhados a ideias conservadoras na Europa e nos EUA, o certo é que o contexto de ascensão desta ideologia é mais complexo que a resultante dos pleitos eleitorais que levaram ao poder Ronald Reagan, Margaret Thatcher no Reino Unido e, mais recentemente, Donald Trump. (ALMEIDA, 2018, p. 27).

Num primeiro momento, o autor destaca a necessidade de se fazer uma distinção entre o que pode ser considerado um conservadorismo no seu sentido clássico e o que se é possível entender hoje por neoconservadorismo.

Sob o ponto de vista mostrado por Almeida (2018), o conservadorismo clássico teve suas origens no século XVIII, num contexto marcado por reações a certas ameaças vindas das revoluções liberais, mais especificamente a francesa e a americana, em que se fazia necessário sair em defesa de “valores e instituições tradicionais”, como as monarquias e a religião, tidas como estruturantes da civilização e da própria cultura ocidentais.

Mais tarde, já no século XIX, com o surgimento da sociedade industrial e em meio a reivindicações por democracia, essa ideologia conservadora assumia um novo tom, contrário ao racionalismo e ao cientificismo e resistente ao fim de um estilo de vida até então centrado no tradicionalismo e na hierarquia. Numa perspectiva mais contemporânea, observa Almeida (2018), as ideias conservadoras assumem ainda uma defesa das elites, que eram vistas por muitos como mais preparadas para assumirem governos.

Já no que se refere ao neoconservadorismo, apesar da sua profusão de autores e concepções diversas, Almeida (2018) observa que o seu desenvolvimento se deu a partir de uma resposta ao chamado *Welfare State*, ou Estado de bem-estar social, sendo também uma postura reativa

à contracultura<sup>44</sup> e ao crescimento de uma “nova esquerda”. Todos esses “catalisadores” do neoconservadorismo, nos diz o autor, estão de algum modo relacionados a particularidades do momento pós-guerra (segunda) e ainda ao surgimento do regime fordista.

Para os neoconservadores, a crise econômica que atingiu o capitalismo no final dos anos 1960 era antes de tudo uma crise moral, ocasionada pelo abandono dos valores tradicionais que governam a sociedade desde os primórdios da civilização, feito em nome de um igualitarismo artificialmente criado pela intervenção estatal, [...] a ruptura com as bases que permitiram a consolidação da sociedade ocidental fez com que fossem apagadas as diferenças naturais existentes entre os indivíduos. Diferenças de classe, entre os sexos e até mesmo as raciais sempre fizeram parte da ordem social; abandonar essas diferenças em prol de uma ilusória ‘sociedade sem classes’ levaria a uma degradação cultural sem precedentes. (ALMEIDA, 2018, p. 28).

Buscando refletir sobre essa “nova roupagem” do conservadorismo no Brasil, encabeçada por grupos de extrema direita, principalmente, Miguel (2018b) destaca que esse movimento é resultante da confluência de grupos diversos que se unem motivados pela percepção de um inimigo em comum. Ressentidos, sobretudo pelo recente avanço de certas pautas progressistas no país, os setores mais extremados desses grupos, diz Miguel (2018b, p. 19), “[...] incluem três vertentes principais, que são o libertarianismo, o fundamentalismo religioso e a reciclagem do antigo anticomunismo”.

De uma maneira resumida, o libertarianismo traz uma ideologia rotulada de ultraliberal, que defende uma visão radicalizada de superioridade e oposição do mercado em relação ao Estado. Para as organizações libertarianas, afirma Miguel (2018b), a liberdade (econômica) aparece como valor central, intocável, e se opõe fortemente à ideia de igualdade, que é vista como uma inimiga e/ou ameaça à “justeza” das ações do mercado. Conforme lembra o autor, os principais aliados do libertarianismo nos Estados Unidos, por exemplo, são os cristãos fundamentalistas, que costumam evocar o discurso da família tradicional para compensar essa “dispensa” do Estado em promover a proteção social. Sob tal ótica, o Estado é visto como “[...] o inimigo comum, seja por regular as relações econômicas, seja por reduzir a autoridade patriarcal, ao determinar a proteção aos direitos dos outros integrantes do núcleo familiar”. (MIGUEL, 2018b, p. 20).

---

<sup>44</sup> De acordo com o *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, o termo “Contracultura” refere-se à “[...] mentalidade dos que rejeitam e questionam valores e práticas da cultura dominante da qual fazem parte”. (HOUAISS, 2009, n.p.).

Para o autor, aliança similar entre ultraliberalismo e conservadorismo cristão também acontece no Brasil e é o que dá corpo, justamente, à segunda vertente da direita radicalizada atuante por aqui. Segundo Miguel (2018b), o fundamentalismo religioso ganhou impulso político no país a partir dos anos 1990, com o interesse e investimento das igrejas neopentecostais nas eleições de seus pastores, principalmente no âmbito legislativo, o que explica, por exemplo, a força da chamada “bancada evangélica” no Congresso Nacional atualmente. Tal bancada, no entanto, não estaria fazendo jus à abrangência do próprio nome, já que, de acordo com o autor, abriga principalmente a ala religiosa mais extremista, deixando de fora setores mais progressistas entre os próprios evangélicos e grupos de leigos conservadores (mais moderados) ligados à igreja católica. Nesse sentido, ganha terreno fértil o fundamentalismo, que

[...] se define pela percepção de que há uma verdade revelada que anula qualquer possibilidade de debate. Ativos na oposição ao direito ao aborto, a compreensões inclusivas da entidade familiar e a políticas de combate à homofobia, entre outros temas, os parlamentares fundamentalistas se aliam a diferentes forças conservadoras no Congresso, numa ação conjunta que fortalece a todos. (MIGUEL, 2018b, p. 21).

Fora do Congresso, acrescenta o autor, a atuação política desses pastores é ampliada e ganha ainda mais visibilidade com a força das redes sociais e o apoio de emissoras de rádio e televisão, já que boa parte desses veículos se encontra hoje sob o controle desses grupos religiosos.

A terceira vertente de atuação dessa direita radical, diz Miguel (2018b, p. 22), estaria numa espécie de reciclagem do discurso anticomunista. Tal narrativa, aparentemente ultrapassada com o fim da Guerra Fria, foi requeitada por esses grupos extremistas, sobretudo no Brasil e América Latina, agora sob a roupagem de ameaça do “bolivarianismo” venezuelano, gerando uma “[...] sobreposição entre anticomunismo e antipetismo”.

Analisando o (re)surgimento de ideias neoconservadoras em uma perspectiva dialogável com a pós-verdade, Pinheiro-Machado (2019) observa que tal fenômeno pode ser indicativo de uma disputa por fontes outras de conhecimento, por novos regimes de verdade sobre a própria humanidade.

Tal movimento estaria ilustrado, a título de exemplo, em recentes ataques da nova direita brasileira a exposições em museus, sob o argumento de que algumas de suas obras estariam incitando à pedofilia. De acordo com Pinheiro-Machado (2019), essas reações podem representar não um simples desprezo ao conhecimento já posto, mas o desejo de se instituir em

seu lugar outro tipo de conhecimento, alinhado a princípios conservadores de uma nova direita, nesse caso, distantes de ideais democráticos e do legado iluminista.

Segundo aponta ainda a pesquisadora, atualmente há casos de perseguição ao conhecimento crítico e à memória de justiça histórica em vários cantos do mundo; percebe-se também com frequência o resgate de símbolos e ideias nazistas e, em grande parte das escolas, tem-se reduzido a carga horária de disciplinas ligadas às Ciências Humanas. Na perspectiva de Pinheiro-Machado (2019), esse tipo de ocorrência é indício de fenômeno maior, que corresponde a um desejo de se alterar a própria legitimação de retórica, ou seja, aquilo que se é “historicamente autorizado a dizer”. Em suma,

Atingindo o coração do conhecimento humanista, ataca-se o legado da ciência e o cerne dos princípios da modernidade, os quais, apesar de seus problemas, conseguiram criar certo senso de direitos humanos universais, civilização global e humanidade una. O que os neoconservadores estão alegando é que esse projeto de sociedade moderna não apenas ruiu, mas é o próprio produtor da desigualdade. (PINHEIRO-MACHADO, 2019, p. 80).

Recorrendo ao pensamento foucaultiano, que associa conhecimento a poder, Pinheiro-Machado (2019) destaca que o que está ocorrendo hoje nada mais é do que um embate entre narrativas, uma guerra em que o discurso neoconservador busca desconstruir valores do iluminismo/humanismo e se consolidar aos poucos como reinante. E todo esse movimento, aponta-nos a autora, não acontece por acaso, assim como o colonialismo e a chamada indústria do desenvolvimento não dominaram o mundo por acaso, sem que um discurso conhecesse os propósitos do outro. Ou seja, ambas as esferas do conhecimento contaram com considerável parcela de intelectuais e *experts* à sua disposição.

No que diz respeito a nosso objeto de estudo, tais considerações são especialmente relevantes, entre outros aspectos, por percebermos que a chamada pós-verdade nos dias de hoje parece estar, de fato, prioritariamente a serviço de uma agenda conservadora. Sob tal ótica, acreditamos estar lidando com uma orientação ideológica que demonstra o desejo de buscar outro tipo de protagonismo dentro das relações de poder, sobretudo nos âmbitos político e econômico.

Outro aspecto importante em torno dessa temática está, a nosso ver, numa “intencionalidade” (aparentemente não casual) dessa (des)construção narrativa, um discurso conservador que manifesta o desejo de se impor (ou se camuflar?) nas trincheiras abertas pela pós-verdade. De

forma mais objetiva, referimo-nos a enunciados que deixam revelar uma subjetividade “oculta”, difusa, não facilmente identificável na materialidade do nosso *corpus*. Ou seja, estamos falando de sujeitos outros, talvez mais dotados de consciência e intencionalidades, que podem não ser imediatamente percebidos na figura dos simples propagadores das *fn*.

### **2.3.1 Regimes de verdade, relações de poder e subjetividade**

Quando pensamos, então, mais incisivamente na relação que pode ser estabelecida entre subjetividade, poder, verdade e esse suposto “desejo de dominação”, parece-nos oportuno trazer à baila importantes considerações de Foucault envolvendo tais ideias.

Ao refletir sobre as práticas de si, no intuito de melhor entender a vinculação do sujeito humano com os chamados jogos de verdade, Foucault (2004) destaca a importância de se considerar também as práticas de liberdade do indivíduo, em detrimento a meros processos de liberação, já que estariam estes ligados a estados de dominação.

Dentro dessa perspectiva, os estados de dominação, dos quais Foucault procura dissociar das práticas inerentes aos jogos de poder, pressupõem certo encarceramento do indivíduo ou grupo social dentro das relações de poder. Para o autor, estaríamos, nesse caso, diante de um jogo sem espaço para estratégias e/ou possibilidade de reversibilidade do movimento, portanto, um estado de liberdade apenas unilateral, restrita e/ou extremamente limitada.

Importante observar, no entanto, que, para Foucault, algumas vezes o exercício das práticas de liberdade podem exigir, sim, certo grau de liberação, situação em que estaria subentendida uma noção de dominação. Nesse caso, a liberação funcionaria como condição política e/ou histórica para a prática da liberdade.

Se tomarmos o exemplo da sexualidade, é verdade que foi necessário um certo número de liberações em relação ao poder do macho, que foi preciso se liberar de uma moral opressiva relativa tanto à heterossexualidade quanto à homossexualidade; mas essa liberação não faz surgir o ser feliz e pleno de uma sexualidade na qual o sujeito tivesse atingido uma relação completa e satisfatória. A liberação abre um campo para novas relações de poder, que devem ser controladas por práticas de liberdade. (FOUCAULT, 2004, p. 267).

Em certo número de casos, afirma o autor, a liberação e a luta pela libertação se tornam indispensáveis para a prática da liberdade. Tomando novamente a sexualidade como exemplo,

Foucault lembra um determinado esquema reichiano (decorrente de uma leitura de Freud) que via a problemática da sexualidade como algo a ser integralmente discutido na ordem da liberação. Pensando dessa forma, parte-se da ideia de que pulsão, desejo, cerceamentos e outras formas de repressão interiores devam ser inteiramente resolvidos a partir de suas interdições, libertando-se simplesmente delas, situação em que se corre o risco de se esquecer da questão ética, que estaria relacionada à ideia da prática da liberdade. Nesse caso específico, no entanto, da ordem da sexualidade, Foucault (2004, p. 267) lembra: “[...] é evidente que, liberando seu desejo, se saberá como se conduzir eticamente nas relações de prazer com os outros”.

No que diz respeito, mais especificamente, às práticas de liberdade, estas, sim, seriam mais “apropriadas” para se estudar o sujeito foucaultiano e seus jogos de verdade. Elas partem do pressuposto de que, nas relações humanas, há um conjunto de relações de poder possível de ser exercido entre indivíduos. Dessa forma, seja no seio da família, na relação pedagógica, no corpo político, seja em outras esferas do convívio humano, tornam-se “naturais” as mais diversas relações de poder, que se alternam sem que haja com isso, necessariamente, uma correspondência com a dominação.

Quanto à problemática dos “jogos de verdade” em si, Foucault (2004) nos mostra que a cultura ocidental passou a se regular em torno de uma espécie de “obrigação da verdade”. Tais “formas de regulação” acabam abrindo um espaço de estratégias (e de poder) que pode tanto servir a certas esferas tidas como predominantes – em termos de verdade –, quanto a outras contrárias a seus efeitos e que se valham, igualmente, do discurso de verdade para confrontá-las. Nesses casos, diz-nos o autor, como se trata de um jogo em que há (ou deveria haver) certo equilíbrio em termos de trunfos da verdade, não há de se falar em uma relação de dominação, mas, sim, de relações de poder.

Para dizer as coisas muito esquematicamente, podemos encontrar numerosos exemplos: houve todo um movimento dito “ecológico” [...] que manteve em um certo sentido e frequentemente uma relação de hostilidade com uma ciência, ou em todo caso com uma tecnologia garantida em termos de verdade. Mas, de fato, essa ecologia também falava um discurso de verdade: era possível fazer a crítica em nome de um conhecimento da natureza, do equilíbrio dos processos do ser vivo. Escapava-se então de uma dominação da verdade, não jogando um jogo totalmente estranho ao jogo da verdade, mas jogando-o de outra forma ou jogando um outro jogo, uma outra partida, outros trunfos no jogo da verdade. (FOUCAULT, 2004, p. 280-281).

Considerando o raciocínio trazido por Pinheiro-Machado (2019) e as ideias foucaultianas, como podemos, então, fazer tais linhas de pensamento dialogarem com o nosso objeto de estudo? De

que forma os “produtos da pós-verdade” que analisamos podem suscitar reflexões que perpassem, por exemplo, as noções de sujeito, ética e relações de poder? De antemão, podemos dizer que tomamos como válida a observação feita por Pinheiro-Machado (2019), de que o momento atual está marcado pela existência de um embate entre forças antagônicas. Ou seja, o crescimento de um discurso conservador que parece querer desconstruir narrativas de certa forma já cristalizadas no seio da sociedade, como aquelas idealizadas pelos valores humanistas.

Nesse sentido, embasados no pensamento de Foucault, tendemos a concordar que, apesar de nos causar certo estranhamento num primeiro momento, o (re)aparecimento desse discurso conservador deveria ser visto como algo natural, legítimo e aceitável do ponto de vista das relações de poder. Isso porque, como diz Foucault, é possível (e até desejável) que haja essa alternância de poder entre indivíduos e/ou grupos, sem que seja configurado um estado de dominação.

No caso específico da nossa pesquisa, entendemos que o (re)surgimento da pós-verdade “coincide” (ou está a serviço?) com esses novos movimentos do conservadorismo. Em uma análise preliminar, podemos imaginar que estaríamos diante de uma mera guerra discursiva que quer fazer valer um determinado regime de verdade, nesse caso alinhado a ideias conservadoras. A principal arma utilizada nesse jogo do conservadorismo, no entanto, é a produção e circulação de enunciados, como as *fn*, que parecem desestabilizar e/ou subverter a ideia de “obrigação da verdade” mencionada por Foucault (2004), aquela que seria capaz de abrir um espaço de estratégias e, ao mesmo tempo “equilibrar” as relações de poder. Dessa forma, poderíamos dizer que o discurso conservador, impulsionado pela pós-verdade, carrega em si a pretensão de se estabelecer como um estado de dominação e, ao mesmo tempo, converter-se em ações práticas contrárias a certos “avanços do jogo democrático”, caso legitimado como instância de poder<sup>45</sup>.

Outra questão que se coloca está no âmbito da subjetividade, ou seja, da forma como os sujeitos se inserem nesses jogos de verdade e em meio a essas relações de poder. De imediato, podemos notar, com base numa determinada leitura do nosso *corpus*, que o conhecimento já posto, como o científico, por exemplo, parece incomodar certos grupos portadores de discursos conservadores. É como se essa “verdade” já estabelecida esteja sufocando e/ou servindo de amarras que impedem a ascensão das ideias e valores conservadores. Isso nos sugere supor,

---

<sup>45</sup> Assunto retomado no nosso capítulo de análise, ao falar de (des)construções narrativas/opinião pública.

entre outras interpretações, que estamos diante de um quadro em que é inculcado no indivíduo um desejo, uma necessidade de liberação para que sua voz produza ecos, seja ouvida.

Em linguagem foucaultiana, podemos dizer, inicialmente, que nesse desejo de liberação (ou libertação) está implícito um estado de dominação supostamente exercido por parte de uma elite intelectualizada e apegada a valores humanistas, por exemplo, sobre uma minoria conservadora.

A nova direita conservadora despreza certo tipo de organização do conhecimento. Os neoconservadores constroem sua identidade a partir da posição de vítima de um *establishment* intelectual das universidades e da grande mídia, o qual, ao priorizar determinados grupos, teria virado as costas para ‘as pessoas comuns’. (PINHEIRO-MACHADO, 2019, p. 82).

Tal reflexão permite-nos ainda imaginar que esse desejo de liberação, corporificado, por exemplo, nos discursos da pós-verdade, distancia o indivíduo das chamadas práticas de liberdade e, assim, também da dimensão ética. Isso nos faz lembrar, com base em Foucault (2004, p. 267) que “[...] a liberdade é a condição ontológica da ética. Mas a ética é a forma refletida assumida pela liberdade”. Nesse caso, não seria exagero sustentarmos, tanto de um ponto de vista reflexivo mais amplo quanto com base na própria materialidade (linguística) do *corpus*, que a pós-verdade carrega em si uma narrativa distanciada da ética, da condição de liberdade.

### **2.3.2 As “narrativas”: dilemas de um termo controverso**

Como já mencionamos, um dos principais eixos desta pesquisa traz reflexões em torno do que denominamos "narrativas" ou mais especificamente "(des)construções narrativas", termo presente, inclusive, no próprio título da tese.

E na medida em que optamos por bancar o emprego da palavra "narrativa" em particular, adiantamos aqui uma necessidade que nos surgiu de justificá-lo em função de certas particularidades do contexto da nossa escrita, marcado por problematizações semânticas envolvendo o seu uso cotidiano. Estamos falando de uma suposta generalização ou banalização do termo, seja por parte de celebridades e/ou profissionais da mídia, seja por influência de

correntes políticas diversas – da direita à esquerda<sup>46</sup>, seja pelos ecos dessas falas compartilhados por pessoas comuns nas suas redes digitais e/ou conversas do dia a dia.

Em seus estudos sobre a questão da pós-verdade, D’Ancona (2018) destaca que estamos passando por transformações que opõem de um lado certos valores do Iluminismo e, de outro, um poderoso instinto dos que tentam restabelecer algo que teria sido perdido ou posto em risco, numa saudosista tentativa de recuperar um determinado *status quo*. Na esteira desse embate, torna-se problematizada a própria ideia de verdade que, na visão do autor, deve (ou deveria) ser discursivamente retrabalhada com um apelo mais próximo ao mítico e/ou ao emocional, isso com o intuito de se contrapor a uma espécie de “doença cognitiva de nosso tempo” que encontra abrigo na pós-verdade. E além do cuidado na lida com a ideia de verdade em si, nos diz o autor, o uso do termo “narrativa” também tem sido enviesado em nome dessas armadilhas da pós-verdade e, talvez exatamente por isso, a narrativa deve ser (re)instrumentalizada justamente para combatê-las. Nesse sentido, para D’Ancona (2018, p. 19), a “narrativa nunca deve violar ou embelezar a verdade; deve ser seu veículo mais poderoso”.

A própria palavra “narrativa” foi contaminada pelo uso exagerado no mundo político como alternativa caprichosa à “estratégia” ou “plano”. No entanto, isso não nos deve impedir de investigar seu significado básico e sua relevância fundamental para a era da pós-verdade. A narrativa – definida como relato oral ou escrito de elementos conectados - é essencial para a luta preconizada neste livro. (D’ANCONA, 2018, p. 114)

O ponto de vista acima, defendido por um estudioso do fenômeno da pós-verdade em escala mais global, coincide de forma significativa com o motivo de não somente sustentarmos o termo “narrativa” durante a nossa escrita, mas utilizá-lo também como um suporte didático e em constante diálogo e/ou contraponto com o próprio tema que investigamos. Em nosso caso, estamos falando mais especificamente do conceito de “grandes narrativas”, ou “metanarrativas”, historicamente utilizado por autores que querem se referir à ideia de pensamentos e/ou verdades tidos como absolutos e/ou totalizantes.

Ao buscarmos em dicionários de definição acepções para o termo “metanarrativa”, entre outras possibilidades, encontramos: “[...] 2. [Filosofia] Narrativa extensa que pretende explicar o

---

<sup>46</sup> ORTIZ (2022) traz alguns exemplos de como esquerda e direita exploram o termo "narrativa" no Brasil: "o pedido de *impeachment* do presidente Bolsonaro é uma narrativa da esquerda; a narrativa da periferia é uma vitimização dos pobres; a narrativa do sucesso financeiro aliena e escraviza a mente; skate e surf são antídotos à narrativa bélica e individualista da competição; Bolsonaro perdeu a narrativa das vacinas; a inflação desmente a narrativa do governo". Disponível em: <https://tinyurl.com/termo-narrativa>. Acesso em: 10 jun. 2022.

conhecimento ou representar o universo ou uma verdade absoluta [...]” (METANARRATIVA, 2008-2021). Ou ainda:

Na filosofia e na teoria da cultura, uma **metanarrativa** assume o sentido de uma **grande narrativa, uma narrativa de nível superior** (“meta-“ é um prefixo de origem grega que significa “para além de”), capaz de explicar todo o conhecimento existente ou capaz de representar uma verdade absoluta sobre o universo. A Bíblia e o Alcorão são exemplos de metanarrativas universalmente conhecidas; mas toda a obra cultural e política vitoriana pode ser considerada uma metanarrativa, tal como *Ulysses* de James Joyce ou as teorias feministas radicais ou as propostas marxistas do século XX. É esta crença nas totalidades e na capacidade de uma metanarrativa para congregar todo o conhecimento possível que levou Jean-François a proposição da condição pós-moderna como uma reacção à confiança nesta utopia [...]. (CEIA, 2009-2018, grifos nossos)

Obviamente, trouxemos acima apenas fragmentos de um conceito mais amplo e complexo, objeto de discussões nem sempre consensuais, mas que servem para ilustrar um pouco do que pretendemos ao bancar o uso do termo “narrativa” neste trabalho. Ao final da última citação, por exemplo, menciona-se uma suposta descrença nas metanarrativas como um dos fatores determinantes para se estabelecer uma fronteira entre modernidade e o chamado pensamento pós-moderno. Tal ideia tem como um dos seus principais fiadores o filósofo francês Jean-François Lyotard, que se referia à era pós-industrial como um tempo de mudanças significativas nos estatutos (ou modificação da natureza) das ciências e das universidades, principalmente. O autor aponta o desenvolvimento tecnológico, por exemplo, como um dos elementos catalisadores de uma crise não somente da ciência (e da verdade), mas também de conceitos basilares do pensamento moderno como entendimentos acerca da "razão", "sujeito", "totalidade" e/ou "progresso". De uma maneira resumida, então, para o filósofo francês, o "pós-moderno, enquanto condição da cultura nesta era, caracteriza-se exatamente pela incredulidade perante o metadiscurso<sup>47</sup> filosófico-metafísico, com suas pretensões atemporais e universalizantes. (LYOTARD, 2009, p. 8, grifos nossos).

Como podemos notar, o ponto de vista defendido por Lyotard (e também outros pensadores da pós-modernidade) vai ao encontro de uma das problemáticas que levantamos nesta pesquisa, que é a de encarar as novas conformações da pós-verdade como um sofisticado experimento dedicado a combater, ou ao menos mitigar, narrativas já consolidadas em nosso tecido sociocultural. Foi exatamente essa a discussão que iniciamos acima com Pinheiro-Machado

---

<sup>47</sup> O termo metadiscurso é aqui utilizado para se referir à ideia de metanarrativas, grandes narrativas e/ou metarrelatos.

(2019) falando do avanço do discurso neoconservador em contraposição à ciência e/ou valores humanistas e, de certa forma, com Foucault (2004), ao refletirmos sobre a questão das relações de poder.

Enfim, no nosso caso, o uso do termo (des)construções narrativas e suas variações ao longo deste estudo torna-se oportuno, e até mesmo necessário, para estabelecermos contraponto e relação crítica constantes entre o uso de produtos pós-verdadeiros, como as *fake news*, e essas tentativas de se deslegitimar narrativas (metanarrativas?) consideradas “totalizantes”, como é o caso dos saberes científicos e/ou da própria noção de verdade.

### 3 A QUESTÃO DISCURSIVA E DIÁLOGOS INTERDISCIPLINARES

A partir do momento em que optamos por trabalhar no âmbito da AD, que embasa a presente pesquisa, teórica e também metodologicamente, concordamos que se faz necessário levar em conta algumas particularidades para o seu desenvolvimento mais aprimorado. Tal raciocínio engloba, por exemplo, a importância de revisitarmos algumas noções do sujeito, da memória, das representações (e imaginários) e da esfera pública, entre outros aspectos.

Falando mais especificamente sobre o nosso objeto de estudo, que abriga um tema e suporte midiático relativamente complexos (sujeitos, pós-verdade e internet), a escolha da corrente teórico-metodológica se torna fundamental. Acreditamos, no entanto, que tal escolha não deva aqui seguir critérios demasiadamente rígidos a ponto de engessar e/ou limitar nossas possibilidades de análise.

Nesse sentido, adotaremos no estudo a TS como aporte referencial, mas procuraremos também estabelecer um diálogo com outras frentes dentro da AD e em uma perspectiva interdisciplinar, desde que sejam pontos de vista compatíveis com a temática principal e propensos a enriquecer a nossa discussão. Recorrendo à própria perspectiva charaudeana, vemos que sua proposta Semiolinguística não somente permite, mas sinaliza ser importante levar em conta enfoques analítico-discursivos que contemplem a interdisciplinaridade nas pesquisas.

Apesar de encarado como um assunto delicado até pouco tempo atrás, principalmente pela desconfiança de que se poderia comprometer o rigor científico, Charaudeau (2013) observa que uma demanda pela inter (multi ou trans) disciplinaridade começou a surgir “em nome da complexidade crescente do mundo, do avanço do conhecimento, da pluralidade dos saberes sobre os mesmos fatos sociais e sua necessária articulação” (p. 18). Trazendo a discussão para o âmbito da AD, Charaudeau (2013) destaca que uma das premissas da interdisciplinaridade é admitir algumas simplificações, sem deformações, com o intuito de estabelecer ligações entre diferentes disciplinas. Em outras palavras, a interdisciplinaridade

“consiste em estabelecer verdadeiras conexões entre conceitos, instrumentos de análise e modos de interpretação de várias disciplinas. Não basta apenas usar diferentes disciplinas em um mesmo objeto de análise; é preciso confrontar várias competências disciplinares com o intuito de tornar mais pertinentes esses conceitos e instrumentos de análise, ou ampliar o campo de interpretações a partir dos resultados advindos dos procedimentos de análise comuns. (CHARAUDEAU, 2013, p. 22-23)

Voltando então ao nosso objeto, entendemos que o enfoque interdisciplinar nos possibilita mais flexibilidade e liberdade para analisar e/ou propor novas reflexões em torno de uma temática ainda carente de estudos mais elaborados na atualidade, nesse caso, envolvendo novas tecnologias, traços do comportamento humano e um novo espaço de discursividade instaurado.

### 3.1 TEORIA SEMIOLINGUÍSTICA: UM PONTO DE PARTIDA

Sob a ótica de Machado (2007), a TS é capaz de oferecer um importante instrumental teórico para quem necessita trabalhar com a transgressão genérica. A autora chama de “transgressão”, nesse caso, o que se pode verificar nos mais diversos textos circulantes em nosso dia a dia, como uma revista semanal, que busca em seu projeto conciliar reportagem, editorial, artigos de opinião, crônicas, fotos, publicidade, por exemplo.

Apesar de não ser nosso objetivo desenvolver o debate em torno dessa questão dos gêneros, não podemos deixar de observar que estejamos, talvez, lidando, em nossa pesquisa, com um ponto alto dessas possibilidades de “transgressão genérica” mencionada por Machado (2007). Indo até além dessa ideia de transgressão, acreditamos que o ambiente digital, e sua relação com o ser humano, esteja ainda numa fase de discussão embrionária, uma obra inacabada capaz de nos conduzir a formas outras de leitura, de compreensão possivelmente mais complexa também na questão dos gêneros.

Como poderemos perceber na nossa metodologia, a TS nos serve de parâmetro para a constituição de um *corpus* dentro desse universo de “transgressão genérica”, mas também se torna de fundamental importância para estabelecermos paralelos conceituais com outras frentes da AD. Isso com o intuito de podermos identificar ferramentas que possam, ou não, municiar metodológica e teoricamente a nossa pesquisa em meio a essas “novas complexidades” do ambiente digital.

Podemos já notar, por exemplo, em consonância com o que mencionamos antes, que a TS fornece importante material teórico para um ponto de partida no que diz respeito à questão do sujeito (relativamente autônomo) frente a seus posicionamentos. Na perspectiva de Guilbert (2013), por exemplo, que procura refletir sobre possíveis compatibilidades entre a AD atual (ideológica) e a teoria do discurso de Pêcheux, a questão da unicidade do sujeito parece algo hoje superado.

Defino [...] meu projeto de tese como a pesquisa do funcionamento discursivo da ideologia (neoliberal), cujo objetivo é o de descartar o aspecto conotativo da ideologia e sua abordagem política cientificamente suspeita, sem, entretanto, negar sua função essencial no que se refere ao poder e considerando os avanços da AD: os questionamentos da dicotomia saussuriana língua/fala, da bivalência da relação significado/significante ou da *unicidade do sujeito falante me parecem definitivamente comprovados*. A questão que aqui se impõe reside no como: como o discurso ideológico chega a se constituir sob a forma de evidência. (GUILBERT, 2013, p. 129, grifos nossos)

Apesar de vários estudos na AD considerarem superada essa questão do sujeito na atualidade, como vimos anteriormente, entendemos que podemos (e devemos) buscar outras frentes analíticas em nosso trabalho considerando uma eventual forma outra de subjetividade. Estamos falando de investigações que tragam a possibilidade de uma leitura alternativa, um olhar frente a esse suposto sujeito outro revelável na interseção entre a pós-verdade e as novas tecnologias emergíveis da chamada cultura digital.

Além da questão do sujeito, vimos que a noção de contrato de comunicação desenvolvida por Charaudeau nos serviu também de importante suporte para analisarmos a interlocução possível de ser estabelecida entre as instâncias produtoras e “consumidoras” de notícias falsas. Tal opção ganhou corpo tendo em vista, especialmente, uma suposta necessidade de reconhecimento entre os parceiros para que se concretizasse o ato de linguagem, nesse caso, discutível no âmbito da absorção (ou não) e compartilhamentos das *fn*.

Conforme aponta Charaudeau (2014b), a noção de contrato não é utilizada somente na esfera da AD, mas em áreas como a semiótica e/ou a psicossociologia da linguagem, principalmente com o intuito de se analisar o que torna um ato de linguagem válido, levando-se em conta a questão do sentido. O contrato funciona então como “[...] a condição para os parceiros de um ato de linguagem se compreenderem minimamente e poderem interagir, coconstruindo o sentido, que é a meta essencial de qualquer ato de comunicação”. (CHARAUDEAU, 2014b, p. 130)<sup>48</sup>.

Sem muito esforço, podemos imaginar que as novas tecnologias, sobretudo as redes sociais, permitem um comportamento responsivo (e instantâneo) por parte do sujeito. Mais do que isso, possibilitam uma “visibilidade” e amplitude de sua voz. Por meio de ferramentas multimodais,

---

<sup>48</sup> Retomamos algumas vezes mais adiante a noção de contrato, relacionando-a a questões envolvendo a subjetividade, o contexto e os efeitos patêmicos, entre outras.

essas falas se tornam passíveis de ganhar força e agilidade em forma de texto escrito, áudio, vídeo, *meme* etc.<sup>49</sup>. A ideia de responsividade, por si só, já denota uma participação (ativa) do sujeito na construção de uma realidade social, o que parece coincidir em certa medida com a perspectiva da TS acerca da subjetividade, uma das temáticas que problematizamos nesta pesquisa.

Ainda dentro dessa breve reflexão crítica, outros dispositivos analíticos da TS foram também confrontados, e/ou adaptados, no decorrer da pesquisa, como, por exemplo, a questão da memória e/ou da (im)possibilidade de análise simultânea de elementos dentro de um mesmo texto<sup>50</sup>. Tais inquietações, no entanto, não tiveram o propósito de minimizar a importância das ideias trazidas por Charaudeau. Pelo contrário, buscamos apenas refletir, embasados em outros pontos de vista, sobre alguns dos novos rumos que a AD pode assumir frente a certas especificidades do atual momento sócio-histórico.

Conforme mencionamos antes, reforçamos, tomamos a Semiologia como ponto de partida, mas sempre considerando salutar e importante refletir sobre o que dizem outros estudiosos do discurso, e também numa perspectiva interdisciplinar, especialmente no que se refere a falas que ecoam desse novo ambiente midiático.

### **3.1.1 Reflexões sobre o contrato de fala no ambiente de pós-verdade**

No decorrer deste estudo, utilizamos a noção de contrato de comunicação, sobretudo, para tentar entender possíveis relações estabelecidas entre as instâncias enunciantes e as receptoras (propagadoras?) de notícias falsas, o que pode nos ajudar a refletir também sobre a questão da subjetividade. No nosso caso em específico, vale lembrar ainda que lidamos com a circulação de *fn* em circunstâncias e com propósitos notadamente político-eleitorais, particularidade que nos permite tipificar tais falas como discurso político<sup>51</sup>. Partindo desse ponto de vista, Charaudeau (2010b) deixa a entender que se torna inoportuno pensarmos o discurso político

---

<sup>49</sup> Meme: 1) imagem, informação ou ideia que se espalha rapidamente pela internet; uma reutilização ou alteração humorística ou satírica de uma imagem. (2) Ideia ou comportamento passado de uma geração a outra, geralmente por imitação. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/meme>. Acesso em: 03 mar. 2019.

<sup>50</sup> Referimo-nos à metodologia prevista na TS de se estudar separadamente os elementos verbais e não verbais dentro de um mesmo texto, o que nos parece incompatível com a AD digital. De acordo com Charaudeau (2005), tal posição consiste em estratificar o objeto em níveis de análise autônomos, correspondentes às diferentes dimensões semiológicas (o verbal, o visual, o gestual).

<sup>51</sup> Raciocínio semelhante, e aqui adaptado em torno do discurso político-propagandístico e das visadas discursivas como contrato de fala, foi também utilizado em nossa dissertação (AZEVEDO, 2015).

(como também o publicitário, o promocional etc.) sem antes considerarmos um processo discursivo mais abrangente, que seria caracterizado pelos discursos propagandista e/ou de influência.

Antes de desenvolver seu raciocínio sobre tal temática, no entanto, Charaudeau (2010b) propõe que situemos o sujeito do discurso dentro de um quadro que considere as identidades e eventuais relações de força possíveis de serem instauradas entre indivíduos em uma determinada sociedade. Nesse sentido, Charaudeau parte da ideia de um discurso em uma perspectiva de influência social em que indivíduos, ou sujeitos falantes, também são atores. Assim, para embasar teoricamente a sua análise, o autor faz algumas proposições que funcionam como uma espécie de postulados:

Não há relações sociais que não estejam marcadas por relações de influência [...] Estas relações de influência se encenam na linguagem de acordo com um princípio de alteridade (não há “eu” sem “tu”) [...] todo ato de linguagem se realiza numa situação de comunicação normatizada, composta pela expectativa da troca e pela presença das restrições de encenação (contrato de comunicação e instruções discursivas) [...] como a legitimidade não é o todo do ato de linguagem, é preciso que os sujeitos falantes ganhem em credibilidade e saibam captar o interlocutor ou o público (CHARAUDEAU, 2010b, p. 58-59).

De acordo com Charaudeau (2010b), é necessário que o sujeito falante, com o intuito de entrar em contato com o outro, justifique adequadamente o motivo pelo qual pretende tomar a palavra para si. Isso feito, além da legitimação da fala ao locutor, é estabelecido ainda ao outro certo lugar, denominado pelo autor como “processo de regulação interacional”, um lugar que surge em função de normas em vigor no grupo do qual todos fazem parte.

Para que esteja “garantida” a legitimidade da sua fala, torna-se ainda desejável (senão necessário) que o sujeito falante busque captar o seu interlocutor (no caso o “consumidor” de *fn*), conquistando certa credibilidade. Para que isso ocorra, afirma Charaudeau (2010b), torna-se importante que estejam presentes no jogo discursivo uma “[...] construção da imagem do sujeito falante (seu *ethos*)”, de maneira a “[...] tocar o afeto do outro para seduzi-lo ou persuadi-lo (o *pathos*)” e “[...] os modos de organização do discurso que permitem descrever o mundo e explicá-lo segundo os princípios da veracidade (o *logos*)” (p. 59).

Retomando mais especificamente a questão do discurso propagandista, Charaudeau ressalta que o seu funcionamento, assim como o que define qualquer situação de comunicação, baseia-se

nas expectativas geradas ou nas suas visadas. Nesse sentido, as visadas discursivas são vistas como uma expectativa ou aquilo que está em jogo para qualquer ato de linguagem. Elas correspondem a uma intencionalidade do sujeito falante diante de um destinatário ideal, já que esse sujeito não tem o domínio sobre os eventuais efeitos produzidos no ato da fala. Charaudeau (2010b) nos diz que essas visadas podem ser determinadas a partir de um triplo critério, que são a intenção pragmática do “eu” diante do “tu”; a posição de legitimidade do “eu”; e a posição que, ao mesmo tempo, é instaurada para o “tu”.

No caso do discurso propagandista, Charaudeau elenca algumas das finalidades que podem intervir no seu funcionamento: i) a primeira delas é a visada prescritiva, em que o “eu” quer fazer fazer (ou pensar) algo a “tu” e está legitimado numa posição de autoridade com poder de sanção; o “tu” ou o outro, nesse caso, encontra-se em posição de dever fazer. Essa visada pode ser encontrada, por exemplo, no discurso da lei, nos regulamentos e em situações nas quais existe certa hierarquia (professor, pais, superior hierárquico etc.); ii) outra visada é tida como a informativa. Nela, o “eu” quer fazer saber algo a “tu”, sinalizando a presença de um sujeito falante legitimado por uma posição de saber e de um interlocutor (ou o “tu”) numa posição de dever saber. Esse tipo de visada, além de ser a que funda o discurso midiático, pode estar presente, por exemplo, em discursos nos centros de informação públicos; iii) por fim, o autor nos descreve uma terceira visada, a de incitação, em que o sujeito falante quer fazer crer alguma coisa a “tu” (ao outro) – de forma parecida à visada de prescrição –, porém, não estando desta vez em posição de autoridade. Aqui, o sujeito falante (ou o “eu”) não pode fazer outra coisa senão incitar o outro (ou o tu) a fazer algo. A maior missão do “eu”, então, é passar por um “fazer crer” com a finalidade de persuadir o outro, fazendo-o acreditar que poderá ser beneficiado pelo seu próprio ato e levando-o a agir (ou pensar) na direção proposta pelo sujeito falante.

[...] 1) o “eu” quer fazer fazer alguma coisa a “tu”, como na visada de prescrição, mas aqui, não estando em posição de autoridade, “eu” não pode senão incitar a fazer a “tu”; 2) ele deve, então, passar por um fazer crer a fim de persuadir o “tu” de que será o beneficiário do seu próprio ato, de modo que este aja (ou pense) na direção desejada por “eu”; 3) o “tu” se encontra, então, em posição de dever crer no que lhe é dito (CHARAUDEAU, 2010b, p. 62).

Levar em conta as visadas, diz-nos o autor, contribui para que encaremos o discurso propagandístico como um contrato da fala isento de intenções manipuladoras, uma vez que as instâncias de produção e de recepção conhecem as situações de produção do discurso.

No âmbito de nossa pesquisa, esses recortes trazidos por Charaudeau foram especialmente importantes para (re)adequarmos a noção de contrato de fala (e da própria subjetividade) num ambiente marcado pela proliferação de *fake news*. Como veremos em mais detalhes adiante, os formatos, práticas e estratégias adotados para disseminar tais produtos pós-verdadeiros aparecem distanciados das características desse discurso propagandístico, principalmente no que diz respeito a uma suposta ausência de propósitos manipulatórios. Nesse sentido, artimanhas como ocultar ou forjar fontes de informação, o uso de perfis falsos ou até mesmo a interferência de algoritmos, entre outros elementos, aparecem como indicadores de que estamos diante de uma espécie de subversão do contrato de comunicação, se pensarmos nos moldes previstos pela Semiologia. Isso nos leva a refletir, para além da manipulação em si, sobre possíveis deslocamentos envolvendo o papel do sujeito e sua relativa autonomia em meio a esse circuito capitaneado pelas *fn*<sup>52</sup>.

### 3.2 BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE O SUJEITO EM AD

Ao refletir sobre a noção de sujeito, devemos ter em mente que estamos lidando com um campo conceitual por vezes “espinhoso” que coloca em lados conflitantes (quando não divergentes) ao menos duas grandes correntes da AD, que são os seguidores da escola francesa fundada por Michel Pêcheux, considerado um dos precursores na área, e outra, mais recente, proposta pelo linguista, também francês, Patrick Charaudeau e sua TS.

Conforme aponta Orlandi (2005), uma das responsáveis por trazer para o Brasil a obra de Pêcheux a partir da década de 1980, o autor teoriza, entre outros aspectos, sobre como a linguagem é materializada na ideologia e, ao mesmo tempo, como esta mesma ideologia acaba se manifestando na linguagem. Dessa forma, teríamos então um sujeito que se submete à linguagem, com toda sua bagagem de mundo e levado a significar(se), a produzir sentido, a partir de um “movimento sócio-historicamente situado em que se reflete sua interpelação pela ideologia” (ORLANDI, 2007, *online*). Indo além na proposta pecheutiana, teríamos na formação discursiva<sup>53</sup> um lugar de constituição do sentido e, ao mesmo tempo, de identificação

---

<sup>52</sup> Esse assunto é retomado e mais bem desenvolvido no quarto e quinto capítulos.

<sup>53</sup> Conceito introduzido por Michel Foucault, em 1971 (n. 24 da revista *Langages*), e que na proposta pecheutiana diz respeito « àquilo que se pode e se deve dizer numa situação dada, numa conjuntura dada, lugar provisório da metáfora, entendida esta como transferência » (ORLANDI, 2007, *online*).

do sujeito. Ao falar então da forma-sujeito<sup>54</sup> do discurso na apropriação subjetiva dos conhecimentos científicos, por exemplo, o fundador da AD Francesa afirma que “que toda prática discursiva está inscrita no complexo contraditório-desigual-sobredeterminado das formações discursivas que caracteriza a instância ideológica em condições históricas dadas” (PÊCHEUX, 1995, p. 213)

No âmbito da AD, Pêcheux considera o sentido como resultante de uma regulação da prática humana no tempo e no espaço, defendendo assim uma descentralização do conceito de subjetividade e com isso limitando também a autonomia do próprio objeto linguístico. Trocando em miúdos, nos diz Orlandi (2005, 2007), a AD sob a ótica pecheutiana assume um tom crítico ao “objetivismo abstrato (a língua como sistema neutro) e ao subjetivismo realista (o sujeito como centro e causa de si)”, não trabalhando com a perspectiva de um sujeito onipresente nem com um sistema totalmente autônomo, sendo neste caso a língua relativamente autônoma. Dessa forma, o discurso é visto como um “efeito de sentidos entre locutores, um objeto sócio-histórico” em que o aspecto linguístico se encontra pressuposto. Em suma, da maneira como nos mostra Orlandi (2007, *online*), Pêcheux critica a “evidência do sentido (a ilusão da literalidade: o sentido só pode ser esse, já-lá)” e o “sujeito intencional que estaria na origem do sentido” (ORLANDI, 2005, p. 11).

Já nas palavras da pesquisadora Ida Lucia Machado, um dos principais nomes dos estudos semiolinguísticos no Brasil, a AD proposta por Pêcheux

[...] buscava apoio na língua, tal como esta havia sido definida por Saussure (1906), ou seja, através dessa nova análise, o discurso poderia reformular a fala (*parole*), essa espécie de “resíduo filosófico” que deveria ser liberado de sua subjetividade ou individualidade. Resumindo bem, o discurso de todo ser falante seria sempre assujeitado a uma formação discursiva dominante. (MACHADO, 2007, p. 114).

Retomando a questão das formações discursivas, Maingueneau (2014a, p. 240) destaca que tal concepção, em função de sua dupla origem (Foucault e Pêcheux), acaba carregando em si uma grande instabilidade. Além das reformulações iniciais propostas por Pêcheux, no âmbito da AD essa noção acabou sendo novamente revista, já que a ideia de sujeito totalmente sobredeterminado pela ideologia tornou-se de certa forma “relativizada” e a formação

---

<sup>54</sup> Conforme observa Orlandi (2007), tal termo serve para designar uma das formas de constituição do sujeito propostas por Pêcheux, neste caso concretizada a partir da interpelação do indivíduo pela ideologia.

discursiva passou a ser vista como inseparável do interdiscurso<sup>55</sup>. Maingueneau (2014a) observa, então, que o próprio Pêcheux redefiniu a noção de formação discursiva, considerando-a como uma estrutura não fechada, já que se mostra constitutivamente propensa a ser “invadida” por elementos provenientes de outros espaços, inclusive de outras formações discursivas. Ainda segundo Maingueneau,

o termo ‘formação discursiva’, após ter dominado a análise do discurso francófona, tem, desde os anos 80, mais dificuldade em encontrar o seu lugar. Isso tem a ver com o seu caráter mal definido, mas também, com efeito, identifica-se frequentemente, de maneira caricatural, com uma unidade doutrinária que seria compacta e independente das situações de comunicação. (MAINGUENEAU, 2014a, p. 242).

Maingueneau pondera em suas observações, no entanto, que o próprio Pêcheux acabou se distanciando dessa concepção, na medida em que entende não ser possível apreender discursividades autoestabilizadas vindas de fontes ou formas doutrinárias, por exemplo, prevendo que o seu espaço discursivo seja dotado de condições de produção estáveis e marcados por uma homogeneidade.

No que diz respeito à TS, proposta por Charaudeau, vemos a noção de sujeito associada à de um ser social, dotado de certa autonomia e capaz de se expressar com base na sua vivência individual e/ou coletiva. Pode-se perceber essa importância do sujeito já na própria aceção do termo Semiolinguística, uma vez que temos

Semio-, de “semiosis”, evocando o fato de que a construção do sentido e sua configuração se fazem através de uma relação forma-sentido (em diferentes sistemas semiológicos), sob a responsabilidade de um sujeito intencional, com um projeto de influência social, num determinado quadro de ação. (CHARAUDEAU, 2005, p. 13).

Na opinião de Charaudeau (2010b), durante muito tempo a AD foi ancorada em estudos que entendiam o discurso sustentado a partir das ideias, de forma quase sempre associado a questões ideológicas. Sob tal ótica, diz-nos o autor, tudo se passa como se não houvesse no discurso um sujeito, ou que o seu espaço seria ocupado por entidades abstratas.

Na proposta da Semiolinguística charaudeana, no entanto, dentro de uma problemática da alteridade, o sujeito discursivo aparece apenas em parte sobredeterminado por

---

<sup>55</sup> "Todo discurso é atravessado pela interdiscursividade, tem a propriedade de estar em relação multiforme com outros discursos, de entrar no interdiscurso". (MAINGUENEAU, 2014c, p. 286)

condicionamentos de ordens diversas, mas mostra-se livre para manifestar as suas escolhas no momento em que focaliza o seu discurso. Esse sujeito é,

ao mesmo tempo, coagido pelos dados da situação de comunicação (contrato) que o conduzem a se comportar discursivamente de uma certa maneira, e livre de se *indivduar*, o que o leva a usar estratégias. [...] é um sujeito composto de várias denominações. Ele polifônico, uma vez que é portador de várias vozes enunciativas (polifonia)<sup>56</sup>. Ele é dividido, pois carrega consigo vários tipos de saberes, dos quais uns são conscientes, outros não são conscientes, outros, ainda, inconscientes. (CHARADEUAU, 2014d, p. 458).

Se considerarmos o pensamento de Foucault, uma das referências para vários estudos no âmbito da AD, vemos uma noção de sujeito mais complexa e de certa forma distinta dessas duas correntes teóricas que apresentamos. Para o filósofo francês, a questão da subjetividade, inscrita sob a ótica do indivíduo moderno, envolve um quadro de problematização da verdade num jogo em que, conforme Adorno (2017), procura-se estabelecer conexões entre o sujeito, a questão do poder e a própria história.

Tal noção de indivíduo moderno, observa Severo (2007), está associada a características do próprio Estado moderno no exercício de um duplo poder sobre o indivíduo, uma submissão que se impõe tanto do ponto de vista da individualização (gestão dos indivíduos por meio da polícia, por exemplo), quanto da totalização, significando, no caso, a gestão de populações inteiras.

Dentro dessa perspectiva, diz-nos Severo (2007, p. 192-193), na visão foucaultiana, o indivíduo, em sua totalidade e dotado de autonomia não existe. Ele é fabricado a partir de práticas e discursos circulantes em épocas específicas da história. Levando-se em conta esse aspecto temporal, pode-se dizer, então, por exemplo, que o sujeito moderno não é o mesmo da Antiguidade, uma vez que estão imersos em épocas e práticas distintas. Dessa forma, se o sujeito do mundo antigo se apropriava de princípios verdadeiros num esforço para se tornar porta-voz da retidão; na Modernidade, contrariamente, ganha destaque o sujeito do conhecimento, guiado por uma “vontade de verdade”, mas que não preserva, necessariamente, um comprometimento com seus atos. Nesse sentido, pode-se dizer que o sujeito moderno é produzido com base na questão da verdade e em dispositivos específicos de poder.

---

<sup>56</sup> No sentido aqui proposto, diz-se que "a Semiologia se inspirou na teoria da polifonia de Bakhtin. [...] nela, o ato de linguagem é considerado como uma produção assumida por diferentes vozes ou sujeitos". (MACHADO, 2007, p. 116).

Atentando para o que mais nos interessa neste capítulo, podemos dizer que a questão do sujeito norteou praticamente toda obra de Foucault:

As ideias que eu gostaria de tratar aqui não fazem as vezes nem de teoria nem de metodologia. Eu gostaria de dizer primeiramente qual foi o objetivo do meu trabalho nesses últimos 20 anos. Não foi de analisar os fenômenos de poder nem de lançar as bases de tal análise. Procurei, antes, produzir uma história dos *diferentes modos de subjetivação* do ser humano em nossa cultura; tratei, nessa ótica, dos três modos de objetivação que transformam os seres humanos em sujeitos. (FOUCAULT, 2014, p. 118, grifos nossos).

Conforme sinalizado acima, Foucault nos diz, com base em sua frente teórica, que são três os modos de objetivação capazes de transformar o indivíduo em sujeito, destacando ainda na esteira dessa temática que não é o poder que constitui o tema geral de suas pesquisas, mas sim questões relacionáveis ao sujeito.

O primeiro desses modos de objetivação do sujeito estudados por Foucault (2014) viria de sua relação com o conhecimento ou com o que, de certa forma, pudesse alcançar um “estatuto de ciência” nas suas próprias palavras. Ou seja, tem-se aí a figura de indivíduos que podem ser objetivados por discursos científicos que querem lhes instruir, conduzir suas condutas, maneiras de pensar e/ou agir.

Num segundo enfoque do seu trabalho, Foucault analisa a objetivação a partir daquilo que ele denomina “práticas divisoras”, em que o sujeito se encontra dividido em seu interior e ao mesmo tempo se diferencia em relação aos outros indivíduos. O autor elenca alguns processos objetivantes possíveis de acontecer tendo em vista dualismos existentes, por exemplo, entre o que entendemos por ser louco ou mentalmente são, ser doente ou sadio, ser considerado um criminoso ou estar no rol dos “bons meninos”. É como se o indivíduo procurasse se localizar ou se reconhecer entre uma ou outra dessas condutas e, com base nessa sua “escolha”, ter objetivado o seu comportamento e/ou a sua própria essência enquanto sujeito.

Por fim, Foucault procura entender os modos pelos quais os seres humanos podem se tornar sujeitos levando-se em conta a sua interação com o meio. O autor nos mostra, por exemplo, que um de seus recortes para abordar o assunto foi o domínio da sexualidade, ou seja, “como os homens aprenderam a se reconhecer como sujeitos de ‘sexualidade’” (FOUCAULT, 2014, p. 119). Diferentemente dos modos anteriores, esse último eixo investigativo sugere que podem existir rotas de fuga que permitam ao indivíduo escapar de certas condições de dominação,

como é o que se pode perceber nos estudos relacionados às chamadas “tecnologias de si”. Ou seja, arriscaríamos dizer, com base na evolução do pensamento do autor, que estaríamos sim diante de um modo de objetivação, mas que permite ao indivíduo certa margem de manobra para o exercício de sua liberdade. Nesse sentido, as tecnologias de si

permitted aos indivíduos efetuar, com seus próprios meios ou com a ajuda de outros, um certo número de operações em seus próprios corpos, almas, pensamentos, conduta e modo de ser, de modo a transformá-los com o objetivo de alcançar um certo estado de felicidade, pureza, sabedoria, perfeição ou imortalidade. [...] Talvez eu tenha insistido demasiadamente na tecnologia de dominação e poder. Estou cada vez mais interessado na interação entre si e os outros, e nas tecnologias de dominação individual, a história de como um indivíduo age sobre si mesmo, na tecnologia de si. (FOUCAULT, 2004b, p. 323-324)

Destacamos acima uma pequena reflexão sobre as tecnologias de si por estas representarem uma fase, ou frente analítica, em que Michel Foucault procura relativizar a força da dominação no constructo de subjetividades. Mas é importante destacar que, em seu amplo percurso investigativo, o autor buscou compreender diferentes maneiras de os indivíduos desenvolverem conhecimentos sobre si imersos em suas culturas. E para isso, além das “tecnologias de si”, a investigação foucaultiana demandou também, principalmente em sua fase inicial, um olhar voltado para outros grupos de tecnologias, cada um com sua implicação racional prática. São eles: as “tecnologias de produção”, as “tecnologias dos sistemas de signos” e as “tecnologias de poder”. As tecnologias de produção, nos diz o autor, são aquelas “que permitem produzir, transformar ou manipular as coisas”; as “tecnologias dos sistemas de signos” são voltadas à utilização dos “signos, sentidos, símbolos ou significação”; e, finalmente, as “tecnologias de poder” fazendo parte do grupo de tecnologias “que determinam a conduta dos indivíduos e os submetem a certos fins ou dominação, objetivando o sujeito” (FOUCAULT, 2004b, p. 323).

Foucault observa ainda que as “tecnologias de produção” e as “dos sistemas de signos” são aplicáveis, de uma maneira geral, ao estudo das ciências e da linguística. Já os dois outros grupos de tecnologias, denominada por Foucault de tecnologias de dominação e de si, mereceram uma atenção especial por parte do filósofo francês. A partir destas, Foucault procurou entender e sintetizar uma história da organização do conhecimento relacionáveis tanto à questão da dominação quanto ao conjunto de práticas envolvendo as chamadas tecnologias de si.

Foucault nos sinaliza que na confluência entre essas “tecnologias de dominação sobre os outros e as tecnologias de si” reside a ideia de governamentalidade, conceito amplamente trabalhado em sua obra e que está relacionado, em linhas gerais, a relações de poder voltadas à gestão e/ou administração da população e/ou coletividade, a uma maneira de conduzir comportamentos. Por governamentalidade, então, pode-se entender:

1 – o conjunto constituído pelas instituições, procedimentos, análises e reflexões, cálculos e táticas que permitem exercer esta forma bastante específica e complexa de poder, que tem por alvo a população, por forma principal de saber a economia política e por instrumentos técnicos essenciais os dispositivos de segurança. [...] 2 – a tendência que em todo o Ocidente conduziu incessantemente, durante muito tempo, à preeminência deste tipo de poder, que se pode chamar de governo, sobre todos os outros – soberania, disciplina etc. – e levou ao desenvolvimento de uma série de aparelhos específicos de governo e de um conjunto de saberes. [...] 3 – resultado do processo através do qual o Estado de justiça da Idade Média, que se tornou nos séculos XV e XVI Estado administrativo, foi pouco a pouco governamentalizado. (FOUCAULT, 2001, p. 291-292)

Apesar de não trabalharmos explicitamente essa noção de governamentalidade em nossa pesquisa, vemos no conceito importante ponto de reflexão para desenvolvermos um raciocínio crítico no estudo pós-verdade e seus possíveis desdobramentos no atual momento sócio-histórico. Talvez essa ideia nos permita refletir, por exemplo, sobre as relações de poder que tentam se restabelecer no tecido social e o lugar ocupado pelo sujeito em meio a esse embate, a esse rearranjo de forças. Nesse sentido, não seria exagero supor que o nosso estudo se situa, curiosamente, no ponto de encontro entre certas tecnologias de poder, aquelas que querem determinar a conduta dos indivíduos, e as tecnologias de si, capazes de nos fazer pensar de alguma forma na questão subjetividade, dotada de certa autonomia ou não.

### 3.3 LINGUAGEM E PÓS-VERDADE: A DIMENSÃO ÉTICO-MORAL

O desafio de se estudar subjetividades outras possíveis de emergir dos novos *media* traz, entre outras provocações, suas inquietudes também acerca da questão moral (ou ética) relacionável, sobretudo, ao comportamento desse sujeito (ou não sujeito?) do universo digital.

Apesar de estarmos lidando com a questão da linguagem, analisável também a partir de aparatos técnicos (como a internet e suas redes sociais), encaramos a questão ética e/ou moral como

condições eminentemente humanas<sup>57</sup>. Nesse sentido, reflexões sobre a ética e/ou a moral nos servirão de suporte, entre outros aspectos, para analisarmos não somente o comportamento humano frente ao (re)surgimento da pós-verdade, mas as próprias marcas ou evidências deixadas por esse sujeito das redes sociais (dotado de certa autonomia?) no percurso dessa sua escrita digitalmente armazenável.

Em suas ponderações filosóficas sobre a questão da ética em tempos de pós-verdade, Tiburi (2018) nos diz que podemos estar, ainda que provisoriamente, diante de um fenômeno denominável de pós-ética. O uso do termo, surgido em um contexto em que a ética parece soar anacrônica, estaria relacionado a um ambiente em que desvalores são tomados como valores, em que são superestimadas pseudoações e a dessubjetivação<sup>58</sup> generalizada toma o lugar da própria alma.

Inspirada em Nietzsche, que critica certa idolatria popular pela “cultura histórica” e fala de um anacronismo existente entre sua própria vida e sua época, Tiburi procura refletir sobre o que pode ter de anacrônico também no contexto da pós-verdade. Nesse sentido,

[...] pode-se dizer que a ética é anacrônica em relação ao *ethos*, tomado como padrão de comportamento moral, tanto quanto a vida em relação à história, tanto quanto a reflexão em relação ao pensamento pronto, essa discursividade industrial e mercadológica de nossos dias que nos torna a todos consumistas da linguagem produzida e reprodutível. Essa discursividade produzida sem alma, no tempo em que a alma desapareceu como uma preocupação humana [...] Nem a singularidade, nem a alteridade devem ter lugar no contexto moralista de nossas vidas pós-verdadeiras. (TIBURI, 2018, p. 112, grifo nosso).

Podemos perceber que a autora adota um tom predominantemente pessimista em relação à pós-verdade e seus desdobramentos, especialmente no que diz respeito à falta de espaço para a ética e o pensamento reflexivo, e a esse suposto apagamento da alma, o que sugere um esvaziamento da própria subjetividade no seu sentido ativo. Apesar de apontar esses aspectos “negativos”, no entanto, Tiburi observa que o anacronismo pelo qual passamos está igualmente a provocar estranhamentos, desconcertos e/ou sentimentos de inadequação naqueles que ainda preservam

<sup>57</sup> Na nossa análise e nas reflexões finais, chegamos a discutir alguns aspectos relacionáveis à chamada “ética algorítmica”, o que sugere um suposto estudo acerca da ética das máquinas, mas que no fundo tem a instância humana como coadjuvante.

<sup>58</sup> Tiburi (2018) usa o termo “dessubjetivação” para se referir, de uma maneira geral, a um ambiente fértil para a proliferação da pós-verdade, de “subjetividades que são produzidas em massa”, no qual quase não há espaço para o sujeito e/ou pensamento reflexivo. (p. 113).

alguma subjetividade, o que pode indicar “[...] um sintoma feliz de que nem tudo está perdido” (TIBURI, 2018, p. 113).

Do ponto de vista analítico-discursivo, a abordagem ética e/ou moral no plano da linguagem tem sido trabalhada pela linguista francesa Marie-Anne Paveau<sup>59</sup>. Dentro de tal temática, as reflexões de Paveau (2015) partiram de suas inquietações sobre a dimensão ética no discurso acadêmico, sendo ampliadas em suas pesquisas sobre normas languageiras, nesse caso, formuladas no âmbito da linguística popular (ou linguistas leigos), que estabelecem critérios morais para rotular os enunciados como “bons” ou “ruins”, maneiras “feias” ou “bonitas” de dizer algo. Foi a questão da memória e da desmemória discursiva, no entanto, o fator determinante para a autora partir para investigações mais aprofundadas envolvendo aspectos morais no campo da fala.

Especialmente a partir de estudos em torno do nome próprio, Paveau procura, então, estabelecer possíveis paralelos entre a tópica da memória (e/ou desmemória) e a moral no terreno da fala. Para a autora, o nome próprio constitui um “nome da memória”, ou seja, uma base semântica na qual se consolidam formações de sentido advindas da cultura e da memória de grupos variados, o que permite constatar que a memória pode evoluir, perder-se e/ou se transformar. Quando isso acontece, diz-nos a autora, estamos diante do que os discursos sociais costumam chamar de “perda de sentido”, “desvalorização das palavras” ou de casos em que conjuntos inteiros de palavras e/ou expressões, então circulantes em uma certa linha discursiva, sofrem transformações no campo da memória e da desmemória.

Diante dessa problemática, Paveau passa a indagar se há ou não a possibilidade ou condições éticas para que se possa utilizar lexicalmente termos originariamente dotados de grande carga de memória, como os nomes Auschwitz, Ruanda, genocídio, massacre etc. Dessa forma, “[...] haverá bons enunciados no sentido moral do termo? Se sim, o que é então um enunciado passível de receber um juízo de valor moral? E como o valor moral se manifesta linguisticamente falando?” (PAVEAU, 2015, p. 24).

---

<sup>59</sup> Paveau (2015) utiliza, indiferentemente, nesses estudos os termos ética e moral, apesar de priorizar “moral” no campo da linguagem. No caso específico do nosso trabalho, mesmo cientes de certas diferenças epistemológicas entre os conceitos, incorporamos na escrita o termo “ética” em consonância com “moral”.

Paveau parte da hipótese de que sim, há critérios morais que devem ser observados na produção discursiva, isso se levado em conta o conjunto de indivíduos no uso de uma língua inserida em seus contextos cultural, histórico e social. Para responder a questões acerca do assunto, a autora propõe a noção de virtude discursiva, conceito que permite integrar a dimensão ética na linguística e que desemboca na ideia de discurso virtuoso, ou seja, um discurso

[...] ajustado aos valores vigentes na realidade complexa e instável dos agentes e de seus ambientes. Esse ajuste diz respeito a três elementos: os agentes e suas relações (o que pode ser descrito pela noção de decência)<sup>60</sup>, o mundo (a realidade e suas representações) e o conjunto de produções verbais que constituem a memória discursiva das sociedades (discursos, pré-discursos, linhagens discursivas). Esses elementos formam um sistema ao mesmo tempo discursivo, cognitivo e ético, no qual estão profundamente imbricados. (PAVEAU, 2015, p. 214, grifos nossos).

No que diz respeito à nossa pesquisa, acreditamos que os estudos de Paveau podem ser de considerável valia para analisarmos as narrativas veiculadoras da pós-verdade dentro de uma perspectiva da ética e da moral. Nesse sentido, poderíamos caracterizar as *fn* do ambiente virtual, por exemplo, como discursos não virtuosos? Que elementos languageiros e do ambiente cognitivo<sup>61</sup> poderiam ser legitimadores dessa hipótese<sup>62</sup>? E os sujeitos envolvidos nesse processo? Como poderíamos (re)contextualizar sua postura do ponto de vista ético-discursivo?

Essas e outras indagações, acreditamos, podem ter respostas sustentadas por subsídios teóricos e metodológicos trazidos por Paveau, mesmo cientes de certa imaterialidade inerente ao nosso objeto de estudo, já que “[...] dados axiológicos considerados subjetivos e não mensuráveis podem [...] ser integrados na análise linguística” (PAVEAU, 2015, p. 33).

### 3.4 O *ETHOS*: A SEARA DISCURSIVA E O UNIVERSO POLÍTICO

Na seção anterior, vimos que Tiburi (2018) procura chamar de pós-ética, no âmbito da filosofia, um contexto (de proliferação da pós-verdade) em que parece existir um anacronismo (ou uma incompatibilidade temporal) entre o *ethos*, pensado em sua dimensão moral, e o que poderíamos

<sup>60</sup> Noção de decência extraída de A. Margalit, que é definida como mecanismo para se referir à humilhação.

<sup>61</sup> Paveau (2015) traz a ideia de ambiente cognitivo no sentido de ampliar a noção de contexto.

<sup>62</sup> Ao falar sobre os marcadores de evidencialidade, por exemplo, Paveau (2015, p. 92) postula que a evidencialidade é uma maneira de dar uma justificação ou prova àquilo que se afirma, o que parece não ser possível nas *fn*. Assunto a ser mais bem explorado posteriormente.

chamar de ética<sup>63</sup>. Concentrando-se mais especificamente no *ethos*, procuramos aqui discutir algumas de suas abordagens no âmbito da AD, o que pode abrir horizontes para problematizarmos também a subjetividade em um ambiente (digital) capitaneado pelas *fn* e atravessado pelo discurso político. Outra questão que levantamos aqui, brevemente, é sobre a autoria ou origem desses discursos. Ou seja, como isso poderia ser trabalhado no âmbito dessa subjetividade, supostamente fluida, propensa a se manifestar num espaço discursivo difuso e multifacetado como o das redes sociais?

Atentando inicialmente para um dos entendimentos acerca do *ethos* na esfera da AD<sup>64</sup>, recorremos a Maingueneau (2008), com base na noção advinda do pensamento aristotélico e na sua própria concepção de *ethos*, mais encarnada, para tentar dar conta de outras leituras na contemporaneidade. Para o autor, o *ethos* na retórica aristotélica não assume um sentido estável e nem se reduz à dimensão discursiva, mas serve para designar disposições estáveis que se apresentam a partir de dois pontos de vistas complementares, que são o “político” e o da “idade e da fortuna”.

Dentro, então, do ponto de vista político, que pressupõe um público não estável, pode-se passar uma boa impressão por meio de um *ethos* que é construído na enunciação (e não derivado de um saber extradiscursivo), partindo de uma trama discursiva capaz de criar uma imagem de si que seja digna de convencer um determinado auditório, conquistando, assim, a sua confiança.

No caso do ponto de vista da idade e da fortuna, Maingueneau nos fala da existência de traços de caráter que se formam, seja em função da idade (juventude, maturidade, velhice) e da ideia de fortuna (nobreza, riqueza, poder, sorte etc.). Nesse caso, a persuasão será alcançada somente se o orador conseguir transmitir um *ethos* coincidente com a expectativa do auditório, um discurso que desperte nos interlocutores a impressão de que quem lhes fala é um dos seus, ou seja, “[...] a persuasão só é obtida se o auditório constatar no orador o mesmo *ethos* que vê em si mesmo.” (MAINGUENEAU, 2008, p. 58).

---

<sup>63</sup> Trabalha-se aqui com a perspectiva de que ética, no seu sentido aristotélico, deriva do termo grego *ethos* que significa modo de ser ou caráter do homem.

<sup>64</sup> Parte das discussões propostas por Charaudeau (2006) e Maingueneau (2008) acerca *ethos* foram utilizadas também em nossa dissertação (AZEVEDO, 2015).

Na visão de Maingueneau, o conceito de *ethos* deve ser hoje ampliado para além da perspectiva retórica, aquela baseada predominantemente na persuasão por argumentos e na oralidade. Nesse sentido, a ideia do autor é propor uma noção de *ethos* mais ampliada, que permita refletir de uma maneira mais geral acerca da adesão (ou não) dos sujeitos a certos posicionamentos. Tais reflexões, segundo o autor, partiriam do pressuposto de que qualquer texto escrito teria uma “vocalidade” específica, dispositivo que poderia estar ligado a uma corporificação do enunciador, a um “fiador” com habilidade para, por meio do seu tom, atestar o que é dito. Dentro dessa ótica, a noção de *ethos* viria, então, associada, basicamente, a três elementos, que são o tom, o caráter e a corporalidade. Tais componentes seriam, assim, o sustentáculo de uma concepção mais “encarnada” do *ethos* defendida por Maingueneau, abrangendo as dimensões verbais e não verbais ligadas a um fiador e contribuindo para que ocorram uma identificação por parte da instância interlocutora. Em resumo, essa proposta de um *ethos* “mais encarnado”

[...] recobre não somente a dimensão verbal, mas também o conjunto de determinações físicas e psíquicas associadas ao fiador pelas representações coletivas. Assim, acaba-se por atribuir ao fiador um “caráter” e uma “corporalidade”, cujo grau de precisão varia segundo os textos. O “caráter” corresponde a um feixe de traços psicológicos. Quanto à “corporalidade”, ela é associada a uma compleição física e a uma forma de se vestir. (MAINGUENEAU, 2008, p. 65).

Apesar de tal concepção de *ethos* ser um bom indicador de como podemos trabalhar discursivamente um *corpus* no terreno da internet, como é o nosso, Maingueneau (2018) faz, posteriormente, algumas considerações importantes em relação a essa sua proposta, lançando sobre ela um olhar crítico e procurando atualizá-la. Tomando como ponto de partida os analistas do discurso que usam metodologicamente a noção de *ethos* (incluindo as suas ideias), o autor observa que muitas vezes os elementos para essa modalidade de análise são drasticamente filtrados e/ou adaptados em função do gênero e do tipo de discurso a ser analisado. Tal observação é feita tendo em vista a escolha, de certa forma frequente, de *corpora* privilegiados que permitem uma abordagem mais precisa e sem muitos riscos em relação à análise em torno do *ethos*. Com base nessas inquietações, Maingueneau (2018) nos propõe observar e analisar o *ethos* levando-se em conta, simultaneamente, três de suas dimensões, que seriam a categorial, a experiencial e a ideológica<sup>65</sup>.

---

<sup>65</sup> Retomamos essa nova abordagem de Maingueneau acerca do *ethos* no quarto capítulo, em que esboçamos um percurso teórico-metodológico.

Se recorrermos à Semiologia, vemos que Charaudeau (2006) encara o *ethos* como o resultado de um cruzamento de olhares, que seria o olhar do outro sobre aquele que fala e, ao mesmo tempo, o olhar daquele que fala sobre como ele imagina que está sendo encarado pelo outro. Assim, para que seja construída uma imagem do sujeito que fala, “[...] esse outro se apoia ao mesmo tempo nos dados pré-existentes ao discurso – o que ele sabe a priori do locutor – e nos dados trazidos pelo próprio ato de linguagem.” (CHARAUDEAU, 2006, p. 115).

De forma semelhante a Maingueneau (2008), Charaudeau (2006) busca guarida também em Aristóteles para problematizar o papel do *ethos* como estratégia no âmbito do discurso político. O autor resgata, então, conceitos vindos da retórica que propõem uma divisão dos meios discursivos, capazes de influenciar o auditório, em três categorias principais, que são o *logos*, o *ethos* e o *pathos*. “[...] o *logos*, de um lado, que pertence ao domínio da razão e torna possível convencer; o *ethos* e o *pathos*, de outro, que pertencem ao domínio da emoção e tornam possível emocionar [...] Se o *pathos* é voltado para o auditório, o *ethos* é voltado para o orador.” (CHARAUDEAU, 2006, p. 113).

Em meio a essas categorias retóricas, a noção de *ethos* é a que mais chama atenção de Charaudeau, que busca não somente retomá-la, mas (re)pensar alguns pontos considerados importantes. O primeiro questionamento é se o *ethos*, como construção da imagem de si, liga-se à pessoa real que fala (o locutor) ou à pessoa como ser que fala (o enunciador); uma outra frente questiona se a imagem de si diz respeito apenas ao indivíduo ou pode se estender a um grupo de indivíduos.

Respondendo ao primeiro questionamento, Charaudeau observa que há defensores, por um lado, do *ethos* como um elemento pré-existente ao discurso, ou pré-discursivo, que se baseia na imagem do indivíduo formada a partir de suas próprias características, sua personalidade. Por outro lado, há aqueles que entendem o *ethos* surgido no ato mesmo da enunciação, dotado da intencionalidade de causar uma boa impressão e independente da sinceridade do sujeito falante. Essa posição, defendida em sua maioria pelos analistas do discurso, caracteriza o chamado *ethos* discursivo.

Mesmo ciente desses diferentes entendimentos, Charaudeau acredita que o *ethos* seja resultado de uma dupla identidade que acaba se fundindo em apenas uma. Uma identidade é a social, que se baseia no que o interlocutor sabe a priori sobre o sujeito falante; a outra é a identidade

discursiva, que se manifesta no que é construído, dito acerca do locutor no ato da enunciação. Vale ressaltar, no entanto, diz-nos o autor, que, mesmo podendo jogar com essa dupla identidade em suas estratégias, não é garantida ao locutor (sujeito que fala) uma interpretação fiel das suas intenções por parte do destinatário. Dessa forma, podemos dizer que:

[...] o *ethos* não é totalmente voluntário (grande parte dele não é consciente), tampouco necessariamente coincidente com o que o destinatário percebe, reconstruído ou construído; o destinatário pode muito bem construir um *ethos* do locutor que este não desejou, como frequentemente acontece na comunicação política. (CHARAUDEAU, 2006, p. 116).

Retomando outra questão já levantada, sobre o *ethos* relacionado (ou não) a um grupo de indivíduos, Charaudeau nos diz (com base em raciocínios desenvolvidos por estudiosos como Barthes, Maingueneau e Aristóteles) que a identidade do sujeito passa, necessariamente, por representações sociais que são configuradas como “imaginários sociodiscursivos”, ou seja, a visão que a sociedade tem acerca do indivíduo depende de “imaginários coletivos que ela constrói para si”. A constatação da existência desse “*ethos* coletivo” (baseado nas representações sociais) permite ao autor nos dizer que o *ethos* pode estar relacionado tanto ao indivíduo, quanto a grupos. Diferentemente do *ethos* singular, no entanto, o *ethos* coletivo é possível de ser construído apenas a partir de uma visão *a priori* que surge de uma opinião coletiva em relação a um determinado grupo.

No que diz respeito mais especificamente ao campo das estratégias no discurso político, o autor afirma que não se pode separar o *ethos* das ideias, uma vez que a maneira de apresentá-las tem o poder de construir imagens. Dessa maneira, as ideias não valeriam muito se não associadas a um sujeito que fosse crível e, ao mesmo tempo, suporte de identificação. Crível porque se deve acreditar em seu poder de fazer; suporte de identificação porque, para haver adesão às ideias, deve-se aderir antes à pessoa do sujeito falante. A partir dessas premissas, ganha-se corpo no discurso político figuras identitárias que compõem duas grandes categorias de *ethos*, que são os *ethé* de credibilidade e os de identificação.

Conforme mencionamos no início desta seção, outro desafio com o qual nos deparamos neste estudo diz respeito à questão da autoria no ambiente da internet, especialmente quando se pretende investigar supostos caminhos trilhados pelas vozes veiculadoras das *fn*. Ao falar do tipo de textualidade predominante na *web*, a navegante, Maingueneau (2015) nos diz que estamos diante de uma profunda transformação nos modos e noção de leitura, situação em que

cada internauta acaba “escolhendo” e fabricando o próprio hipertexto que lê. Dentro desse quadro, complementa Maingueneau, acaba sendo questionado um dos pressupostos nucleares do humanismo tradicional, que é a relação entre um sujeito, autor e/ou leitor e um determinado texto. Nesse sentido, a suposta relação que liga um texto a seus autores é substituída por outra “[...] relação generalizada, num espaço aberto, constituído de sites que são agenciamentos coletivos” (MAINGUENEAU, 2015, p. 166).

Percebe-se acima que recorreremos não somente à noção de *ethos* isoladamente, mas também a algumas vizinhanças discursivas que, de alguma forma, nos ajudam a pensar a pós-verdade e seus possíveis desdobramentos dentro dos moldes propostos nesta pesquisa. Diríamos, por exemplo, que reflexões envolvendo uma suposta credibilidade (ou não) atribuível a um perfil com base no seu *ethos* pode determinar o grau de engajamento de seguidores diante de uma determinada *fn*, o que passível de se converter em compartilhamentos e volume de (des)informações em circulação. E nessa tarefa, tanto as categorias analíticas idealizadas por Maingueneau quanto as reflexões de Charaudeau acerca do *ethos* trazem valiosas contribuições para chegarmos a possíveis interpretativos sobre o assunto no âmbito da AD. Em outra frente de análise, buscamos associações entre o *ethos* e a questão ética para discutir eventuais lugares do sujeito nesse processo, o que pode indiciar um aprofundamento da dessubjetivação (ou carência de reflexão crítica) num contexto da pós-verdade, conforme sugere Tiburi (2018). Ainda no entorno dessa parrelha *ethos*/ética, procuramos leituras extraíveis também do próprio formato das *fn*, de uma maneira geral abastecido por conteúdos e/ou perfis apócrifos<sup>66</sup>, o que nos remete à problemática da opacidade na autoria e/ou fonte, assunto igualmente passível de ser relacionado ao componente ético, conforme veremos mais adiante com Paveau (2015)<sup>67</sup>.

### 3.5 O QUE DIZER DA MEMÓRIA?

Diante de certas particularidades do nosso objeto, que procura refletir sobre essa subjetividade em tempos de pós-verdade, bem como estabelecer algum paralelo entre divulgações de notícias pela mídia tradicional e as *fn* (veiculáveis pelas redes sociais)<sup>68</sup>, acreditamos ser importante explorarmos alguns aspectos relacionáveis à questão da memória.

---

<sup>66</sup>O termo "apócrifo" tem sido utilizado como um dos recursos para diferenciar *fake news* do formato das "notícias reais". Para caracterizar especificamente as *fn*, recortamos a seguinte acepção: "diz-se de ou obra falsamente atribuída a um autor ou de autor desconhecido [...] falso, inautêntico". (HOUAISS, 2009, *online*)

<sup>67</sup> Esse assunto com Paveau (2015) discutido no quarto capítulo.

<sup>68</sup> Este recurso metodológico é retomado mais adiante.

A filósofa Viviane Mosé (2017), ancorada em estudos antropológicos, acredita que o que torna possível o desenvolvimento humano, historicamente, é justamente aquilo que a gente costuma chamar de memória. Dentro, então, dessa linha evolutiva da subjetividade, a autora sintetiza alguns divisores históricos que, a seu ver, marcariam três grandes revoluções no âmbito da memória.

A pesquisadora parte da ideia de que o *homo sapiens*, surgido há 500 mil anos, pode ser caracterizado pela sua capacidade de memória, mas defende que a primeira grande revolução nesse quesito somente teria ocorrido bem posteriormente, cerca de 100 mil anos atrás. Isso se deu quando o uso da memória passou a conferir ao ser humano o atributo da consciência, ou seja, uma fase em que a memória orgânica evolui e o ser humano passa a acumular conteúdo, a produzir conceitos, valores e/ou conhecimento. A segunda revolução da memória, segundo Mosé (2017), ocorreria já na época do Renascimento, final da Idade Média, com a invenção da imprensa<sup>69</sup> e a conseqüente evolução do livro. Com o advento de Gutenberg, tornou-se, então, facilitada tecnicamente a publicação e a impressão dos livros em larga escala, o que fez surgir novas formas de leitura e escrita e, paralelamente, diferentes perspectivas em relação à vida cotidiana. Por fim, Mosé (2017) destaca a consolidação de outro tipo de memória na atualidade, que é aquela potencializada pela internet. Trata-se de uma memória externa, das nuvens<sup>70</sup>, para a autora, a terceira grande revolução.

Como percebemos nesse breve apanhado histórico de cunho filosófico e antropológico, problematizar a questão da subjetividade nos dias de hoje, sobretudo no âmbito dos novos *media*, significa acolher também estudos envolvendo a memória. Especialmente no nosso caso, tal abordagem deve passar ainda por leituras atentas desse conceito no domínio da AD.

### **3.5.1 A memória no âmbito discursivo**

A linguista brasileira Eni Orlandi se inspira na rotina de vida das cidades para propor uma reflexão sobre a questão da memória, para a autora, um tipo de memória carregada de paralelismos com o universo das novas tecnologias. A partir do que denomina “narratividade

---

<sup>69</sup> Por Johannes Gutenberg, no século XV.

<sup>70</sup> O armazenamento em nuvem é uma tecnologia que permite guardar dados na internet por meio de um servidor *online*, que fica sempre disponível. Disponível em: <https://bit.ly/3eC6bVX>. Acesso em: 02 jun. 2020.

do urbano”, Orlandi nos fala dessa narratividade como produto de uma desordem do espaço burocrático urbano e baseada em cenas que não são contadas por um narrador, mas, sim, de cenas que por si só se traduzem em relatos. Essa “narratividade do urbano” seria construída, então, na visão da autora, a partir das palavras da cidade em sua materialidade dispersa. Ancorada nessa noção orlandiana, Dias (2014-1/2015) propõe uma “narratividade do digital”, baseada naquilo que os sujeitos revelam de suas vidas nas redes sociais (no caso específico, o *Facebook*), seja por meio do registro de passagens, seja pelos seus compartilhamentos, o que acaba compondo uma espécie de “escrita do fragmentário”.

Para conduzir seus estudos sobre a questão da memória no âmbito da AD (digital), Dias (2014-1/2015) resgata ainda um dos conceitos de Orlandi, que é considerada uma das pioneiras no Brasil a refletir sobre a temática. Esse conceito sugere o estabelecimento de um tipo específico de memória produzida pela mídia e pelas novas tecnologias de linguagem, que é a chamada “memória metálica”. Dentro dessa perspectiva, a memória metálica seria aquela marcada, entre outros aspectos, pela soma de enunciados, sem filiação e caracterizados pelas atualizações automáticas. Ou seja,

A memória da máquina, da circulação, que não se produz pela historicidade, mas por um construto técnico (televisão, computador etc.). Sua particularidade é ser horizontal (e não vertical, como a define Courtine), não havendo assim estratificação em seu processo, mas distribuição em série, na forma de adição, acúmulo: o que foi dito aqui e ali e mais além vai se juntando como se formasse uma rede de filiação e não apenas uma soma, como realmente é, em sua estrutura e funcionamento. Este é um efeito – uma simulação – produzido pela memória metálica, memória técnica. Quantidade e não historicidade. Produtividade na repetição, variedade sem ruptura. E o mito, justamente, desta forma de memória é o “quanto mais, melhor”. (ORLANDI, 2010, p. 9).

Considerando essa esteira de pensamento, vemos que Orlandi procura ainda fazer uma diferenciação entre a memória metálica e uma memória discursiva (esta proposta inicialmente por Pêcheux). Para este teórico, como bem sintetiza Machado (2014), todo e qualquer discurso se constitui a partir de uma memória e ainda do esquecimento de outros discursos. A memória discursiva seria, dessa forma, um saber que contribui para a criação de sentido, guardando correspondência com algo que já foi dito antes e que continua a organizar nossos discursos. Assim, enquanto a memória discursiva é considerada parte de um processo histórico “[...] resultante de uma disputa de interpretações para acontecimentos do presente ou do passado, a

memória metálica surge como o contraponto à memória histórica” (MACHADO, 2014)<sup>71</sup>. Se a memória discursiva se caracteriza, então, em linhas gerais, pela historicidade, pelo esquecimento e pelo funcionamento vertical, a memória metálica, na visão orlandiana, ao contrário, deve ser encarada como uma soma de enunciados sem historicidade, sem filiação (funcionamento horizontal) e marcada pelas atualizações automáticas e repetição.

Embora pareça inegável a importância das ideias trazidas por Orlandi acerca da memória metálica, especialmente pelo seu pioneirismo e relevância nas pesquisas em torno do discurso digital, alguns estudiosos da AD, como Machado (2014), consideram que tal conceito (elaborado num contexto de “*web 1.0*”)<sup>72</sup> mereça ser objeto de mais reflexão e refinamento, principalmente no que diz respeito à questão da historicidade. A autora nos aponta, por exemplo, estudos desenvolvidos pela professora francesa Marie-Anne Paveau, “[...] que trabalha com a perspectiva do tecnodiscurso e da memória digital”, e para quem a construção do sentido se efetiva a partir de uma verticalidade. Dentro dessa linha de pensamento, a hipertextualidade e os impactos da tecnologia sobre o discurso fazem com que a questão da memória seja avivada e não apagada, conforme propõe Orlandi com sua noção de memória metálica.

Apesar de não tratar diretamente a questão da memória associada às novas tecnologias, a Semiolinguística de Charaudeau nos traz alguns elementos que podem enriquecer essa discussão que propomos. Ao falar especificamente sobre as responsabilidades envolvendo o fazer midiático, por exemplo, Charaudeau (2015) alerta para uma confusão possível de existir entre as noções de memória e história no discurso veiculado pelas mídias. Para o autor, a memória deve ser tratada como um processo científico, enquanto a história pode ser manipulada, e questiona: “Em que medida as mídias fornecem informação que permite ao cidadão deliberar?” (CHARAUDEAU, 2015).

Para abordar objetivamente a memória dentro da AD, Charaudeau (2004) destaca a sua importância para o sujeito falante se posicionar no mundo. Para o autor, em concordância com

---

<sup>71</sup> No âmbito deste trabalho, a noção de memória discursiva é usada a partir da proposta pecheutiana para caracterizar um tipo de memória (humana) marcada, sobretudo, pelo esquecimento/historicidade. Mais tarde, tal conceito é retrabalhado por Eni Orlandi (e seguidores) em contraposição à ideia de memória metálica, aquela do não esquecimento, produzida pela mídia e novas tecnologias de linguagem. Ver Machado (2014).

<sup>72</sup> Um *site* com o formato de *web 1.0* é estático e sem nenhuma forma de interatividade com os leitores. É possível visitá-lo muitas vezes, mas não haverá nada de novo em todas as novas visitas. Disponível em: <https://bit.ly/2ViDeXM>. Acesso em: 30 nov. 2018.

Bakhtin (1984, p. 285)<sup>73</sup>, há necessidade de esse sujeito falante ter suas referências para participar do mundo dos signos, manifestar suas intenções e se comunicar. Essa inserção do sujeito, no entanto, é resultado de um duplo processo de socialização: o do sujeito por meio da linguagem e o da linguagem por meio do sujeito (individual e coletivo). Segundo Charaudeau, é a partir desse processo

[...] que se constroem, em nome do uso, a normalização dos comportamentos, do sentido e das formas, o sujeito registrando-os em sua memória. Isso permite levantar a hipótese de que existem no sujeito três memórias que testemunham cada uma das maneiras das quais se constituem as comunidades. (CHARAUDEAU, 2004, p. 19).

Esses três tipos de memórias, segundo o autor, se estabelecem em uma estreita articulação, tendo em vista uma relação de “consustancialidade” que é mantida entre situação, sentidos e formas.

A partir da primeira delas, denominada memória dos discursos, são construídos os chamados saberes de conhecimento (olhar do homem voltado para o mundo) e de crença (olhar do homem voltado para si mesmo). Tais discursos circulariam na sociedade em forma de representações (sociodiscursivas) em torno das quais podem ser engendradas as identidades coletivas e fragmentada a sociedade em “comunidades discursivas”. Conforme aponta o autor, essas comunidades discursivas se caracterizam por reunir sujeitos que partilham de posicionamentos e valores semelhantes em relação a opiniões políticas, julgamentos morais, doutrinários, ideológicos etc.

Outro tipo de memória, a das situações de comunicação, funciona como mecanismo capaz de normatizar as trocas comunicativas. Esta é definida a partir de um conjunto de condições psicossociais, de maneira que os parceiros possam se entender sobre a expectativa da troca comunicativa e instituir um contrato de reconhecimento, o que constitui condição de uma construção de sentido recíproca e diferenciada. Nesse caso, diz-nos Charaudeau, não se trata mais da representação do conteúdo (ou daquilo que é mostrado), mas do lugar situacional no qual é apresentado determinado tema ou assunto.

Por fim, Charaudeau nos fala de uma memória das formas dos signos que, por meio do seu uso no cotidiano, serve para trocas verbais, icônicas ou gestuais, por exemplo, entre os indivíduos.

---

<sup>73</sup> BAKHTIN, M. *Esthétique de la création verbale*. Paris : Gallimard, 1984.

Estes signos se organizam em torno de maneiras de falar mais ou menos costumeiras nos mais variados meios sociais, o que desemboca na constituição de “comunidades semiológicas”. Segundo o autor, essa memória semiológica é responsável pelos julgamentos por parte do indivíduo no dia a dia, seja de ordem estética, ética, pragmática etc., baseados em maneiras de se comportar e de falar supostamente aceitas e partilhadas como normas sociais.

Feitas tais considerações em relação a diferentes (ou antagônicos) tipos de memória, retomamos o assunto no quarto capítulo, em que apresentamos o nosso percurso teórico-metodológico, com o intuito de articulá-lo a particularidades do nosso objeto de estudo<sup>74</sup>.

### 3.6 OPINIÃO PÚBLICA E A ESFERA DA RECEPÇÃO

Conforme mencionamos anteriormente, um dos propósitos deste trabalho é refletir sobre o potencial de interferência das *fn* em narrativas consideradas importantes no dia a dia das pessoas e do convívio em sociedade, de uma maneira geral. Especificamente, estamos falando da eventual capacidade de produtos pós-verdadeiros pautarem, artificialmente, a opinião pública, por exemplo, no apoio a leis e/ou projetos polêmicos ou extremistas. Referimo-nos ainda à possibilidade de formação de falsos consensos em torno de temas de interesse público e geral, como o negacionismo numa pandemia, e/ou até mesmo impactos em processos decisórios importantes, como aconteceu nas eleições presidenciais nos EUA e Brasil, que acabaram levando ao poder grupos conservadores radicais.

Do ponto de vista discursivo, podemos dizer que lidamos aqui com questões que envolvem o comportamento e a reação das pessoas diante de falas socialmente (com)partilhadas (agora nos meios digitais). Trata-se de narrativas que, conforme sugere a própria definição de pós-verdade, tensionam campos do saber, de um lado, baseados no conhecimento e, de outro lado, em crenças e/ou opiniões pessoais. As inquietações em torno dessa combinação de elementos nos levam a refletir também, ainda que de forma não muito aprofundada, acerca do arenoso terreno da recepção, ou de seus efeitos, no âmbito da AD.

---

<sup>74</sup> Ver especificamente o item 4.5, intitulado "Memória e Subjetividade: Disjunções e Convergências".

### 3.6.1 Opinião e esfera pública

Com base em algumas de suas (re)leituras acerca do pensamento de Jürgen Habermas, Lubenow (2012) faz algumas importantes reflexões sobre a questão da opinião pública. Conforme observa o autor, é por meio dela que a esfera pública política intermedeia um campo tensional que existe entre as demandas da sociedade e as ações do Estado. Dentro dessa perspectiva, a esfera pública funciona (ou deveria funcionar) como um espaço onde acontecem os debates que culminam na formação da opinião pública, em seu sentido crítico. Sobre esse caráter crítico da esfera pública, pode-se dizer que em sua origem:

A categoria de esfera pública burguesa refere-se a uma esfera pública política, que teve sua existência objetiva configurada por uma esfera pública literária [...] A configuração de uma esfera pública literária, a partir de suas instituições ou centros da crítica literária, como os cafés, os salões e associações literárias, caracterizou uma antítese cultural – e posteriormente política - à sociedade aristocrática. Caracterizou-se como uma esfera crítica. A institucionalização de uma crítica cultural através dos jornais favoreceu a publicidade de parte dessa crítica inicialmente cultural. (LUBENOW, 2012).

De acordo com essa linha de pensamento, no entanto, com o tempo, essa esfera pública passou por uma considerável transformação, uma vez que interesses diversos acabaram subvertendo seu princípio crítico. Tais mudanças ocorreram, principalmente, em função da “[...] subversão do princípio da publicidade crítica (Öffentlichkeit) para uma publicidade manipulativa (Publizität), e a consequente despolitização da esfera pública operada pela intervenção estatal e a influência dos meios de comunicação de massa” (LUBENOW, 2012).

De acordo com as observações de Lubenow, essas transformações, bem como a subversão desse seu princípio crítico, representaram o declínio do conceito de esfera pública, instância que teve o seu potencial democrático e emancipatório comprometido, especialmente nas sociedades capitalistas do século XX erguidas sob o prisma de Estados de bem-estar social.

Conforme resgata o autor, os dois principais fatores tidos como responsáveis por essas mudanças na esfera pública são: i) a crescente interpenetração entre o setor público e o privado, 2) e o aumento da participação das pessoas nos debates da esfera pública, o que simbolizou a súbita entrada das massas na política.

Atentando para esse segundo fator (o que mais interessa a estes estudos de Lubenow e também aos objetivos deste trabalho), vê-se que a ampliação dessa “audiência” na esfera pública se deu em função do aumento do número de leitores, da ampliação dos direitos políticos e também da refuncionalização comercial da imprensa. Sem querer alongar muito a discussão neste momento, interessa-nos entender que, em linhas gerais, nessa esfera pública ampliada estiveram infiltrados interesses particulares e utilitaristas que desvirtuaram o princípio crítico da publicidade e sua função política, uma publicidade que se distanciou de seu caráter originário (crítico) para favorecer o surgimento de uma esfera pública de cunho propagandístico.

Com a ampliação do público, interesses arranjam a sua representação numa opinião pública fragmentada e fazem da opinião pública, na configuração de uma opinião dominante, um poder coercitivo [...]. Ela penetra esferas cada vez mais extensas da sociedade e, ao mesmo tempo, perde a sua função política, ou seja, submeter os fatos tornados públicos ao controle de um público crítico. (HABERMAS, 1990, p. 213; 223-224 *apud* LUBENOW, 2012).

Mas, diante desse pequeno resgate sobre a questão da opinião/esfera pública, até que ponto podemos relacionar tal temática aos objetivos de nossa pesquisa? Apesar de serem variadas as frentes analíticas possíveis, entendemos que um dos ensinamentos advindos de Habermas e seus seguidores consiste em nos fazer atentar para o fato de que não estamos lidando com uma opinião pública neutra e/ou dotada de passividade. Nesse sentido, torna-se importante termos em mente que todo esse arranjo discursivo, a nosso ver capaz de mobilizar debates na esfera pública, nesse caso por meio das *fn*, pode estar contando com a contribuição de intencionalidades e interesses diversos nem sempre facilmente identificáveis.

Do ponto de vista da AD, tal compreensão do pensamento habermasiano pode ser de utilidade ímpar para discutirmos, por exemplo, a participação (ou não) dos diferentes sujeitos nesse processo, bem como estimarmos as estratégias de convencimento do outro que podem estar presentes num jogo presumivelmente carregado de intenções político-ideológicas. É preciso ponderar, no entanto, que nem todas as interpretações habermasianas serão absorvidas para o desenvolvimento deste trabalho. Nesse caso, referimo-nos, a título de exemplo, à noção de meios de comunicação de massa (certamente questionável para estudarmos as novas tecnologias digitais) e um aparente extremismo, proposto pelo filósofo e para nós modalizável neste trabalho, entre lado manipulador e lado manipulado ao se discutir a questão da esfera pública.

Levando-se em conta que nosso *corpus* de estudo se constitui a partir de um cenário de disputa política, não poderíamos deixar de lado possíveis discussões envolvendo esse componente político e a esfera pública. Para Charaudeau (2006), contrariamente ao que poderia significar o termo “opinião” (que seria um julgamento racional ou uma opinião argumentada), a opinião pública se constrói a partir de afetos que são posteriormente racionalizados. Nesse sentido, quanto mais generalizada e partilhável por um grande número de pessoas, maior será o potencial de atração da opinião pública e mais sutil se torna sua racionalização.

Segundo o autor, a opinião pública é engendrada em meio a um processo de essencialização e fragmentação. A essencialização acontece a partir de dispositivos capazes de converter uma opinião relativa, suscetível de ser discutida, em uma opinião coletiva tida como absoluta, transformação que ocorre em função de uma racionalidade identitária. Tal mecanismo, diz-nos Charaudeau (2006), é abastecido pelos comentários das mídias (geralmente acrescidos de pesquisas e narrativas dramatizadoras) e também pela participação dos agentes políticos que exacerbam suas paixões. Já a fragmentação decorreria da amplificação, ou da superposição de vozes (ou opiniões) coletivas conflitantes que criam desentendimentos, como as divisões e/ou desavenças religiosas, as lutas de classes, as guerras por motivos étnicos etc., “[...] conflitos que a memória coletiva frequentemente retém como o fundamento das grandes causas históricas” (CHARAUDEAU, 2006, p. 253).

Na esteira desse pensamento charaudeano, a opinião política ficaria circunscrita entre a opinião coletiva e a relativa, o que torna difícil até mesmo falar de uma opinião pública. Nesse caso, observa Charaudeau, torna-se mais prudente falar de opiniões públicas, cada uma com a pretensão de ser única e verdadeira.

Isso explica o que os comentaristas e as pesquisas chamam de os “indecisos” ou os “sem opinião”, que terminam por passar para um campo ou outro, conforme a capacidade de atração da imagem de opinião que se apresenta a eles e da qual têm necessidade para se constituírem identitariamente. Assim se pode explicar o chamado “voto de protesto”, a saber, o deslocamento de uma parte do eleitorado para partidos extremistas cujo discurso é sempre fortemente atrativo. (CHARAUDEAU, 2006, p. 254).

Apesar de Charaudeau não estar se referindo à internet, especificamente, nem a um suposto potencial de interferência das *fake news* num ambiente de disputa eleitoral, acreditamos que seus ensinamentos podem ser de considerável valia para nossas análises. Estamos falando, principalmente, de um perceptível deslocamento de forças da chamada mídia tradicional para,

agora, a internet e suas redes sociais. Tal espaço pode, a nosso ver, tornar-se palco de disputa de vozes, ou “opiniões públicas”, de variados espectros políticos e/ou candidatos, mesmo que implicitamente, por meio de seus interlocutores e, neste nosso caso, também pela produção e compartilhamento de *fn*.

### 3.6.2 Um olhar sobre a instância receptora

Levando-se em conta a abrangência desta pesquisa, não poderíamos deixar de refletir sobre o componente da recepção e/ou seus efeitos no universo da AD. Entendemos, no entanto, que a nossa abordagem não tem como propósito uma investigação demasiadamente aprofundada em torno do assunto, isso porque a complexidade da temática em si (envolvendo a recepção e seus desdobramentos) já demandaria um caráter de exclusividade e refinamento não comportados nos objetivos deste estudo.

Ao refletir implicitamente sobre a importância da recepção na AD, Charaudeau (2011) nos diz que, tradicionalmente, a Análise do Discurso tem priorizado a ideia de que a robustez da linguagem está mais no que dizem as palavras do que naquilo que essas palavras revelam quando enunciadas. Com essa observação, o autor quer nos mostrar que as pesquisas têm priorizado o enfoque naquilo que a linguagem diz, sem se importar muito com o poder que tem a linguagem de exercer a sua influência. Para encorpar seu raciocínio, Charaudeau retoma Roland Barthes em suas reflexões sobre os signos para nos dizer que se costuma pensar sempre que o signo “significa” e se esquece de que ele “significa para”. Dessa forma,

[...] o fenômeno de significância resulta desses dois processos: a linguagem significa ao mesmo tempo em que transmite; é no próprio ato de transmissão que ela significa, com o efeito que produz sobre o outro, isto é, sua interpretação. *Não colocar a questão dos efeitos é amputar o ato de linguagem* de sua significação fenomênica, a saber que este ato é o resultado de uma coconstrução. (CHARAUDEAU, 2011, p. 8, grifos nossos)

No caso específico da nossa pesquisa, lidamos com a circulação de *fn* em circunstâncias e com propósitos notadamente político-eleitorais, particularidade que nos autoriza a tipificar tais falas a partir de um quadro de influência, com viés propagandístico, mas que, ao mesmo tempo, vocaliza narrativas de determinados atores políticos. Dentro dessa perspectiva, se considerarmos a questão das significações e dos seus efeitos, Charaudeau (2006) nos diz que o discurso político não resulta do simples uso de esquemas de pensamento pré-construídos, que

seriam propensos a se reproduzir sempre da mesma maneira, seja do lado dos dominantes, seja dos dominados. As significações e os efeitos do discurso político seriam, então, o resultado “[...] de um jogo complexo de circulação e de entrecruzamentos dos saberes e das crenças que são construídos por uns e reconstruídos por outros” (CHARAUDEAU, 2006, p. 52).

Dentre as inúmeras características da internet e suas redes sociais, pode-se destacar a força desse aparato tecnológico como uma ferramenta de entretenimento, atributo que pode servir para estimarmos o tipo de público que se forma (ou se transforma?) no seu entorno e, conseqüentemente, refletirmos também sobre o seu comportamento na seara da recepção.

Partindo das discussões instauradas no contexto da reprodutibilidade técnica das obras de arte, que não foram poucas, Gomes (2004) buscou elementos que possibilitassem o entendimento de como foram moldados os processos de recepção diante de mudanças consideráveis no consumo da cultura (a partir de então, tecnicamente reproduzível).

Em meio a esse contexto, Gomes (2004, p. 75) lembra que Benjamin se inspira nas telas do cinema para sugerir que tais mudanças proporcionaram uma transformação radical do público no que se refere à capacidade de percepção. De acordo com o pensamento do autor, essas novas formas artísticas possibilitadas pela reprodutibilidade técnica tiveram um efeito decisivo no sentido de criar um novo receptor, não mais tomado pelo caráter meramente contemplativo, mas um receptor que é capaz de examinar ao mesmo tempo em que se distrai. Nesse caso, a diversão aparece como elemento que define novas formas de recepção da obra de arte reproduzida tecnicamente, uma diversão que é garantida pelo que se pode chamar de efeito de choque.

De acordo com o que observa Gomes (2004), esse efeito de choque, que já aparecia no dadaísmo, ganha novas e extremas configurações com o cinema, uma vez que o olhar não mais se fixa, mas se torna disperso pelos mais variados elementos, como cenário, lugar, tempo, enquadramento etc.

[...] a arte nos confirma, implicitamente, que nosso modo de percepção é hoje capaz de responder a novas tarefas... É o que faz atualmente através do cinema. Esta forma de recepção mediante o divertimento, cada vez mais evidente hoje em todos os domínios da arte, e que é em si mesma um sintoma de importantes modificações nos modos de percepção, encontrou no cinema seu melhor campo de experiência. Por seu efeito de choque, o filme corresponde a esta forma de recepção. Se ele rejeita

basicamente o valor cultural da arte, não é apenas porque transforma cada espectador em especialista, mas porque a atitude deste especialista não exige de si nenhum esforço de atenção. O público das salas escuras é indubitavelmente um examinador, mas um examinador que se distrai. (BENJAMIN, 1982<sup>75</sup> *apud* GOMES, 2004, p. 75).

Trazendo tal raciocínio para o nosso objeto de estudo, não seria exagero pensarmos que efeito de choque semelhante pode estar ocorrendo com o público diante da internet, especialmente nas redes sociais. Estamos falando aqui de uma ferramenta de (des)informação e entretenimento, carregada de particularidades e formas outras de percepção. No universo digital, de forma análoga ao que ocorreu com o cinema, acreditamos que temos um público que pode facilmente se dispersar pela multiplicidade de elementos que lhes são expostos simultaneamente. Temos o componente da instantaneidade e um espaço em que o público receptor também é capaz de interagir, compartilhar e /ou atuar na condição de “especialista”.

Em suma, assim como o efeito de choque foi explorado em meio a um cenário de mudanças no cotidiano e comportamento das pessoas, ocasionado principalmente pelo acelerado avanço da técnica, não seria exagero supor que efeito semelhante esteja ocorrendo em meio às transformações trazidas pela cultura digital.

---

<sup>75</sup> BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. LIMA, Luiz Costa de. (Org.). Teoria da Cultura de Massa. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982, p. 207-240.

#### 4 DESVELANDO MANEIRAS DE OLHAR, DIZER, FAZER...

Conforme sinalizamos antes, o nosso percurso teórico-metodológico prevê, predominantemente, um procedimento analítico ancorado na AD, em perspectiva ampla e interdisciplinar. Trata-se de dispositivos capazes de engendrar possíveis interpretativos consistentes, dotados de rigor epistemológico e extraíveis das mais diversas leituras que o objeto de estudo possa deixar desvelar. Toda essa articulação passa pela observação externa ao *corpus* – o social, o técnico, o histórico etc. –, bem como pelas diferentes linguagens, verbais ou não, presentes nas redes sociais e na internet em si, um suporte híbrido, com experimentada potencialidade audiovisual e versatilidade de integração com outros *media*.

Revisitando o que apresentamos até aqui, vemos que nosso objeto de estudo carrega suas consideráveis complexidades, seja em função do suporte midiático, multifacetado em si, seja pela (ainda) carente disponibilidade de estudos mais específicos envolvendo a temática. Tendo em vista essas e outras particularidades, adotamos uma metodologia específica para a nossa análise, que prevê uma reunião de aportes teórico-metodológicos dialogáveis e complementares entre si e que, acreditamos, possam contribuir satisfatoriamente para melhor respondermos às principais questões levantadas nesta pesquisa. No mais, dentro dessa ideia de ampliar nossas possibilidades analíticas, veremos, no decorrer deste capítulo que a nossa metodologia de pesquisa tem um caráter predominantemente qualitativo, mas é inevitavelmente atravessada por importantes elementos quantitativos.

Evidentemente, muitos dos conceitos e categorias utilizados em nossa análise são acionáveis de forma simultânea e numa relação de complementaridade, como sinalizamos anteriormente. No entanto, com o intuito de agregarmos mais didatismo à nossa proposta, bem como facilitar a compreensão do todo, separamos neste capítulo os principais conceitos e abordagens, em forma de tópicos, que realçam pontos de nosso maior interesse analítico-metodológico. Desse modo, sempre procurando resgatar a questão da subjetividade, nosso principal eixo investigatório, perpassam toda a análise as noções de ambiente cognitivo, de Paveau (2015), e de contrato de comunicação, vindo da Semiolinguística. Paralelamente, abordarmos ainda assuntos relacionados ao domínio da recepção (ou percepção) e seus efeitos, à memória, problemáticas relacionadas ao *ethos* e à dimensão ético-moral do discurso, no âmbito da pós-verdade.

#### 4.1 O CONTRATO: CONTEXTO SITUACIONAL E AMBIENTE COGNITIVO

No âmbito da Semiolinguística, temos adotado em outros trabalhos até aqui, de forma satisfatória, a noção de contexto situacional para procedermos uma análise que considere o contrato de comunicação e, em paralelo, a chamada situação de comunicação. Para Charaudeau, a noção de contexto situacional perpassa aquilo que diz respeito às

[...] condições de produção, não somente aos pressupostos de posicionamento interdiscursivo (pressupostos ideológicos, segundo alguns autores), mas também ao condicionamento da própria situação de comunicação: a natureza da identidade dos parceiros do ato de linguagem, a finalidade da situação, os dispositivos e as circunstâncias materiais desta última. Esse conjunto constitui o que chamamos de contrato de comunicação, o qual restringe o sujeito falante, dando-lhe as instruções discursivas que deverá seguir para proceder a seu ato de enunciação. (CHARAUDEAU, 2011, p. 7).

Resgatamos aqui a noção de contexto situacional na tentativa de esclarecer a presença de, ao menos, três abordagens de certa forma semelhantes, mas que entendemos como relativamente distintas para efeito desta pesquisa, marcada por uma desejável interdisciplinaridade teórico-metodológica.

Nesse sentido, o primeiro e importante aspecto a destacar é que nos valem neste trabalho, sempre que possível, do termo (e do conceito) “contexto situacional” para analisar o contrato de comunicação à luz da Semiolinguística charaudeana. O segundo ponto, não menos importante, diz respeito a diferenças terminológicas utilizadas no decorrer do estudo, já que ora trazemos o termo “contexto” isoladamente em sua significância mais cotidiana<sup>76</sup>, ora referindo-se à questão situacional-discursiva, como visto anteriormente. Por fim, tendo em vista certas particularidades do nosso *corpus*, optamos por adotar ainda em nossa metodologia a noção de ambiente cognitivo (PAVEAU, 2015), principalmente por nos possibilitar, acreditamos, maior liberdade e amplitude de análise no que se refere ao aspecto contextual.

De acordo com Paveau (2015), que trabalha no plano da linguística simétrica, o conceito de “ambiente cognitivo” traz embutida a ideia de uma “cognição ampliada”, discussão que pode contribuir para um avanço metodológico no campo da investigação científica. Para a autora, considerar o ambiente cognitivo implica situar a atividade linguageira em outras dimensões que

---

<sup>76</sup> Em uma perspectiva mais clássica, por exemplo, o termo “contexto” aparece como aquilo “[...] que constitui o texto no seu todo” (FERREIRA, 2008, p. 262).

não dependam apenas da competência interna do indivíduo. Significa descrever o âmbito da linguagem dentro de uma heterogeneidade na qual fazem parte dispositivos socioculturais, históricos, éticos, mas também considerar a perspectiva da técnica, dos objetos etc. Em outras palavras, levar em conta o ambiente cognitivo significa

[...] descrever o âmbito da linguagem com outros instrumentos não linguísticos, visto que [...] esse âmbito não é definível de maneira homogênea (linguagem, nada mais que linguagem), mas constitui um composto heterogêneo (na linguagem, há social, cultural, histórico, ético, mas também técnico, objetual e até animal). [...] a questão tradicional da linguística das “marcas” ou “marcadores” linguísticos será modificada por isto: a linguística simétrica não é uma linguística das marcas, mas uma reflexão sobre a maneira como a língua e o discurso são integrados num processo global de produção de sentido. (PAVEAU, 2015, p. 52-53).

Apesar de não termos a intenção de explorar mais amplamente o conceito de linguagem simétrica, que vem anteriormente associado ao ambiente cognitivo, o entendimento de sua dinâmica pode, a nosso ver, favorecer melhor condução metodológica da nossa pesquisa. Em seus estudos, Paveau (2015) vê a linguagem simétrica como um instrumental analítico para se estimar uma possível dimensão moral extraível da linguagem. Tal perspectiva, tida como externalista, distancia-se da habitual busca por marcadores éticos meramente linguísticos nos enunciados, para se concentrar em elementos externos à materialidade linguística. Trata-se de uma investigação que entende língua e discurso como integrantes de um processo mais amplo na produção de sentido e que nos permite, entre outros aspectos, melhor explorar uma articulação possível entre virtude e linguagem.

Em nosso caso específico, não seria razoável deixar de considerar a materialidade linguística do *corpus*, uma vez que estamos lidando com uma multiplicidade de elementos emergíveis das novas tecnologias e de suas plataformas (multimodais) como um todo. No entanto, torna-se igualmente importante explorarmos em paralelo, de maneira ampliada, toda uma vizinhança externa a esses elementos “mais imediatos” da troca languageira, experiência que nos aproxima da abordagem simétrica de Paveau (2015).

Estamos falando, por exemplo, dentro da concepção técnico-objetual prevista no ambiente cognitivo, de considerarmos a participação dos robôs na proliferação de *fn*, ou ainda, estimarmos uma possível interferência da interface (computadores, *tablets*, *smartphones*) no comportamento dos diversos atores envolvidos por esse processo. Encarando nosso objeto em uma perspectiva histórica, recorrer ao ambiente cognitivo pode ainda nos ajudar a identificar,

em uma linha temporal, a recorrência de narrativas (intencionais ou não), resgatando determinadas temáticas. A título de exemplo, discutimos no capítulo de análise a incidência de *fn* que retomam o “polêmico ‘*kit gay*’” em diferentes contextos situacionais. Apesar de marcada por uma linearidade temporal espaçada (e por vezes confusa), esse tipo de (des)construção narrativa pode reforçar (ou alterar) a percepção pública em torno de determinados assuntos em outros momentos.

#### 4.2 PATEMIZAÇÃO E SUBJETIVIDADE: UMA PERSPECTIVA LACUNAR

No segundo capítulo deste trabalho, iniciamos uma reflexão sobre o papel dos discursos de influência, como o propagandístico, na propagação de *fn* em momentos marcados por interesses político-eleitorais, como é o caso que abordamos. Importante lembrar, como vimos antes, que a ideia de subjetividade relativamente autônoma está presente nos principais estudos da obra charaudeana, o que não é diferente nessas ponderações em torno do discurso de influência. Esse resgate intencional serve não apenas para reforçarmos o propósito de tomar a Semiologia como referência, mas para aventarmos a possibilidade de engendramentos outros em torno de certa autonomia, ou não, do sujeito nesse contexto da pós-verdade.

Dando sequência a essa ideia do discurso como estratégia de influência, vemos que Charaudeau (2010a) trabalha também na esteira da chamada visada patêmica, que possibilita o estudo das emoções e, ao mesmo tempo, seus possíveis efeitos na instância receptora, abordagem valiosa para os estudos dos efeitos de recepção que aqui propomos. Debruçando-se em torno do que denomina “efeitos patêmicos do discurso”, Charaudeau (2010a) destaca alguns pontos, “consensuais” entre a sociologia, filosofia e a psicologia social, que possibilitam um “tratamento discursivo” à questão. Esses pontos em comum estão na concordância de que as emoções são de ordem intencional, de que elas estão ligadas a saberes de crença e, finalmente, de que essas emoções se circunscrevem numa “problemática da representação psicossocial”.

De maneira resumida, no primeiro caso, Charaudeau (2010a) aponta que as emoções são acionadas se levando em conta um universo afetivo, mas que não tendem a ser tomadas em sua totalidade pelos sentimentos e/ou pulsões meramente irracionais. Nesse caso em específico, o autor nos diz que a racionalidade estaria a serviço de um agir para se alcançar um determinado objetivo, numa “visada acional” em que o agente se veria como o beneficiário primeiro de sua proposta. Ou seja, estaríamos diante de uma racionalidade orientada por um objeto, mas que

passa pela ordem de um desejo, portanto, subjetiva. Pode-se dizer, assim, que as emoções estariam inscritas num quadro de racionalidade, por carregarem (já em sua essência) a busca por um objeto, do qual emergem suas propriedades de intencionalidade.

No que se refere ao segundo ponto consensual para se estudar os efeitos patêmicos, Charaudeau (2010a) observa que não basta ao sujeito estar diante de uma informação e/ou percebê-la; ele deve estar apto a avaliá-la e a posicionar-se, para então vivenciar e/ou expressar suas emoções. Tal quadro, diz o autor, mobiliza, num primeiro momento, um tipo de saber polarizado, constituinte das crenças, em torno de valores (não absolutos) socialmente partilhados. Pode-se dizer também que, em meio a esse processo, o sujeito acaba acionando uma, ou mais, redes inferenciais coincidentes com universos de crença e com a situação por ele vivida, o que pode desencadear certo estado emocional. Por fim, o desatar desse estado emocional (ou sua ausência) expõe o indivíduo a uma espécie de sanção moral e/ou social, em forma de elogio ou repressão, por exemplo, que pode resultar em julgamentos diversos, sejam eles de ordem psicológica e/ou moral.

No terceiro ponto abordado, Charaudeau (2010a) destaca que, uma vez encaradas as emoções como estados mentais dotados de intencionalidade – e que se apoiam em crenças –, estamos diante de uma problemática das representações. Tidas inicialmente como um fenômeno externo, as representações podem ser vistas a partir de sua relação face a face com o sujeito, mas, ao mesmo tempo, é possível que elas se encontrem nele interiorizadas. Partindo, então, dessas observações, Charaudeau propõe o estudo das emoções no cenário das representações, tomando como base suas principais características – patêmicas ou sociodiscursivas<sup>77</sup>.

De acordo com o autor, uma representação pode ser vista como patêmica num quadro em que um julgamento de valor, coletivamente partilhado e estabelecido como norma social, mobiliza um sujeito que se reconhece como beneficiário ou vítima desse mesmo julgamento. Nesse caso, a relação patêmica leva o indivíduo a um comportamento de reagir em conformidade com normas sociais às quais ele esteja submetido, sejam aquelas que esse sujeito interiorizou, seja as que permanecem em suas representações.

---

<sup>77</sup> Trechos aqui discutidos (e adaptados) sobre representações patêmicas e sociodiscursivas e tópicos do *pathos* (CHARAUDEAU, 2010a) foram também utilizadas em nossa dissertação (AZEVEDO, 2015).

No que se refere às representações sociodiscursivas, Charaudeau (2010a) afirma que elas podem ser assim chamadas quando o mecanismo de simbolização do mundo acontece por meio de um sistema de signos não isolados, mas compostos de enunciados que se relacionam aos fatos e aos gestos dos seres do mundo. Não sendo arbitrariamente produzidos por qualquer um em qualquer ocasião, esses enunciados testemunham a maneira como os sujeitos que vivem em comunidade percebem o mundo, bem como os valores que esses sujeitos atribuem aos fenômenos percebidos. “Esses enunciados circulam na comunidade social, tornam-se objeto de partilha e contribuem para constituir um saber comum, e, particularmente, um saber de crenças” (CHARAUDEAU, 2010a, p. 32). Assim, o autor reserva a qualificação sociodiscursiva para as representações ligadas aos sujeitos e que os levam a se posicionar com relação aos valores. Essa é uma oposição aos saberes de conhecimento (ou conhecimentos exteriores) que não pertencem a esse sujeito, que chegam até ele, mas não chegam a envolvê-lo.

Apesar de essas ideias terem sido elaboradas com o intuito de se discutir os efeitos patêmicos na esfera televisiva, acreditamos que a sua “apropriação” para o nosso objeto de estudo seja plausível, e até necessária, por pelo menos dois motivos, em particular. A primeira observação reside no pressuposto de que estamos lidando com um contrato de comunicação midiático, cuja principal finalidade é a informação, como diz Charaudeau (2010a). Curiosamente, essa finalidade informativa poderia inicialmente ser questionada, a nosso ver, já que estamos diante de uma problemática que discute, justamente, a proliferação de notícias falsas. Acreditamos, no entanto, que é exatamente por aí que passam algumas de nossas “justificativas” para entender a considerável aceitação das *fn*, principalmente entre alguns grupos específicos. Estamos falando, nesses casos, de uma suposta dificuldade de o espectador identificar o contrato de comunicação que lhe está sendo proposto. Ou seja, outro tipo de contrato, obscurecido pelas *fn*, estaria se passando por um contrato de comunicação midiática, como se fosse de informação, portanto, credível e propenso a maior adesão<sup>78</sup>.

Outro ponto destacável, que faz coincidir a questão patêmica com o nosso objeto, diz respeito à possibilidade de utilizarmos esse mesmo tratamento na Análise do Discurso político, como afirma Charaudeau (2007b). Em sua proposta de categorizar os efeitos patêmicos a partir da encenação televisiva, o autor nos apresenta o que chama de tópicos do *pathos*, dentro dos imaginários sociodiscursivos.

---

<sup>78</sup> Este assunto é retomado, mais detalhadamente, no capítulo de análise.

[...] retomarei o que havia denominado “tópicas do *pathos*”, já que podem ser úteis no tratamento do *discurso político*: tópica da “dor” e seu oposto, “o prazer”; tópica da “angústia” e seu oposto, a “esperança”; tópica da antipatia e seu oposto, a “simpatia”; tópica da “repulsa” e seu oposto, a “atração”. Cada uma destas tópicas era definida em termos de cenário e de figura (tristeza-sofrimento/contentamento-satisfação; medo-terror/confiança-apelo; cólera-aversão/ benevolência-compaixão) marcando um certo lugar (adesão/distância) do telespectador. (CHARAUDEAU, 2007b, p. 243, grifos nossos)<sup>79</sup>.

Em nosso caso, acrescentamos, apesar de não estarmos trabalhando diretamente com a fala de um candidato em específico, as *fn* veiculadas em momento eleitoral vocalizam, de forma bastante perceptível, ideias explícita ou implicitamente ligadas a determinadas agendas e/ou orientações partidárias e/ou ideológicas, portanto, passíveis de serem estudadas no âmbito do discurso político.

#### 4.3 O CONTRATO, REFLEXÕES SOBRE SUBJETIVIDADE E VIÉS MANIPULATÓRIO

Situando mais objetivamente as reflexões anteriores a nosso objeto de estudo, cabe-nos levantar algumas questões que podem ser úteis para um desenvolvimento mais crítico da nossa análise. Nesse caso, seria possível trabalharmos apenas com base nesse suposto reconhecimento de contrato por parte das instâncias produtoras e receptoras de *fn*? Indo além, será que não estaríamos frente a um cenário em que deveríamos, por exemplo, considerar nesse processo a existência de intencionalidades “manipuladoras”? Supondo que sim, vemos que a noção de contrato pode ser pensada com o intuito de problematizar certas implicitudes, ou lacunas, das situações de comunicação envolvendo as *fn*. Isso pode, inclusive, a nosso ver, contribuir para reflexões outras em torno da dimensão ética dos discursos e da própria noção de sujeito<sup>80</sup>.

Em consonância com a perspectiva foucaultiana, procuramos neste trabalho nos distanciar de uma demasiada radicalização que considere um extremo manipulador, de um lado, e um manipulado, de outro<sup>81</sup>, já que esse “encarceramento” pode prejudicar/contaminar a nossa percepção de análise. Inspirados em Foucault, optamos por trabalhar eventuais relações de poder que possam surgir no universo digital como algo instável, uma instabilidade capaz de fazer parecer natural uma alternância de poder e que pode nos ajudar a compreender o perfil

<sup>79</sup> Acrescentamos “tópica da ‘repulsa’ e seu oposto, a ‘atração’” com base em Charaudeau (2007b)

<sup>80</sup> Assunto mais bem desenvolvido na nossa análise.

<sup>81</sup> Ao discutir os chamados jogos de verdade e a existência de uma suposta dominação, Foucault (2004) opta por referir-se a tal problemática como “desejo de dominação”. Ver primeiro capítulo deste trabalho.

desse “sujeito outro” emergível do ambiente virtual. Tal postura não impede, no entanto, de procurarmos refletir sobre o que pode, ou não, caracterizar a manipulação dentro da seara do discurso político, especialmente no nosso caso, que investigamos uma possível sobredeterminação do sujeito em meio a esse universo capitaneado pela pós-verdade.

A instância política, na visão de Charaudeau (2010b), encontra-se numa posição de dever fazer aderir a seus propósitos um número considerável de indivíduos, isso não apenas no âmbito da conquista de poder, mas no da sua gestão. Dessa forma, o discurso político estaria inscrito na visada de uma “incitação a fazer”, jogo que pode ser parte tanto de estratégias de persuasão e sedução mais comumente utilizadas, quanto ser da ordem da “manipulação dos espíritos”. Mas o que pode, então, ser encarado como manipulação?

Para responder a tal questão, Charaudeau (2010b) nos diz que o conceito de manipulação pode nos conduzir a certa armadilha. Isso porque há algumas particularidades e diferenças entre o sentido geral e o específico do termo que podem nos levar a uma interpretação equivocada acerca da conotação negativa, ou não, da manipulação em um determinado discurso.

Num sentido geral, a manipulação estaria ligada a uma visada de incitação a fazer. Isso acontece quando pretendemos, por exemplo, realizar um projeto de fala e não temos autoridade o suficiente para “obrigar” o interlocutor a acatá-lo. Resta-nos, então, utilizarmos estratégias de persuasão e/ou de sedução que visem fazer com que o outro (indivíduo ou grupo) esteja envolvido num certo “fazer crer”. Esse tipo de situação, observa Charaudeau (2010b), sugere que qualquer discurso portador de uma visada de incitação seja manipulador, o que não é verdade. Este mal-entendido se daria, entre outros aspectos, porque tais estratégias fazem parte de um jogo, não repreensível, de regulação social que resulta num discurso de influência, modalidade não necessariamente passível de ser vista, em sua totalidade, sob a ótica da manipulação.

Considerando um ponto de vista particular, que sugere a presença de uma manipulação, Charaudeau (2010b) considera que a esta incitação – elaborada para formar ou fazer alterar uma opinião – deve-se acrescentar dois outros componentes. Um deles está na figura de um manipulador que, além de não revelar o seu projeto, acaba disfarçando-o sob a máscara de outra proposta mostrada como benéfica à instância manipulada, seja individual, seja coletivamente. O segundo componente reside na ideia de que o manipulador, “[...] para melhor impressionar o

manipulado, tira partido de certa posição de legitimidade que lhe é dada pela situação e joga com uma credibilidade que ele teria adquirido em outra parte” (CHARAUDEAU, 2010b, p. 68).

Para o autor, o resultado disso é que o manipulado, alheio à verdadeira intencionalidade do projeto que lhe é apresentado, deixa-se levar por uma falsa aparência e é “fisgado”, inconscientemente, pelo jogo de persuasão idealizado pelo manipulador. Nesse sentido, lembramos Charaudeau (2010b) de que a manipulação aparece com uma ilusão, já que há, nessa troca comunicativa, a presença de um influenciador que oculta sua intenção e, na outra ponta, a figura de um influenciado que desconhece tal intenção.

Considerando parte do conteúdo das *fn* analisadas neste trabalho, podemos dizer que se torna profícuo considerar também a possibilidade de estarmos diante de um discurso com viés manipulatório. Levando-se em conta o projeto de uma agenda neoconservadora embutida nas *fn*, por exemplo, percebemos aí traços típicos dos discursos de manipulação, estratégias que, para Charaudeau (2010b), são sempre as mesmas:

Narrativas dramáticas nas quais são postos em destaque heróis e vítimas com o intuito de produzir às vezes angústia, às vezes exaltação; [...] Discursos de promessa, ou até mesmo de profecia, um discurso de encantamento mais ou menos mágico que faz parte de uma ordem moral (dever fazer ou não fazer) ou de um sonho (poder fazer), sem, no entanto, se apresentar de maneira prescritiva - não se deve dar a impressão de ser autoritário, sob pena de se tornar suspeito - de forma a suscitar a esperança por “dias melhores”; [...] Discursos de provocação do afeto que completa o precedente, na medida em que se trata de tocar a emoção, sob seu aspecto “eufórico”, para provocar alegria e simpatia, ou “disfórico”, para provocar temor e medo. (CHARAUDEAU, 2010b, p. 68).

Outro aspecto merecedor de atenção, coincidente com o objeto de estudo, está no fato de que essas diferentes estratégias de manipulação vêm sempre acompanhadas dos chamados “procedimentos formais de simplificação e de repetição”. Charaudeau (2010b) nos fala, então, que a simplificação acontece por meio do uso de fórmulas imagéticas, de *slogans* com o propósito de essencializar julgamentos, transformando-os em estereótipos e em lugares de amparo identitários ou de apropriação. A repetição dessas fórmulas e *slogans* se dá por meio de procedimentos que vão da sua incursão dispersa à excessiva reprodução. Valendo-se inicialmente de meios mais sutis, como panfletos, boca a boca, cartazes etc., essas narrativas acabam ganhando corpo e visibilidade com a sua repercussão em mídias mais “robustas”, como o rádio ou a TV, por exemplo, até que se alcance o resultado esperado.

Indo um pouco mais além nessa problemática da manipulação, no caso das *fake news* temos outro ingrediente a ser considerado em nossa análise, que pode estar ligado a uma suposta subversão do contrato de comunicação. Trata-se de uma (necessária) reflexão em torno da fonte enunciativa dessas notícias falsas que, se mais bem entendidas, podem facilitar a nossa compreensão sobre uma tendência, “manipulatória” ou não, incutida nas *fn*.

#### 4.4 RECEPÇÃO E *FAKE NEWS*: POSSIBILIDADES METODOLÓGICAS

Conforme sinalizamos antes, não temos como proposta explorar exhaustivamente a questão da recepção, que por si só demandaria uma dedicação e aprofundamento não suportados e/ou idealizados nos limites deste estudo. Isso não impede, no entanto, de (re)situarmos ferramentas analítico-discursivas coincidentes com a problemática da instância receptora, especialmente nesse contexto marcado pela propagação de *fake news* nos novos *media*. Quando mencionamos anteriormente, por exemplo, a questão dos efeitos patêmicos (CHARAUDEAU, 2010a), estávamos de alguma forma discutindo a esfera da recepção, partindo da noção de um contrato de fala que pressupõe, inicialmente, a interlocução entre sujeitos dotados de certa autonomia.

Nesta seção, propomos, então, aprofundar um pouco mais tal discussão, metodologicamente, com o intuito de agregar outros elementos que possam, acreditamos, dar corpo a uma categoria analítica específica para o nosso objeto de estudo. Estamos falando, por exemplo, do conceito de choque (BENJAMIN, 2011), do qual extraímos alguns de seus pressupostos para (re)pensarmos sua aplicação na *web*, sobretudo, para refletirmos efeitos possíveis de serem potencializados a partir de postagens envolvendo *fn*. Ainda dentro dessa temática da recepção e da pós-verdade, incorporamos à discussão elementos trazidos por Dunker, acerca da retórica icônica e, como dissemos, por Charaudeau, envolvendo os chamados efeitos patêmicos.

Considerando uma perspectiva que vê as redes sociais, entre outros aspectos, como um espaço de entretenimento, optamos por analisar a recepção no âmbito das *fn* pela ótica da distração, como um dos olhares possíveis. Falamos aqui de um formato que, por sua “fluidez” de leitura (*posts*, imagens, memes etc.), seja capaz de “sequestrar” a atenção de forma dispersa e descompromissada, mas, ao mesmo tempo, convidativa à participação imediata, seja na possibilidade de curtir e/ou comentar, seja na de compartilhar informações.

Ao analisar o comportamento do espectador diante da obra de arte e das novas formas de reprodutibilidade técnica, Benjamin (2011) destaca alguns elementos de importância ímpar para essa nossa perspectiva metodológica diante das *fn* no universo digital. Como chegamos a mencionar antes, estamos nos referindo à ideia de distração (diversionismo), em que o olhar (desatento) tende a não se fixar e, ao mesmo tempo, a uma reflexão mais ampla sobre possíveis impactos das novas tecnologias nas referências perceptivas até então assimiladas pelos espectadores.

De espetáculo atraente para a vista ou de sonoridade sedutora para o ouvido, a obra de arte, com o dadaísmo, tornou-se choque. Projeta-se contra o espectador ou ouvinte. Adquire um poder traumático. E favorece assim o gosto pelo cinema, que também possui a *característica da diversão*, graças aos choques provocados no espectador pelas *modificações de lugar e de cenário*. [...] A pintura convida à contemplação; em sua presença, as pessoas abandonam-se às próprias associações de ideias. Nada disso ocorre no cinema; tão logo o olho capta uma imagem, esta já foi substituída por outra, *o olhar jamais consegue se fixar*. (BENJAMIN, 2011, p. 276).

Também resgatando Benjamin, e procurando refletir sobre a recepção dentro do universo das novas tecnologias na contemporaneidade, Peixoto (2016) observa que

A recepção pela distração é possível, ela é um campo experimental do cinema que vem ao encontro dessa recepção com o seu efeito de choque. A desvalorização do valor de culto ocorre não só ao transformar o público em especialista, mas no fato deste avaliar o filme de forma distraída (p. 97).

Apesar de o autor estar se referindo ao cinema, como discutido originariamente por Benjamin (2012)<sup>82</sup>, entendemos que as novas tecnologias representam uma continuidade do desenvolvimento técnico, sendo assim passíveis de serem estudadas a partir de raciocínio semelhante. Como já sinalizado, acreditamos que podemos encarar a recepção (ou a percepção) como um fenômeno a ser observado em consonância com essa forma “distraída” de se “consumir a informação”, como perceptível nas redes sociais.

Dessa forma, a ideia de adaptarmos o conceito de choque à nossa metodologia vai ao encontro da premissa de que mídias sociais, como o *FB*, o *WhatsApp* e/ou o *Twitter*, “são lidas” por muitos, entre outros aspectos, como uma ferramenta de lazer. Não queremos dizer com isso que

---

<sup>82</sup> BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*. In: Benjamin e a obra de arte: técnica, imagem, percepção. Tradução de Marijane Lisboa e Vera Ribeiro; org. Tadeu Capistrano. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

essas redes sociais seriam mídias de entretenimento, como o *YouTube*<sup>83</sup>, por exemplo, mas que absorvem conteúdos capazes de prender a atenção das pessoas por sua capacidade de entreter.

Uma pesquisa sobre o uso de *smartphones*, por exemplo, realizada pelo Ibope Conecta (2018)<sup>84</sup>, mostra que 75% dos brasileiros usam seus aparelhos para acesso às redes sociais e, destes, 41% para fins de entretenimento. Outro parâmetro curioso, nesse caso sobre a possibilidade de as pessoas serem fisgadas por “coisas divertidas” na internet, pode ser percebido pelo sucesso alcançado por aplicativos como o russo *FaceApp*, por exemplo, dentre outros. Apesar de considerado invasivo à privacidade, o *FaceApp* se vale da Inteligência Artificial (IA) para atrair usuários do *Facebook (FB)* pela possibilidade “descontraída” de poderem simular suas aparências na terceira idade, na infância, em outro gênero etc.

No que diz respeito a este assunto, Ry Crist, editor do *site* especializado em tecnologia CNet, observa que a maioria das empresas interessadas em dados pessoais dos usuários, no caso para motivos escusos, obtêm essas informações por meio de coisas consideradas divertidas. Crist lembra, por exemplo, um escândalo em 2018 envolvendo a empresa *Cambridge Analytica*, responsável por suscitar um caloroso debate sobre privacidade de dados na internet, o que acabou afetando a credibilidade até então atribuível ao *FB*. De acordo com Crist,

[...] a empresa não conseguiu esses dados através de pesquisas sérias, mas por *joguinhos de perguntas divertidos*, que permitiam aos usuários descobrir, por exemplo, que personagem seriam no mundo de Harry Potter ou que tipo de samambaia nativa da Mata Atlântica você é. As pessoas faziam esses testes de bom grado, compartilhavam seus resultados e convidavam outras para também entrar na brincadeira, o que permitiu à *Cambridge Analytica* desenvolver um banco de dados com mais de 7 milhões de dados de usuários apenas dos Estados Unidos, e que foi usado para influenciar as eleições de 2016. (DA SILVA, 2019, grifos nossos).

Retomando Dunker (2018), acreditamos que a recepção possa também ser estudada sob o prisma da chamada “retórica icônica”, nesse caso considerando eventuais respostas e/ou comportamentos do receptor diante de certos “produtos” da pós-verdade, como as *fn*. O autor nos fala aqui das mensagens em pacotes de informação, como os *posts* nas redes sociais, que induzem o espectador a “ler”, rapidamente, o todo de uma só vez e a se posicionar como se não

<sup>83</sup> No campo do *marketing* digital, há uma distinção entre as redes sociais de entretenimento, como o *YouTube*, e as de relacionamento, das quais fazem parte o *FB*, o *Twitter* e o *WhatsApp*, por exemplo. Disponível em: <https://bit.ly/3d8diEg>. Acesso em: 18 set. 2019.

<sup>84</sup> O *IBOPE Conecta* é a unidade de pesquisas *online* do IBOPE Inteligência. Disponível em: <https://bit.ly/2V019O6>. Acesso em: 20 fev. 2020.

houvesse tempo de acionar a sua memória crítica, consciente. Conforme sugere Dunker (2018), é preciso acolher ou descartar, inibir ou estimular, apressadamente, a comunicação com o outro, num processo que, ao mesmo tempo, possibilita o acesso e o desligamento com esse outro.

No caso específico do nosso objeto, tal raciocínio permite estimarmos o que pode, ou não, ser determinante para que as pessoas acolham (ou refutem) as *fn* e sejam levadas a certo engajamento, proporcionando audiência e a disseminação de tais informações. Trata-se da “necessidade”, incutida na própria dinâmica das novas tecnologias, de dar celeridade à comunicação, aos compartilhamentos, mesmo que não haja antes o crivo da reflexão.

Dentro de raciocínio semelhante, podemos dizer que algumas estratégias utilizadas pelas áreas de propaganda e *marketing* muito se aproximam, e se valem, dessa forma “acelerada”, de se absorver as informações, o que nos leva a refletir sobre a ideia de repetição relacionada a certos mecanismos de convencimento. Conforme aponta Figueiredo (2005), por exemplo, que discute a necessidade de (novas) maneiras persuasivas de comunicação publicitária, a questão da repetição (fundamental na comunicação humana) estaria relacionada a noções de automatismo e/ou de “economia da energia mental”. De acordo com Ferrara (2009, p. 34), essa noção de economia de energia mental, no âmbito da percepção, foi inicialmente formulada pelo filósofo inglês Herbert Spencer, sendo decorrente da ideia de automatismo.

Em se tratando da publicidade comercial, Figueiredo (2005) contemporiza a passagem anterior relacionando o seu uso à possibilidade de se alcançar uma maior eficiência na comunicação publicitária. Com esse propósito, resgata-se de Ferrara (2009) que

[...] no processo de percepção deve-se despende a menor taxa de energia para obter o máximo de resultados. Todos os nossos hábitos estão submersos no domínio do inconsciente; a ação, tornando-se costumeira, torna-se automática e a percepção é tão mais rápida quanto mais automática, quanto mais prontamente for identificado o dado novo em relação ao conhecimento já automatizado. Quanto maior a taxa de automatização, tanto maior é a economia de energia despendida no conhecimento e mais rápida é a percepção, portanto, a percepção é tão mais rápida e intensa quanto mais se operar como identificação. (p. 34).

Paralelamente, acreditamos que, de forma articulada e/ou suplementar ao “efeito de choque” e à retórica icônica, podemos refletir sobre esse processo receptivo levando-se em conta a questão do efeito patêmico, previsto na Semiologia, de Charaudeau. Dessa forma, trazendo a discussão mais especificamente para o âmbito da AD, temos a oportunidade de ampliar o nosso

raciocínio, por exemplo, para trazer à baila a questão das emoções, dos saberes de crença e das representações, como discutimos antes.

De uma maneira geral e resumida, arriscaríamos dizer, então, que a nossa análise, no que se refere às *fn*, passaria pelo estudo de uma recepção que se dá de forma distraída e “pressionada” pela urgência dos compartilhamentos. Como dissemos antes, todo esse processo englobaria, simultaneamente, a questão do choque pela presença de elementos que levam a esse “entretenimento”, ao potencial efeito patêmico das *fn* (ligado especialmente às emoções) e à ideia de retórica icônica, que induz a uma leitura apressada e a um fenômeno que tende a desvalorizar a memória histórica, mais reflexiva e crítica.

#### 4.5 MEMÓRIA E SUBJETIVIDADE: DISJUNÇÕES E CONVERGÊNCIAS

Conforme vimos no segundo capítulo, torna-se prejudicada a discussão em torno da subjetividade se não problematizarmos, paralelamente, aspectos relacionados à memória. Especialmente neste trabalho, que traz inquietações acerca do papel do sujeito nesse ambiente (*online*) de pós-verdade, considerar a memória se faz importante para percebermos peculiaridades que possam aflorar dessa subjetividade. Pensando nisso, reunimos aqui alguns elementos ligados à memória que permitem, metodologicamente, estudar um maior ou menor apagamento do sujeito no contexto das *fn*, discutir eventuais aspectos ético-morais dos seus discursos e ainda tentar compreender essa subjetividade agora mergulhada nas nuvens, uma espécie terceira “revolução da memória”, conforme Mosé (2017)<sup>85</sup>.

A questão da relativa autonomia do sujeito será (re)discutida, então, entre outros aspectos, a partir de três tipos de memória, apontados por Charaudeau (2004) como aquelas que permitem ao sujeito (falante) se posicionar no mundo. São elas a memória dos discursos, a das situações de comunicação e a memória das formas dos signos, já apresentadas anteriormente neste trabalho. Como Charaudeau parte da premissa de um sujeito relativamente autônomo, buscamos nas articulações entre esses tipos de memória vestígios de eventuais deslocamentos, ou desequilíbrios, que possam sugerir justamente o contrário, ou seja, o comprometimento dessa suposta autonomia em alguns casos. Estamos falando, mais especificamente no caso das *fn*, da possibilidade de estarmos diante de uma situação de comunicação em que as “regras do

---

<sup>85</sup> Ver terceiro capítulo.

jogo”, e/ou o contrato, não sejam reconhecidos com facilidade pelos parceiros da troca ou, até mesmo, sejam propositalmente mascarados.

Num segundo enfoque metodológico, a questão da memória é resgatada, com base em Paveau (2015), com o intuito de discutirmos a presença, ou não, de elementos ético-morais nos discursos propagadores de *fake news* e, conseqüentemente, no comportamento de atores eventualmente envolvidos nesse processo. Como sinalizado no segundo capítulo, Paveau (2015) considera a memória (ou desmemória) discursiva como um dos critérios morais para identificarmos um discurso como virtuoso (ou não), ou seja, uma narrativa que seja ajustada “[...] aos valores vigentes na realidade complexa e instável dos agentes e de seus ambientes” (p. 214). Nesse caso, Paveau nos fala do discurso inserido em uma memória discursiva, em sua perspectiva teórica mais ampla, como prevista em Courtine (1981), no sentido de um “[...] conjunto de enunciados sabidos e não sabidos que circularam e continuam circulando num ambiente e no meio dos quais os meus se inserem sem os transgredir” (PAVEAU, 2015, p. 226)<sup>86</sup>. Os outros dois critérios morais apontados pela autora, oportuna e posteriormente resgatados em nossa análise, estão relacionados aos agentes e suas relações (numa problemática da decência discursiva) e ainda ao ajuste do discurso a uma realidade do mundo mediada pelas representações e “esquemas cognitivos”.

No que diz respeito à terceira, e não menos importante, abordagem metodológica envolvendo a memória, procuramos articular nesse diálogo aspectos também relacionados à dimensão não imediatamente humana, ou seja, a memória da máquina, das nuvens. Tendo como base inicialmente estudo recente que realizamos<sup>87</sup>, pudemos observar que a noção de memória metálica<sup>88</sup> talvez não dê conta de abranger metodologicamente, em sua totalidade, o complexo universo das novas tecnologias, especialmente quando tentamos analisar o que motiva o (res)surgimento da pós-verdade num ambiente midiaticado. Entendemos, no entanto, que alguns dos seus pressupostos podem ser especialmente válidos, principalmente para observarmos a interferência da máquina, como os algoritmos e/ou os robôs, no direcionamento do olhar e na proliferação das *fn*. Nesse caso, a noção de memória metálica se torna importante para estimarmos a robustez das *fn*, por exemplo, que se consolidam pela repetição, pela força

---

<sup>86</sup> Courtine, Jean-Jacques. *Quelques problèmes théoriques et méthodologiques en analyse du discours. À propos du discours communiste adressé aux chrétiens. Langages, Analyse du discours politique*, p. 9-128. 1981.

<sup>87</sup> Artigo (no prelo) escrito em 2018 e intitulado *Imprensa e pós-verdade: uma reflexão analítico-discursiva*.

<sup>88</sup> Discussão iniciada no terceiro capítulo.

dos compartilhamentos e que parecem mesmo funcionar de uma maneira horizontal, sem uma historicidade.

No entanto, pelo que observamos neste trabalho, não podemos deixar de destacar a importância da memória humana, em seu funcionamento vertical e em sua historicidade, como ingrediente que pode atizar a curiosidade, despertar uma identificação e alimentar temas mais comumente presentes nas *fn*. Estamos falando, por exemplo, de temáticas que atuam predominantemente no campo das representações, com potencial para mobilizar os mais variados imaginários sociodiscursivos, como defendido por Charaudeau.

Como vemos, parece que estamos envoltos num aparente antagonismo entre as diferentes noções de memória, especialmente quando pensamos em um cenário que envolve, simultaneamente, as novas tecnologias e esse fenômeno da pós-verdade. Diante, então, desse desafio teórico-metodológico, optamos por considerar que a complexidade do objeto de estudo exige (e comporta) uma abordagem que mescle as duas frentes analíticas. Ou seja, trabalhamos com a perspectiva de que os dois tipos de memória podem ser paralela e complementarmente acionados no caso das *fn*: um tipo funcionando no espectro mais subjetivo, de mobilização dos saberes e da memória histórica (humana)<sup>89</sup>, principalmente, e outro, no campo mais objetual, capaz de empoderar artificial e quantitativamente as *fn*, especialmente no que diz respeito ao seu potencial de alcance e engajamento.

#### 4.6 O *ETHOS* E A DIMENSÃO ÉTICO-MORAL

Procuramos fazer aqui um pequeno apanhado que aborda, sob a ótica metodológica, algumas questões relacionadas ao *ethos* em si, bem como estimarmos suas possíveis articulações com a dimensão ético-moral, o que pode contribuir para aprofundarmos também na discussão envolvendo a subjetividade.

Embora a Semiolinguística traga alguns elementos importantes para se estudar o *ethos*, sobretudo no âmbito do discurso político, imaginamos não ser frutífero nos concentrarmos, exclusivamente, em tais proposições na condução de nossa análise. Isso se dá, entre outras particularidades, por entendermos que suas categorias de análise se voltam, de uma maneira

---

<sup>89</sup> Ver terceiro capítulo.

geral, para a figura específica do agente político (seja na disputa pelo poder, seja na sua gestão), o que não é o nosso caso. Não queremos dizer que não haja em nosso *corpus* a narrativa implícita de uma agenda político-eleitoral embutida, pois ela provavelmente se faz presente. O que consideramos válido destacar aqui é que, em meio a esse processo, há atores que participam efetivamente na produção e compartilhamentos de *fn*, por exemplo, mesmo que de forma sobredeterminada. Nesse sentido, optamos por priorizar ferramentas mais adaptáveis à complexidade do universo digital e a nosso objeto, como algumas desenvolvidas mais recentemente por Maingueneau para se estudar o *ethos*, por exemplo.

Conforme discussão iniciada no segundo capítulo, vimos que Maingueneau (2018) procura atualizar, metodologicamente, a maneira de se estudar o *ethos* em sua forma “mais encarnada”, como a que o próprio autor propõe a partir da retórica aristotélica. Segundo o autor, apesar de tais ferramentas analíticas serem adequadas para um *corpus* mais “tradicional”, a tarefa pode se complicar um pouco quando temos aumentada a complexidade do objeto de estudo, como é o caso da cenografia da internet, espaço onde temos as dimensões verbal e icônica estreita e simultaneamente interligadas. Assim, para tentar permitir uma análise com efetividade para os mais diversos tipos de textos, Maingueneau (2018) propõe atribuir ao *ethos* três dimensões capazes de interagirem fortemente, que são a categorial, a experiencial e a ideológica:

[...] a dimensão “categorial” recobre coisas muito diversas. Ela pode tratar de papéis discursivos ou de status extradiscursivos. Os papéis discursivos são aqueles ligados à atividade de palavra: animador, contador, pregador... Os status extradiscursivos podem ser de natureza muito variada: pai de família, funcionário, médico, camponês, americano, solteiro etc.; [...] a dimensão “experiencial” do *ethos* recobre as características sócio-psicológicas estereotipadas, associadas às noções de incorporação e de mundo ético: bom senso e lentidão do camponês, dinâmica do jovem empreendedor...; [...] a dimensão “ideológica” refere-se a posicionamentos dentro de um campo: feminista, de esquerda, conservador ou anticlerical... dentro do campo político, romântico ou naturalista... dentro do campo literário etc. (MAINGUENEAU, 2018, p. 322).

No caso do nosso objeto de estudo, não descartamos a possibilidade de se considerar na análise essa concepção “encarnada do *ethos*”, sobretudo, para estimar características de um fiador não unicamente extraíveis da dimensão verbal, mas a elementos externos, como as representações e/ou compleições físicas. Isso não impede, no entanto, de priorizarmos metodologicamente esses apontamentos mais recentes feitos pelo autor, como os que perpassam essas três dimensões mencionadas acima, atribuíveis ao *ethos*. Esse tipo de olhar pode contribuir, acreditamos, para estimarmos efeitos discursivos das *fn* a partir de perfis que “aparentem” passar certa credibilidade para alguns grupos em particular. Estamos falando, por exemplo, de

um pastor que dirige mensagens a evangélicos, em tom indignado e defendendo “valores morais”, ou de um perfil, supostamente de notícias sobre a Lava Jato, que posta *fn* e conquista adeptos que se dizem “sedentos” pelo fim da corrupção<sup>90</sup>.

Com o intuito de estabelecer correlações possíveis entre o *ethos* e questão ética, trouxemos à baila, no segundo capítulo, algumas reflexões de Tiburi (2018) sobre o assunto, circunscrevendo também a problemática da pós-verdade. Na opinião da autora, a questão da pós-verdade mostra um movimento de dessubjetivação em curso na contemporaneidade, um processo que tende a supervalorizar o pensamento pronto (sem espaço para reflexão crítica) e os desvalores, que têm sido interpretados como valores. E, nas lacunas afloradas dessa “discursividade mercadológica” e “sem alma”, como a que permite prosperar a pós-verdade, não há lugar para a singularidade (a subjetividade), nem para o outro (a alteridade). Ou seja, segundo Tiburi (2018), estaríamos assim diante de uma “ética anacrônica em relação ao *ethos*”, o que se pode chamar de pós-ética (p. 112).

Para o propósito deste trabalho, que pretende refletir sobre o formato dessa subjetividade (ética?) emergível dos novos *media*, no contexto da pós-verdade, o raciocínio anterior de Tiburi já representa um interessante instrumento de reflexão a ser considerado. Entendemos, no entanto, que um estudo mais detalhado do *corpus* possa ser igualmente revelador para compreendermos, de maneira mais palpável e ampla, a presença (ou não) de marcadores ético-morais no tipo de discurso vocalizável pelas *fn*, por exemplo.

Como mencionamos anteriormente, Paveau (2015, p. 222-223) é uma das pesquisadoras que se dedicam, na atualidade, ao estudo dessa questão da moral (e da ética) no âmbito da linguagem. Para melhor ilustrar a noção de virtude discursiva, supostamente presente nos chamados discursos virtuosos, a autora sugere algumas formas de se tentar integrar, metodologicamente, o parâmetro ético-moral à linguística do discurso. Em outras palavras, a autora nos mostra que existem algumas marcas possíveis de sinalizar, ou não, a robustez da dimensão moral no discurso, como, por exemplo: 1) a arbitrariedade do signo; 2) o evidencial; 3) a deformação morfológica das blasfêmias; 4) a redenominação; e 5) o discurso epidíctico (elogio e reprovação).

---

<sup>90</sup> Esses perfis (pastor e Lava Jato Notícias) estão presentes em nossos *corpora* e são estudados em mais detalhes no capítulo de análise, em que discutimos (des)construções narrativas relacionadas a um suposto “*kit gay*”.

Atentando, num primeiro momento, para o que mais nos interessa na análise das *fn*, podemos dizer que os itens relacionados à “arbitrariedade do signo” e ao “evidencial”, mencionados anteriormente, podem ser de grande valia para incrementarmos a discussão em torno da questão ético-moral. Paveau (2015) nos lembra, com base em leituras de Marty (2007)<sup>91</sup>, que há possibilidade de inscrição da mentira na língua, caso que configura uma arbitrariedade do signo, e que prevê, entre outros aspectos, uma “boa conduta” advinda das convenções que podem (ou deveriam) ser transpostas para a linguagem como sinônimo de “boas maneiras” na utilização dos signos. No que diz respeito à marca evidencial, Paveau nos fala que tal atributo pode ser tido como

[...] a propriedade de certos enunciados que contêm a marca de sua fonte de informação. Se de fato existem normas cognitivas, portanto um elo entre o ético e o epistêmico, então o evidencial possui dimensão ética, que não incide no conteúdo dos enunciados, mas na posição do enunciador. O evidencial possibilitaria que o enunciador mostrasse suas disposições virtuosas, pois um agente que justificasse sua asserção apresentando a sua fonte mostraria sua “honestidade”, virtude ao mesmo tempo ética, epistêmica e discursiva. (PAVEAU, 2015, p. 222-223).

Como se pode perceber, tais marcas coincidem com algumas das principais características hoje atribuíveis às *fn*, que são as informações falsas, enganosas e/ou deturpadas (adjetivos muito comumente associáveis à mentira) e a ausência de menções a uma, ou mais, fontes confiáveis dessas informações.

Conforme aponta Paveau (2015), esses marcadores não são estáveis e/ou passíveis de serem naturalizados na materialidade linguística, mas são bons indicadores do potencial ético dos discursos, especialmente se levarmos em conta os agentes e o ambiente envolvidos. Tais particularidades coincidem, como sinalizamos, com parte de nossa demanda teórico-metodológica, que pretende entender essa (re)contextualização das *fn*, bem como estimar, eticamente, o lugar situacional de alguns agentes fiadores de sua propagação.

#### 4.7 VAMOS FALAR DE UMA ÉTICA ALGORÍTMICA?

No decorrer do nosso estudo, deparamo-nos com a necessidade de considerar ainda uma eventual dimensão ética que pode ir além da instância meramente humana, já que as *fn* são hoje interfaceadas por dispositivos capazes de interferir nesse processo de interação, como é o caso

---

<sup>91</sup> MARTY, François. La possibilité du mensonge appartient à la structure des langues humaines. In: CASTILLO, M. (dir.). *Éthique du rapport au langage*. Paris: L'Harmattan, 2007. p. 111-126.

dos algoritmos. Com isso, somos invariavelmente levados a refletir sobre uma suposta neutralidade ou não da máquina, debate que não é novo no meio acadêmico e muito menos objeto de consenso entre os mais diferentes pensadores e/ou correntes teóricas. Conforme observam Rossetti e Angeluci (2021), que propõem uma discussão sobre a ética algorítmica, a linha tradicional do pensamento filosófico considera a ética um fator iminentemente humano e, em consequência disso, as coisas em si não seriam boas nem más. Na esteira dessa corrente filosófica, nos lembramos os autores, Bill Gates teria afirmado em certa ocasião que “a tecnologia é amoral”, cabendo a nós decidirmos seus eventuais usos e limites<sup>92</sup>. Ou seja, com base nessa premissa, não seria possível falar em uma ética das máquinas ou das coisas, pois estaríamos diante da tese clássica da ética que estabelece na instância humana o limite do conhecimento.

Trazendo tal problemática para o âmbito da IA, no entanto, Rossetti e Angeluci (2021) defendem a reabertura de uma discussão que questione essa exclusividade humana na reflexão sobre o componente ético, indagando, por exemplo, se essa ética não seria “extensiva aos artefatos semiautônomos criados pelos homens”. Ampliando, então, a abrangência do conceito de ética frente aos algoritmos, os autores acreditam que

[...] haveria uma ética algorítmica que pode ser definida como uma reflexão sobre a nova realidade histórico-social tecnológica, mediada por algoritmos, em que novos costumes e hábitos presentes na sociedade tecnológica, no comportamento dos indivíduos e na conduta das máquinas seriam reconsiderados em seus valores e obrigações. Nesse sentido, é possível falar de uma ética algorítmica como ética aplicada [...] não como uma *ética* criada pelos algoritmos, do mesmo modo que o meio ambiente não cria a ética ambiental, mas como uma reflexão humana sobre algoritmos. Todavia, estar-se-ia diante de um novo fenômeno, porque os algoritmos, notadamente os de aprendizagem, por imitarem a inteligência humana, são capazes de *tomadas de decisão*, o que suscita uma questão ontológica sobre a *natureza autônoma* dos algoritmos, fato que o aproximaria cada vez mais do humano (ROSSETTI; ANGELUCI, 2021, p. 5-6, grifos nossos).

A partir de um mapa conceitual criado por Mittelstadt e outros (2016)<sup>93</sup>, do *Oxford Internet Institute*, em que são apresentadas “[...] preocupações epistêmicas e normativas sobre o *modus operandi* dos algoritmos”, Rossetti e Angeluci (2021) levantam algumas possíveis consequências éticas do atual modelo de funcionamento algoritmo. Essas questões éticas, para os autores, estariam relacionadas à falibilidade, opacidade, viés, discriminação, autonomia, privacidade e responsabilidade. No Quadro 1, reproduzimos o mapa conceitual apresentado por

<sup>92</sup> Disponível em: <https://bit.ly/31JyHUf>. Acesso em: 14 out. 2021.

<sup>93</sup> MITTELSTADT, B. D.; ALLO, P. A.; TADDEO, M. R.; WACHTER, S.; FLORIDI, L. *The ethics of algorithms: Mapping the debate*. Big Data & Society. July–December, p. 1-21, 2016.

Mittelstadt e outros, do *Oxford Internet Institute*, e as questões éticas discutidas por Rossetti e Angeluci (2021).

Quadro 1 – Preocupações *versus* consequências éticas dos algoritmos

<b>Preocupações éticas</b>	<b>Consequências éticas</b>
Evidências inconclusivas	Falibilidade
Evidências inextricáveis	Opacidade
Evidências mal direcionadas	Viés
Resultados injustos	Discriminação
Efeitos transformativos	Autonomia
Efeitos transformativos	Privacidade de informações
Rastreabilidade	Responsabilidade

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Rossetti e Angeluci (2021).

Apesar de considerar importantes e pertinentes todas as consequências éticas apontadas por Rossetti e Angeluci (2021), chama-nos mais atenção, para os propósitos deste estudo, a questão relativa à autonomia, especialmente por ser mais dialogável com os temas da subjetividade e da “liberdade” do indivíduo diante dos algoritmos, elementos centrais na discussão que aqui propomos. De acordo com os autores, o desafio ético referente à autonomia aparece intimamente associado à questão da liberdade. Isso acontece, conforme observa Rossetti e Angeluci (2021), porque, na medida em que os algoritmos têm sido criados para influenciar o comportamento das pessoas, eles acabam filtrando informações que seriam disponibilizadas aos usuários para adequá-las ao perfil do destinatário. No entanto, problemas podem surgir quando esse filtro se dá com base em interesses outros que não representam necessariamente aqueles do indivíduo. Ou seja, estaríamos diante de uma situação em que a autonomia decisória do sujeito acaba sendo corrompida, já que ele se encontra aprisionado numa “câmara de eco” que lhe exhibe como se fossem suas informações, mas, na verdade, não passam de escolhas feitas pelos algoritmos, macrodados programáveis de acordo com interesses (humanos) de terceiros. No âmago dessa reflexão, Rossetti e Angeluci (2021, p. 12) sugerem que essa “[...] coerção exercida pela força invisível dos algoritmos na tomada de decisões dos sujeitos” têm implicações que acabam infringindo, por exemplo, um importante princípio ético, que é o da liberdade do usuário.

#### 4.8 FAKE NEWS E ESFERA PÚBLICA: O DESPONTAR DE UMA NARRATIVA

Paralelamente aos estudos voltados à recepção no âmbito da interação imediata das *fake news*, pretendemos também estimar sua interferência na percepção coletiva, o que desemboca numa discussão envolvendo a esfera pública. Nesse sentido, acreditamos, as ideias de audiência e repetição, já usadas como parâmetro no *marketing* e/ou na publicidade comercial, podem ser adaptadas aqui para estudarmos eventuais impactos das *fn* na opinião pública e a possibilidade de estarmos (ou não) diante de narrativas tidas como manipuladoras.

No caso específico das *fn*, alguns estudiosos acreditam que elas atuam no sentido de estimular o chamado “comportamento de manada” nas pessoas, o que pode contribuir para uma “manipulação” da opinião pública. Gragnani (2017)<sup>94</sup>, da *BBC Brasil*, lembra-nos, de uma maneira resumida, que esse “comportamento de manada” é um conceito advindo do comportamento de animais, que tendem a se juntar para se protegerem e/ou escaparem de seus predadores. Se adaptada aos seres humanos, essa característica viria associada à tendência de as pessoas seguirem determinados líderes e/ou grupos, sem que essa decisão passe pelo crivo de uma reflexão individual. Sobre o comportamento dos usuários nas redes sociais, o professor Fabrício Benevenuto (2017)<sup>95</sup> tem observado que

Se muitas pessoas compartilham uma ideia, outras tendem a segui-la. É semelhante à escolha de um restaurante quando você não tem informação. Você vê que um está vazio e que outro tem três casais. Escolhe qual? O que tem gente. Você escolhe porque acredita que, se outros já escolheram, deve ter algum fundamento nisso. (BENEVENUTO, 2017, *online*).

Ainda dentro dessa temática, pode-se notar que nas redes sociais essa “sensação de maioria”, capaz de arrastar seguidores, nem sempre acontece de forma espontânea. Na matéria da *BBC Brasil*, por exemplo, a jornalista Juliana Gragnani entrevista alguns ex-funcionários (de identidades não reveladas) da empresa *Facemedia*, suspeita de criar e gerir perfis falsos na internet, e revela uma prática de artificialização das relações no ambiente da web. Segundo

---

<sup>94</sup> Referimo-nos aqui a uma matéria publicada pela *BBC Brasil* em 2017, conduzida pela jornalista Juliana Gragnani, sobre o comportamento dos usuários diante das *fn*. Disponível em: <https://bbc.in/3o7oU1H>. Acesso em: 15 maio 2020.

<sup>95</sup> Benevenuto é precursor de um projeto da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) que monitora redes sociais, o *Monitor de WhatsApp*, uma ferramenta amplamente utilizada para análise de *fn*, especialmente no contexto político-eleitoral.

depoimentos desses ex-funcionários, já ao começar na empresa eles recebiam "pacotes" com perfis falsos variados que deveriam "gerir", eram os chamados "personas".

Esses perfis simulavam pessoas comuns em detalhes: profissão, história familiar, *hobbies*. As mensagens que elas publicavam refletiam as características criadas. "As pessoas estão mais abertas a confiar numa opinião de um igual do que na opinião de uma marca, de um político", disse um dos entrevistados. "Ou vencíamos pelo volume, já que a **nossa quantidade de posts era muito maior** do que o público em geral conseguia contra-argumentar, ou conseguíamos estimular pessoas reais, militâncias, a comprarem nossa briga. **Criávamos uma noção de maioria**", diz um ex-funcionário. (GRAGNANI, 2017, grifos nossos).

Ao depararmos com esse tipo de prática, de artificialização do próprio debate público, reforçamos a necessidade de problematizarmos eventuais desdobramentos dessas ações na esfera pública, especialmente no nosso caso partindo de narrativas potencializadas pelas *fake news*. Como percebemos, uma das preocupações dessas estratégias com os perfis falsos é convencer pela quantidade, pelo volume de informações acerca de determinado tema. E se esse objetivo é alcançado, temos ampliada a audiência, recurso que na mídia tradicional significaria aumentar o impacto das mensagens veiculadas na vida das pessoas, algo próximo dos *maximal effects*, conforme observa Gomes (2004).

Ao mesmo tempo, vimos que Lubenow (2012) encara o aumento da audiência como um dos importantes fatores para mudanças ocorridas na esfera pública no século XX, transformações que culminaram na subversão do seu princípio crítico e, conseqüentemente, no seu declínio. Hoje, mais do que nunca, acreditamos que há uma demanda pela (re)atualização dessas problematizações, já que estão em jogo novas tecnologias digitais que facilitam, e muito, o acesso das pessoas às informações. Entendemos que essa inclusão digital não seja necessariamente maléfica, mas traz, com ela, questões como as levantadas aqui, de grupos de interesses diversos que buscam artificializar o debate público e agora se valem de ferramentas com maior poder de alcance, em quantidade e velocidade. Ou seja, torna-se passível de ser amplamente questionada a "qualidade" dessas informações, como é o exemplo das *fn* que circulam nesses novos meios digitais.

Outro elemento catalizador dessa mudança na esfera pública, segundo Lubenow (2012), está ligado à crescente interpenetração entre o setor público e o privado. Tal particularidade, uma vez transposta para os dias de hoje, leva-nos a refletir, por exemplo, sobre o papel de redes sociais, como *FB*, uma empresa privada, na intermediação do debate público. Para alguns

autores, como Ortellado (2017), deve-se cobrar maior transparência e regulação de plataformas como o *FB*, que deveria começar a atuar “[...] como se fosse um Estado, já que virou a nova esfera pública”, ou seja, o lugar onde acontecem discussões e interações de interesse público. Lembremos que, para Habermas (1997), a função originária da esfera pública “consiste em captar e tematizar os problemas da sociedade como um todo” (p. 97).

Muito do que falamos até aqui sobre a recepção tem origem, mesmo que implicitamente, em estratégias de cunho propagandístico e, por vezes, manipulatório. E, com a questão da repetição envolvendo a esfera pública, não é muito diferente, acreditamos. Isso nos faz lembrar, no âmbito discursivo, o que se costuma chamar de *sloganização*<sup>96</sup>, segundo Fiala (2014), um neologismo que (distinguindo-se do termo *slogan*, do qual deriva) tem relação com o uso especializado que a lexicometria faz, estatisticamente, desse *slogan* com base no grau de cristalização e repetitividade que o texto é capaz de apresentar. Inspirado nos ensinamentos de Tournier (1996)<sup>97</sup>, Fiala (2014, p. 453) vê que a *sloganização* pode ser vista como “[...] o conjunto dos momentos em que o discurso retorna sobre si mesmo e pratica o já dito, endurecendo-se assim em martelamentos verbais que se constituem como a expressão primária da mensagem a produzir”.

Retomando Charaudeau (2010b) para refletirmos sobre essa questão da repetição, num contexto de discurso manipulatório, vimos que o autor nos fala do uso, em alguns casos, dos chamados procedimentos formais de simplificação e de repetição. Se ajustarmos tais ideias à proliferação de *fn* a partir de perfis falsos, como apresentamos anteriormente, podemos dizer que as chamadas “personas” atuam no sentido de repetir, sistematicamente, discursos coincidentes com os interesses dos seus “financiadores”. Nesse pacote, estariam inclusas mensagens na forma de imagens, estáticas ou não, memes, *slogans* etc., recursos propositalmente usados com o intuito de “simplificar” o processo de comunicação e, ao mesmo tempo, ter como “[...] efeito ‘essencializar’ os julgamentos, transformá-los em estereótipos e torná-los suporte de identificação ou de apropriação” (CHARAUDEAU, 2010b, p. 57-78).

Em meio a esse processo, se considerarmos a ótica charaudeana, a presença da manipulação estaria presente, entre outros aspectos, justamente no “truque” de se valer de informações e

<sup>96</sup> Utilizamos raciocínio semelhante na dissertação de mestrado (AZEVEDO, 2015).

<sup>97</sup> TOURNIER, M. Français à l’extrême droite, un mot habité. In: REMI-GIRAUD et RETAT P. (Éds.). *Les mots de la nation*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon, 1996. p. 65-81.

perfis falsos para tentar conquistar o interlocutor. Tal situação levaria a instância receptora (nesse caso, os participantes da esfera pública) a aderir, por engano, a um projeto cuja verdadeira intencionalidade não lhe é apresentada.

Em suma, trouxemos aqui algumas possibilidades de leitura que podem ser exploradas numa análise mais detalhada do *corpus*. Ou seja, o intuito é elencar alguns recursos metodológicos adicionais para refletirmos mais criticamente sobre o objeto, sua relação com o processo de recepção e eventuais interferências das narrativas na esfera pública.

#### 4.9 CONSIDERAÇÕES SOBRE O *CORPUS*

Dentre as dificuldades encontradas para a constituição do *corpus* na área das linguagens, Charaudeau (2011) elenca alguns dos quais classifica como principais. São eles: 1) a coleta de dados, que depende da escolha da materialidade linguística; 2) a importância desse material em termos de representatividade; 3) as características internas do material linguístico (gramaticais, lexicais, sintáticas), variáveis externas (locutores, dispositivos de comunicação) e outras relacionadas ao tempo (historicidade) e espaço (culturas); 4) por fim, as ferramentas para tratamento dos dados.

Procuramos nesta seção contemplar e discutir, de alguma forma, esses elementos mencionados por Charaudeau, mas, a estes, acrescentar outro particularmente importante para delimitação do *corpus* e condução da nossa pesquisa em si, que envolve a questão da subjetividade.

##### 4.9.1 O pesquisador e o objeto: o dilema da (im)parcialidade

Costumeiramente, na academia, somos levados (recomendados) a nos posicionar de maneira imparcial, objetiva, na relação com nossos “objetos empíricos”, prática igualmente assimilada pelas Ciências Humanas e que, no âmbito da AD, torna-se árdua já na escolha e/ou delimitação do *corpus*. No caso da nossa pesquisa, em específico, tal incumbência enfrenta ainda o desafio de propormo-nos a refletir, justamente, a problemática da subjetividade – e da ética<sup>98</sup>. Na visão de Paveau (2015), por exemplo, que estuda a dimensão ético-moral na linguagem,

---

<sup>98</sup> Além da questão estilística, a opção por utilizar a primeira pessoa do plural (e não singular) ao longo deste trabalho se dá, entre outros aspectos, pela crença de que o saber do pesquisador (individual) passa também pelo constructo coletivo, materializável por outras mãos, como os diversos autores lidos, professores, colegas etc.

[...] uma linguística que não deseje o isolamento entre produções verbais e seus produtores e os ambientes nos quais eles circulam levará em conta, entre outras coisas (cultura, história, meio social, idade, gênero, etc.), o parâmetro moral. Essa consideração dirá respeito tanto aos falantes e aos enunciados que constituem os objetos do pesquisador, quanto a sua própria *subjetividade inegável e ineliminável*, em ação na escolha dos objetos, na coleta dos dados, na construção do *corpus*, na análise dos enunciados. (PAVEAU, 2015, p. 43, grifo nosso).

Sem querer entrar no mérito dessa discussão, que está longe de um consenso no meio acadêmico, optamos, então, neste trabalho por tentar equilibrar essa relação estabelecida entre o pesquisador e o necessário “rigor teórico” no trato com o objeto. Nesse sentido, já no recorte do *corpus*, adotamos alguns critérios quantitativos para escolha das *fn*, mas sem desconsiderar a percepção (qualitativa) do “eu pesquisador”, com sua bagagem histórica, social e/ou cultural, no refinamento dessa seleção em termos de temática.

Além da vivência do “eu pesquisador”, inafastável e naturalmente subjetiva, a escolha das falas analisáveis deve se orientar por alguns quesitos teóricos, em nosso caso postulados pela AD. No que diz respeito ao que propomos, por exemplo, a importância da Semiolinguística se faz presente na própria constituição do *corpus*, uma vez que trabalhamos, inicialmente, com a hipótese de um sujeito relativamente autônomo, e isso interfere já na escolha do objeto empírico. Para Charaudeau (2011), se partíssemos da premissa de um sujeito sobredeterminado<sup>99</sup>, o *corpus* seria formado por um conjunto de textos-arquivo selecionáveis pelo seu valor de discurso dominante, geralmente ligados a uma instituição social e baseados em produções languageiras com valor de discurso fundador. Dessa forma, comporiam fonte de consulta para formação do *corpus* textos-arquivo oriundos de enciclopédias, dicionários e/ou produções discursivas extraídas de grupos já constituídos, como sindicatos, partidos políticos etc., o que não é o nosso caso.

#### **4.9.2 A escolha do *corpus*: da coleta de dados à representatividade**

Tendo em vista nossa proposta sob a ótica discursiva, que procura investigar questões envolvendo o espaço público e os (novos) *media*, o *corpus* deve ser constituído por um conjunto de elementos denominados “signos-sintomas”, representantes de sistemas de valores presentes na sociedade (CHARAUDEAU, 2011). Tais signos, diz o autor, podem ganhar corpo na forma

---

<sup>99</sup> Segundo observa Charaudeau, o sujeito aqui não passaria de uma “ilusão”, sobredeterminado pelo que Pêcheux chama de “pré-construído” das “formas discursivas”.

de palavras (“racismo”, “imigração”, “solidariedade” etc.), de termos reveladores de maneiras do dizer, como, por exemplo, “purificação étnica”; no entanto, podem ser também signos icônicos, encenações com imagens que servem de referência para estudo dos mais diversos tipos de representações. De acordo com Charaudeau, o *corpus*, nesse caso, é de ordem interdiscursiva, “[...] mas poderia incluir outros componentes na medida em que é possível aventar a hipótese de que os diferentes elementos de uma situação de comunicação (identidades, finalidade, dispositivos) estão igualmente imersos em valores e ideologias” (CHARAUDEAU, 2011, p. 13).

No que diz respeito ao nosso *corpus* em si, temos como proposta uma análise que perpassa três etapas, momentos metaforicamente comparáveis a uma ampulheta (relógio de areia), em que 1) partimos de um certo número (mais amplo) de elementos analisáveis; 2) ocupamo-nos, em seguida, do “gargalo desse relógio” para uma análise intermediária (mais detalhada); e, por fim, 3) resgatamos os elementos iniciais (e intermediários) para um tratamento analítico mais abrangente, autoral e conclusivo.

Trocando em miúdos, partimos das eleições presidenciais no Brasil, em 2018, para constituir uma amostra das principais *fn* (24 ao todo) circuláveis no primeiro e segundo turnos do pleito, uma seleção que se baseou em apontamentos feitos pelas principais agências de checagem atuantes no País<sup>100</sup>. Os critérios iniciais desta fase, advindos das próprias agências, são predominantemente quantitativos, fator de importância ímpar na nossa pesquisa, dentre outros aspectos, por possibilitar pensarmos no potencial de engajamento dessas *fn*. Isso com o intuito de estimar, por meio da “audiência”, principalmente, possíveis impactos (ou efeitos) que tais narrativas poderiam desencadear no comportamento e interesse das pessoas, o que pode resultar em engajamentos.

Ainda nesta primeira etapa, procuramos refletir, de maneira mais abrangente, sobre a totalidade das *fn* selecionadas envolvendo os dois principais candidatos<sup>101</sup>, isso com o propósito de analisar alguns elementos, preliminarmente, e identificar outros passíveis de serem explorados

---

<sup>100</sup> Escolhas feitas com base em informações respaldadas por agências de checagem, isoladamente, ou por meio do *Comprova*, projeto de verificação de notícias com 24 veículos de comunicação brasileiros. O projeto é liderado pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e pelo laboratório de pesquisa *First Draft News*, vinculado à Universidade de Harvard. Disponível em: <https://tinyurl.com/Comprova>. Acesso em: 07 jul. 2019.

<sup>101</sup> Escolhidos com base em pesquisas de intenções de votos.

num segundo momento. Paralelamente, procedemos uma categorização das temáticas recorrentes nessas *fn* para estabelecer um *subcorpus*, mais enxuto e representativo, a ser analisado na segunda etapa. Este recorte é o momento em que agrupamos tais temáticas em conjuntos menores por um critério de aproximação semântica.

Buscamos aprofundar a nossa investigação em termos analítico-discursivos na segunda fase da pesquisa, o “gargalo da ampulheta”, um afinamento de ordem qualitativa, principalmente, tomando como referência o *subcorpus* semanticamente extraído da etapa anterior. A partir, então, desse (re) agrupamento semântico das *fn* mais recorrentes, e de sua análise, acreditamos que seja possível entender, de maneira mais assertiva, particularidades de algumas das construções narrativas exploradas em 2018, sob a “roupagem” das notícias falsas.

Indo um pouco além, acreditamos que esse tipo de procedimento, como o de “aproximação semântica”, coincide com a ideia de constituição do *corpus* a partir de “signos-sintomas”, proposta anteriormente por Charaudeau (2011), ou seja, a partir de elementos capazes de representar certos sistemas de valores presentes na sociedade. No caso desse nosso *subcorpus*, de ordem interdiscursiva, tais signos ganham destaque duplamente, ou seja, na sua dimensão verbal (palavras e/ou fórmulas reveladoras de maneira do dizer) e, em função do hibridismo dos novos *media*, também na forma de signos icônicos (encenações com imagens).

Na terceira fase, mais autoral, reunimos elementos das etapas anteriores para (re)discutir especificidades das *fn* analisadas, mas retomando o caráter de abrangência da pesquisa. É este o momento em que problematizamos, em tom conclusivo, questões relacionadas à dimensão ética, aos impactos dessas construções narrativas no espaço público como um todo e a esfera da subjetividade, priorizando elementos externos aos enunciados em si. Por fim, esta etapa da análise se torna propícia também para situarmos o nosso objeto e sua importância em uma problemática mais geral, envolvendo inquietações típicas do momento sócio-histórico em que vivemos, dentro e fora do País.

Importante salientar que, longe de querer chegar a uma exaustividade das nossas possibilidades analíticas<sup>102</sup>, encaramos os nossos *corpora* como “parciais e abertos”. Isso quer dizer que, em alguns momentos, esses *corpora* são tidos como o objeto de estudo em si e, noutros casos, como

---

<sup>102</sup> Para muitos, a hipótese da exaustividade do *corpus*, velho sonho positivista, não se sustenta mais (CHARAUDEAU, 2011, p. 2).

uma ferramenta capaz de fomentar discussões outras num contexto mais amplo, como observa Charaudeau (2011).

#### 4.9.3 Ferramentas de apoio e suportes mediadores

Conforme sinalizamos anteriormente, tanto a coleta de dados, quanto a análise dos nossos *corpora* demandam uma relação de equilíbrio entre elementos quantitativos e qualitativos, isso em função da heterogeneidade dos nossos objetivos de pesquisa, da complexidade do objeto em si e dos próprios suportes de sua veiculação. No que diz respeito a essa questão do tratamento do *corpus*, se quantitativo e/ou qualitativo, Charaudeau nos diz que se o interesse do pesquisador não se restringe ao sentido das palavras, mas a seus efeitos em situação de uso, ou seja, as palavras como fator de influência social, deve-se ter em mente que:

1) a importância e o impacto de uma palavra (isto é, o efeito de sentido) não estão necessariamente ligados à sua recorrência [...] O impacto das palavras não obedece necessariamente a um critério quantitativo. O importante é que se inscrevam numa certa rede discursiva e que façam eco a um sistema de expectativa mais ou menos consciente. [...] 2) o sentido das palavras, como sabemos, é plural. Não somente por sua polissemia, mas também porque adquirem, segundo os contextos linguístico, paratextual e interdiscursivo, o que poderíamos chamar de uma “polidiscursividade”. E isso é muito difícil de medir quantitativamente. (CHARAUDEAU, 2011, p. 17-18).

Trazendo esse raciocínio para a pesquisa que realizamos, entendemos que o nosso interesse coincide com aqueles mencionados pelo autor, na medida em que almejamos estudar o sentido e os efeitos não somente das palavras, mas do conjunto de elementos não verbais capaz de exercer alguma influência social. No que se refere à importância do elemento quantitativo, temos a acrescentar que nosso objeto demanda a observação desses aspectos de uma maneira especial, uma vez que as *fn* ganham notoriedade, principalmente, em função de suas métricas, da recorrência de certos termos, palavras e/ou até imagens. Evidentemente, como sinalizamos anteriormente, essa busca pelo quantitativo não minimiza a importância do aspecto qualitativo, pelo contrário, acaba complementando-o numa relação de equilíbrio salutar, e fundamental, ao desenvolvimento da análise.

Com o intuito, então, de instrumentalizar, quantitativamente, o nosso estudo, e a própria constituição dos *corpora*, valemo-nos de alguns importantes expedientes metodológicos. O primeiro desses recursos está na amostra inicial das *fn* analisáveis, já que um dos critérios utilizados pelas agências de checagem diz respeito ao volume de compartilhamentos,

visualizações, comentários etc., ou seja, às métricas. Esses dados já são contemplados na maioria das plataformas que veicula tais conteúdos, mas podem ser obtidos também por meio de inúmeras ferramentas específicas de monitoramento, gratuitas ou não, como é o caso da *Netvizz*<sup>103</sup>.

Incorporamos ainda a esse olhar voltado às métricas, o uso de uma ferramenta de pesquisa (por palavras-chave) do *Google*, o *Google Trends*<sup>104</sup>. Isso com o intuito de estimar, por meio da “audiência”, possíveis impactos (ou efeitos) das *fn* na instância receptora, bem como estabelecermos, sempre que necessário, um contraponto quantitativo com assuntos outros, impactantes<sup>105</sup>, veiculados pela mídia tradicional.

No que diz respeito ao suporte de veiculação das *fn*, torna-se igualmente válido ressaltar que não nos prendemos a uma ou outra rede social, em específico, como critério de relevância na análise. Nesse caso, como temos um interesse maior pela temática em si, são as próprias narrativas que vão conduzir o nosso olhar, com base em sua robustez em termos quantitativos e qualitativos, no sentido de priorizar esta ou a aquela rede social ou, às vezes, mais de uma.

Podemos adiantar, no entanto, que a maior incidência das *fn* analisadas está no *FB* e em grupos de *WhatsApp*, principalmente. No que se refere ao *FB*, o nosso estudo busca possíveis interpretativos nos perfis e *posts* (de maior audiência) e em toda uma vizinhança discursiva.

Com o objetivo de levar mais didatismo e clareza à nossa proposta, elaboramos dois *designs* de pesquisa que ilustram um pouco do que queremos com este trabalho, metodológica e teoricamente. No primeiro esquema, mostramos um percurso teórico-metodológico para a análise das *fn*. No segundo esquema, a ideia está centralizada na investigação em torno do sujeito que pode ser engendrado a partir desse universo discursivo da pós-verdade.

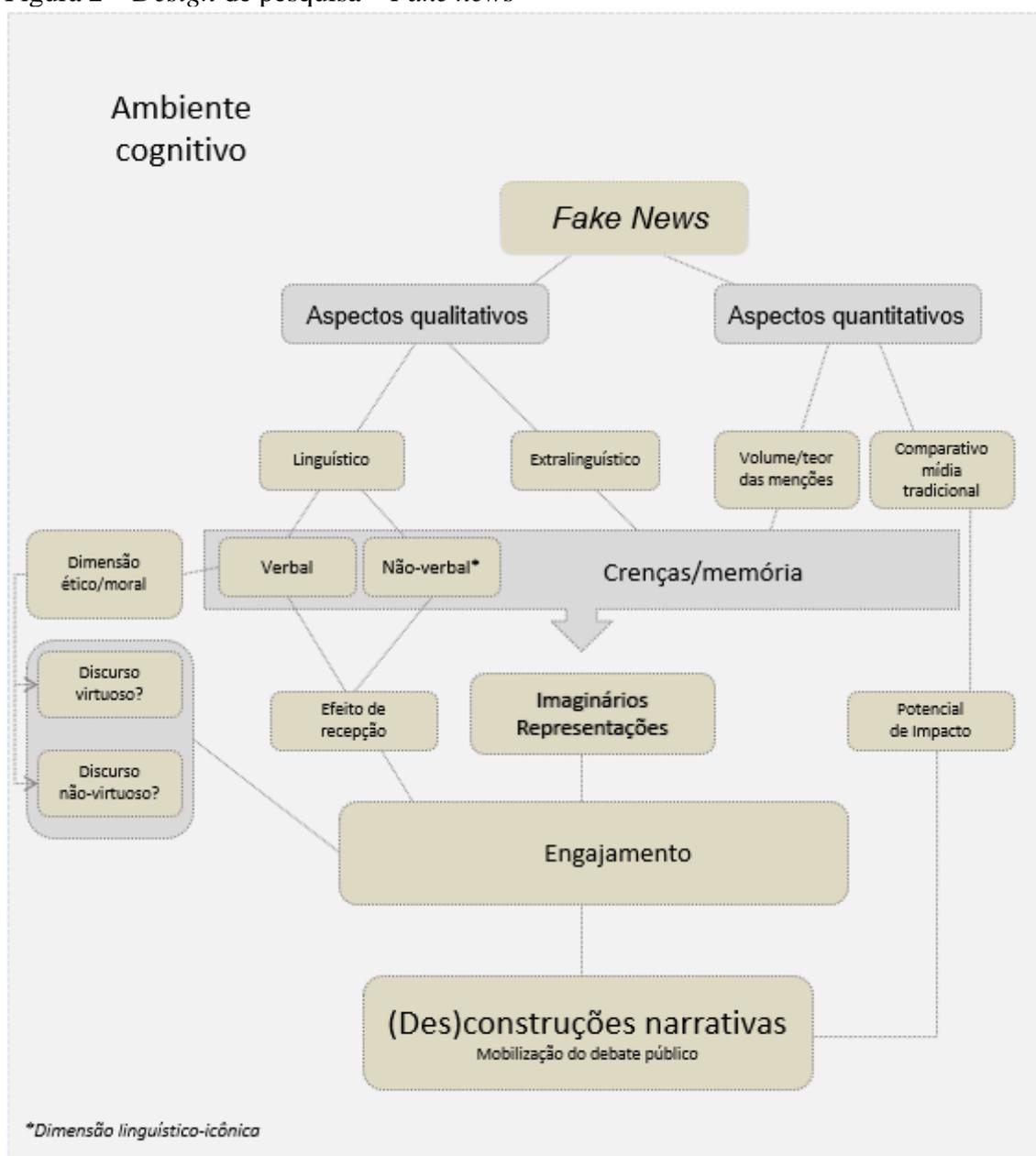
---

<sup>103</sup> Criada pelo professor Bernhard Rieder, da Universidade de Amsterdam, a *Netvizz* é uma ferramenta (API) que permite a extração de dados do *FB*, como *posts*, comentários, compartilhamentos etc.

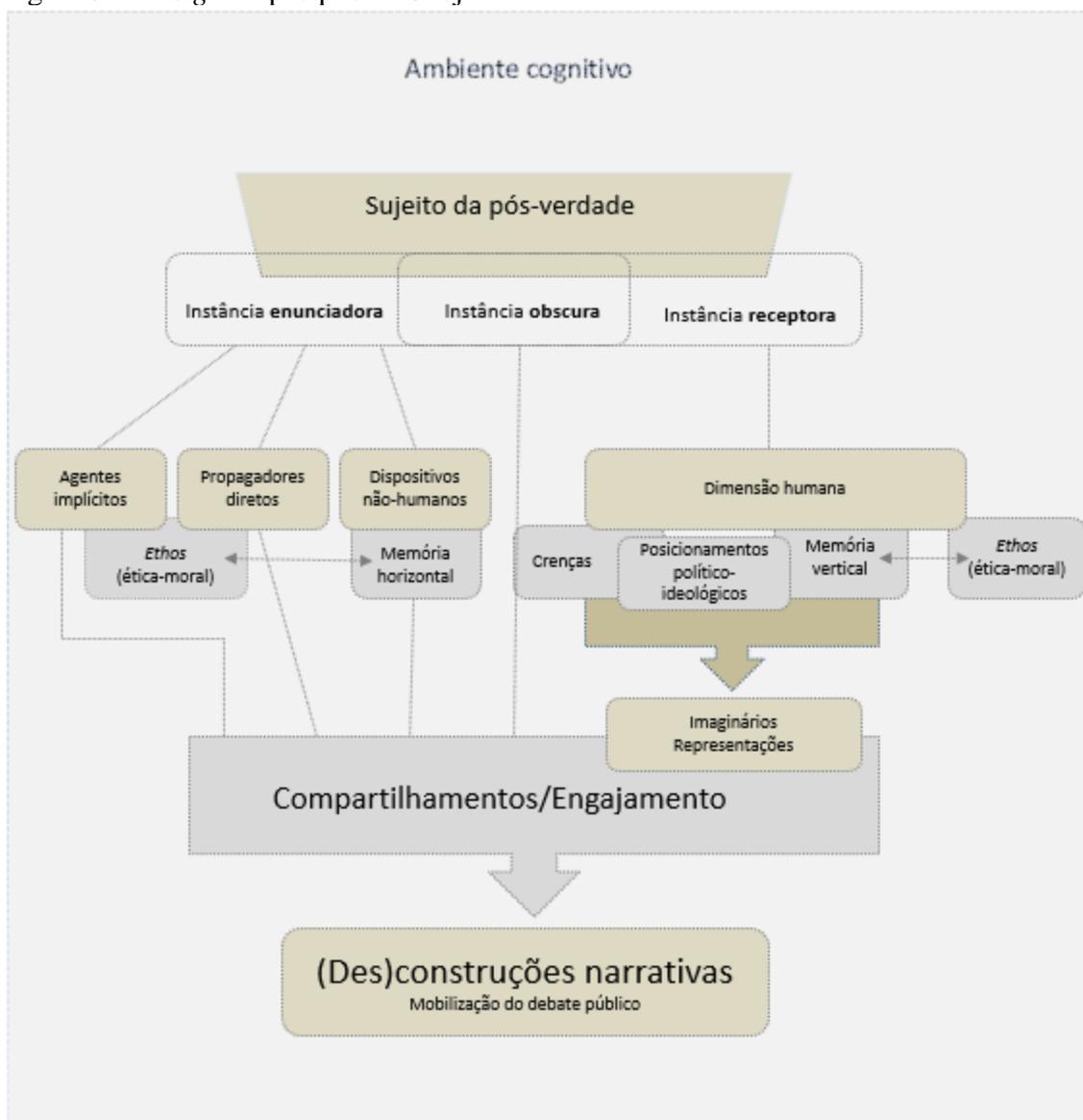
<sup>104</sup> Ferramenta utilizada para pesquisa de palavras-chave no *Google* num determinado intervalo de tempo.

<sup>105</sup> Como contraponto quantitativo, escolhemos inicialmente como notícia de impacto o episódio em que Bolsonaro sofre uma suposta facada, em meio à disputa presidencial. Assunto a ser explorado mais adiante.

Figura 2 – Design de pesquisa – Fake news



Fonte: Elaborada pelo autor.

Figura 3 – *Design* de pesquisa – Subjetividade

Fonte: Elaborada pelo autor.

#### 4.9.4 O episódio da facada como parâmetro de audiência

A partir do momento em que optamos por estimar efeitos (de recepção) capazes de ser mobilizados pelas *fake news*, por exemplo, de certa forma, atrelamos o nosso objeto de estudo a dados quantitativamente mensuráveis. De acordo com Gomes (2004), podem ser considerados “[...] estudos dos efeitos aqueles que procuram medir o impacto que os meios de comunicação têm sobre a audiência, em geral procurando classificar o poder dos meios em termos de *minimal effects* ou *maximal effects*” (p. 15). A natureza quantitativa do estudo se mostra importante ainda para a própria composição do *corpus*, como veremos em mais detalhes nos parágrafos seguintes.

Conforme sinalizamos antes, estabelecemos um contraponto – de importância quantitativa e qualitativa –, no caso uma notícia amplamente divulgada pela mídia tradicional, para estimarmos comparativamente o potencial de alcance e visibilidade das *fn* analisadas neste trabalho.

Tal ideia nasceu, principalmente, considerando-se ao menos dois importantes aspectos coincidentes com situações em que determinadas informações acabam alcançando grande exposição na mídia, de uma maneira geral. O primeiro desses elementos diz respeito ao potencial qualitativo de certos acontecimentos despertarem o interesse e a curiosidade das pessoas a ponto de mobilizarem, de alguma forma, a própria opinião pública. O segundo aspecto reside justamente na possibilidade de mensuração objetiva dessa repercussão, prática já comum na mídia tradicional (no caso a *off-line*) para se conhecer a audiência do que se é veiculado.

Em nosso caso, imergidos em um peculiar cenário de disputa político-eleitoral, um dos principais parâmetros para a nossa pesquisa foi a notícia, e seus desdobramentos, em torno de um suposto atentado<sup>106</sup> sofrido pelo então presidencial Jair Bolsonaro. O candidato fora vítima de uma facada, dia 06/09/2018, durante sua campanha em primeiro turno. No que diz respeito à importância qualitativa do acontecimento, muitos analistas consideraram que tal episódio foi fundamental para que Bolsonaro tivesse impulsionadas as intenções de votos a seu favor naquele momento, o que poderia ser determinante para a sua posterior eleição.

Estas expectativas foram nutridas logo nas primeiras reações ao fato, ao ponto do filho do candidato do PSL afirmar em entrevista: “vocês acabaram de eleger o presidente, vai ser no primeiro turno”. O mercado financeiro se moveu no mesmo sentido, o índice Ibovespa, já em alta antes do fato, acelerou seu crescimento e o dólar finalizou a semana em baixa de 0,95%, cotado a R\$ 4,1042 para venda (VIEIRA; BARBABELA; FERES JR., 2018).

---

<sup>106</sup> Utilizamos eventualmente o termo "suposto" (ou suposta) ao se referir ao atentado (ou facada) por ser o assunto objeto de polêmica no que se refere à sua versão oficial, veracidade (ou não). A título de exemplo acerca do impasse, sugerimos ver o documentário "Bolsonaro e Adélio - Uma fakeada no coração do Brasil", conduzido pelo repórter investigativo Joaquim de Carvalho. Disponível em: <https://tinyurl.com/atentadoJB>. Acesso em: 19 dez. 2020.

Instigados por essa possibilidade, alguns pesquisadores do *Manchetômetro*<sup>107</sup> estudaram a cobertura feita por alguns dos principais veículos de mídia brasileiros<sup>108</sup> logo após o acontecimento, ou seja, entre os dias 08 e 11 de setembro de 2018. Nesse sentido, os analistas procuraram investigar se os efeitos no âmbito da candidatura de Bolsonaro poderiam ser enquadrados a partir de uma perspectiva do “efeito tragédia”, em que é construída uma narrativa favorável à condição de vítima, ou ainda, sob a ótica do chamado “efeito de mídia”, situação em que pode ser ampliada a exposição do então candidato em função do atentado.

Analisando, então, as mais diversas abordagens no período, os pesquisadores destacaram que não foi possível, num primeiro momento, detectar o clássico “efeito tragédia”, com narrativas que pudessem ser benéficas ao candidato como uma vítima. Isso sugere que houve uma cobertura com tendência mais neutra por parte dos veículos estudados, com incidências de momentos circunstanciais contrários e favoráveis ao presidencial.

Os estudiosos observam, no entanto, que o episódio do atentado favoreceu o então candidato Bolsonaro no sentido de lhe proporcionar maior destaque e exposição na cobertura midiática. Nesse caso, tem-se algo próximo do “efeito de mídia”, situação em que Bolsonaro acabou ocupando a pauta principal do noticiário por um bom período de tempo, o que lhe proporcionou “[...] tempo de TV com espaço para externar suas posições sem que elas fossem submetidas a críticas, situação que não aconteceria na cobertura regular de campanha” (VIEIRA; BARBABELA; FERES JR., 2018).

Se considerarmos o aspecto quantitativo, os pesquisadores relatam que os veículos estudados deram ampla cobertura ao atentado, especialmente nos cinco primeiros dias após o ocorrido. De forma resumida, os dados do *Manchetômetro* mostram, por exemplo, que o jornal *Folha de S.Paulo* pautou o episódio, já no dia 7 de setembro, com 29 textos, sendo dois editoriais. Em O Globo, o assunto esteve presente em 18 textos, três deles em editoriais. Dos jornais que menos abordaram o tema, o *Estado de S.Paulo* registrou 15 entradas, entre as quais, três em editoriais. Já no telejornal da *TV Globo*, o então presidencial do Partido Social Liberal (PSL) foi citado

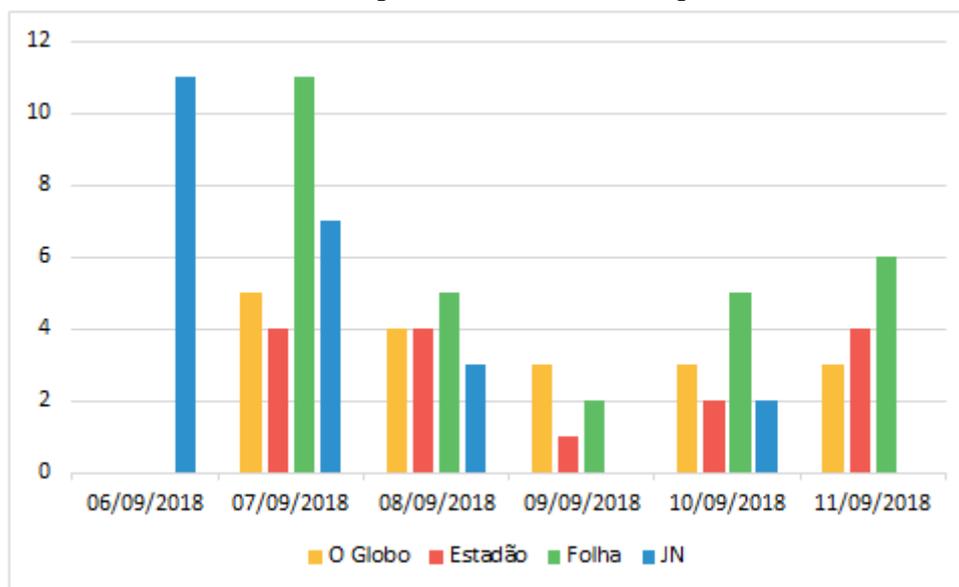
---

<sup>107</sup> O *Manchetômetro* é um site de acompanhamento da cobertura da grande mídia sobre temas de economia e política produzido pelo Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (LEMEP), vinculado à Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Disponível em: <https://tinyurl.com/faca-eleicao>. Acesso em: 19 set. 2019.

<sup>108</sup> De acordo com o *Manchetômetro*, a análise da cobertura do atentado foi feita a partir dos jornais impressos de maior circulação nacional – *Folha de S.Paulo*, *O Globo*, *Estado de S.Paulo* – e do *Jornal Nacional*, programa noticioso televisivo de maior audiência do país.

em quatro das cinco edições entre os dias 8 e 11 de setembro, totalizando 3.255 segundos sobre o então candidato, distribuídos em 23 matérias (GRÁFICO 1).

Gráfico 1 – Cobertura diária, pós-facada em JB, em quantidade de textos/inserções

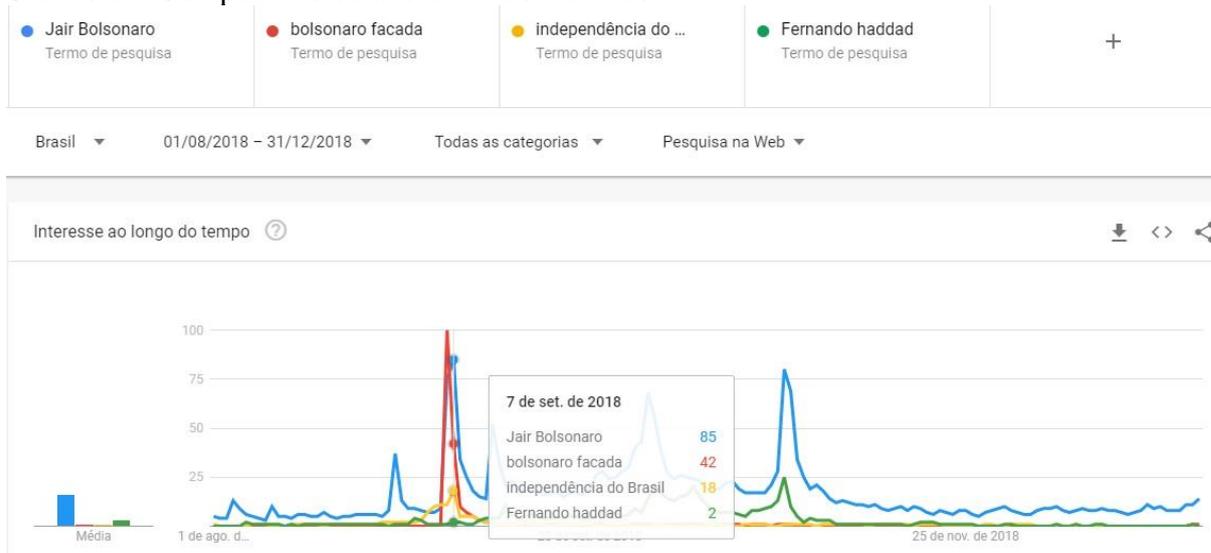


Fonte: *Manchetômetro* (2018).

Ainda dentro da investigação métrica em torno de tal acontecimento, fizemos um levantamento utilizando a ferramenta *Google Trends*, com o objetivo de termos uma ideia, em termos quantitativos, da repercussão do atentado na internet. Como a suposta facada aconteceu na véspera da data em que se comemora a “Independência do Brasil” – 7 de setembro<sup>109</sup> –, utilizamos tal termo para estabelecer um parâmetro quantitativo com as palavras-chave “Jair Bolsonaro”, “Bolsonaro facada” e também “Fernando Haddad” – candidato em segundo lugar nas pesquisas naquele momento. Atentemos para o Gráfico 2.

<sup>109</sup> As comemorações de 7 de setembro são importantes por virem associadas à ideia de independência, luta, patriotismo e construção da identidade do povo brasileiro. Disponível em: <https://tinyurl.com/7-setembro>. Acesso em: 03 out. 2019.

Gráfico 2 – Comparativo de audiência do atentado



Fonte: Dados da pesquisa com base na ferramenta *Google Trends* (2018).

Como pode-se perceber, as buscas na *web* pelas palavras-chave anteriormente elencadas mostram, em uma ordem de grandeza, que os termos “Jair Bolsonaro” (85) e “Bolsonaro facada” (42) tiveram uma procura muito acima a dos termos “Fernando Haddad” (2) e do emblemático “Independência do Brasil” (18) no dia 7 de setembro<sup>110</sup>. Isso mostra, entre outros aspectos, a visibilidade alcançada pelo episódio da facada e a curiosidade das pessoas em pesquisar mais sobre o tema naquele momento. Considerando que o termo “Jair Bolsonaro” já pode carregar em si o interesse do público pelos desdobramentos do atentado, como a saúde do presidenciável, punição do culpado etc., podemos dizer que o atentado representou um “divisor de águas” para o candidato. O próprio gráfico nos mostra essa tendência, se compararmos as buscas anteriores ao acontecimento e o período imediatamente posterior.

<sup>110</sup> Os gráficos no *Google Trends* não trazem números absolutos, pois os dados são normalizados e apresentados numa escala que vai de zero a 100. Fonte: *Google Trends: understanding the data. How to interpret Trends results*. Disponível em: <https://bitly.com/sfFCv>. Acesso em: 16 mai. 2020.

## 5 FALA, *CORPUS*!

Como antes sinalizado, partimos de uma análise mais ampla de algumas *fn*, veiculadas entre o primeiro e o segundo turno das eleições presidenciais de 2018, elencadas como relevantes pelas principais agências de checagem atuantes no país naquela ocasião. Lembrando que as Eleições Gerais de 2018 no Brasil ocorreram no dia 7 de outubro, em primeiro turno, e também no dia 28 de outubro, o segundo turno<sup>111</sup>. Em um primeiro momento, destacamos como importantes aspectos, predominantemente quantitativos, dessas notícias falsas, mas que traziam temáticas ligadas, de alguma forma, a um dos dois presidenciais mais bem posicionados nas pesquisas.

### 5.1 SELEÇÃO E PARÂMETROS MÉTRICOS

Com base nos critérios anteriormente mencionados, buscamos analisar assuntos relacionados aos candidatos Jair Bolsonaro, da (extrema) direita e de proposta mais conservadora; e Fernando Haddad, considerado de esquerda e/ou de matriz progressista (QUADROS 2 e 3).

Quadro 2 – Relação de *fake news* no primeiro turno

<i>Fake news</i> ( <i>fn</i> )	Data	Assunto	Impressões quantitativas <sup>112</sup>
<i>fn-01</i>	30 ago. 2018.	Imagem de traficantes com cartaz sobre Bolsonaro	33,8 mil
<i>fn-02</i>	06 set. 2018.	Bolsonaro entrou andando no hospital após ser atacado	10 mil
<i>fn-03</i>	17 set. 2018.	Ato pela saúde de Bolsonaro em Campinas	238,3 mil
<i>fn-04</i>	18 set. 2018.	TSE deu códigos das urnas eletrônicas para os venezuelanos	78,4 mil
<i>fn-05</i>	18 set. 2018.	Guiné Equatorial recebeu do BNDES e Lula perdoou	57,2 mil
<i>fn-06</i>	24 set. 2018.	Haddad convida Jean Wyllys para ser ministro da Educação	219,8 mil
<i>fn-07</i>	24 set. 2018.	Haddad diz que estado decide se crianças serão meninos ou meninas	51,8 mil
<i>fn-08</i>	24 set. 2018.	Mamadeiras eróticas distribuídas em creches	92 mil
<i>fn-09</i>	25 set. 2018.	Homem com camiseta do Brasil apanha por usar adesivos de Bolsonaro	24,2 mil
<i>fn-10</i>	29 set. 2018.	Manifestação do #elesim em Copacabana	90,9 mil
<i>fn-11</i>	03 out. 2018.	Apresentador Datena apoiando Bolsonaro	35,3 mil
<i>fn-12</i>	06 out. 2018.	Vice de Bolsonaro propôs confisco de poupanças	33 mil

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em informações levantadas por agências de checagem.

<sup>111</sup> Disponível em: <https://bit.ly/3EVdtAV>. Acesso em: 18 ago. 2020.

<sup>112</sup> Utilizamos inicialmente como parâmetro quantitativo, e exemplificativo, números de compartilhamentos expressivos em alguns perfis e/ou páginas do *FB*.

Quadro 3 - Relação de *fake news* no segundo turno

<i>Fake news</i> ( <i>fn</i> )	Data	Assunto	Impressões quantitativas <sup>113</sup>
<i>fn-13</i>	10 out. 2018.	O “kit gay” para crianças de seis anos distribuído nas escolas	63 mil
<i>fn-14</i>	11 out. 2018.	Bolsonaro pretende mudar a padroeira do Brasil	Muito disseminada
<i>fn-15</i>	13 a 16 out. 2018.	Haddad defende incesto ou legalização da pedofilia	Muito disseminada
<i>fn-16</i>	17 out. 2018.	Bolsonaro e o câncer que estaria sendo mantido em sigilo há meses	12 mil
<i>fn-17</i>	21 out. 2018.	Bolsonaro recebeu diagnóstico de câncer	12 mil
<i>fn-18</i>	22 out. 2018.	Haddad comemorou queda das torres gêmeas em aula na USP	11 mil
<i>fn-19</i>	23 out. 2018.	Amelinha Teles matou militares durante a ditadura	73 mil
<i>fn-20</i>	23 out. 2018.	Urnas no Amazonas estavam ‘preenchidas’ com votos para Haddad	Muito disseminada
<i>fn-21</i>	24 out. 2018.	Fraude em urnas apreendidas no Paraná	Muito disseminada
<i>fn-22</i>	24 out. 2018.	Quadrilha na Bahia tem relação com Haddad	Muito disseminada
<i>fn-23</i>	25 out. 2018.	PMs do Ceará entoando gritos pró-Bolsonaro	11 mil
<i>fn-24</i>	25 out. 2018.	Urna com defeito no teclado prova fraude eleitoral	206 mil

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em informações levantadas por agências de checagem.

Conforme sinalizamos no capítulo anterior, a primeira fase de nossa pesquisa, de natureza mais quantitativa, surgiu a partir da premissa de que as *fn* são “plantadas” com a finalidade de se promover e/ou massificar certas ideias (produtos?), buscando a adesão e/ou uma reação por parte da instância receptora. Como mencionamos no terceiro capítulo, esse tipo de estratégia muito se assemelha àquelas utilizadas por campanhas de *marketing* e propaganda tradicionais, que visam não somente convencer o consumidor a comprar determinado produto ou serviço, mas fidelizá-lo, levá-lo a um engajamento. Adaptando tal raciocínio a nosso objeto, entendemos que esse engajamento (ou audiência?) pode ser mensurado também pelo número de compartilhamentos que tiveram determinadas *fn*, o que justifica apresentarmos como um dos critérios (para as 24 *fake news* iniciais)<sup>114</sup> uma coluna com esses dados quantitativos (QUADROS 2 e 3)<sup>115</sup>.

Para alguns especialistas em *marketing* digital na atualidade, por exemplo, as chamadas métricas de engajamento “[...] refletem o envolvimento do público com suas postagens, seja

<sup>113</sup> Utilizamos a expressão “muito disseminada” para *fn* detectadas como quantitativamente relevantes pelas agências de checagem, mas quem não tiveram exemplos numéricos realçados, seja por sua pulverização em vários suportes, seja pela concentração em plataformas de difícil mensuração, como o *WhatsApp*.

<sup>114</sup> Chegamos ao número de 12 *fn* com base em dados de agências de checagem e em pesquisas suplementares, que nos permitiram acrescentar outras *fn* por critérios quantitativos e também de representatividade.

<sup>115</sup> Os números de compartilhamentos nesta coluna são exemplificativos apenas com base em períodos e/ou perfis específicos, ou seja, sem a pretensão de sugerir uma ideia de totalidade.

*comentando ou compartilhando*. Indicam que seus conteúdos são mais efetivos para *mover o público*” (DE SOUZA, 2020, grifos nossos). Enquanto os comentários e compartilhamentos são vistos como “posturas engajadas” do receptor, muito se tem falado no meio do *marketing* digital que visualizações de páginas (ou *views*), cliques e *likes* podem ser encarados como “métricas de vaidade”, por inflarem o ego, apenas, e não serem sinônimo de conversão em resultados palpáveis<sup>116</sup>.

Apesar de aparentemente não tão relevantes, acreditamos que essas reflexões sobre as métricas (e seus desdobramentos) são importantes para a seleção de elementos analisáveis em nosso estudo, bem como facilitar a compreensão acerca da construção etótica e possíveis impactos das *fn* na instância receptora (consumidora?). Sem querer minimizar a importância das chamadas “métricas de vaidade”, concentramo-nos, prioritariamente, num primeiro momento, nos compartilhamentos (explícitos e/ou dispersos) para depois chegarmos a alguns dos comentários nos *posts*, com o intuito de explorarmos o *corpus* mais qualitativamente. Ou seja, partimos das “métricas de engajamento” como um dos critérios para se estudar discursivamente as *fn*.

### **5.1.1 Imaginários e (re)agrupamentos semânticos: o despontar de um *subcorpus***

Retomando os procedimentos para se chegar a esta “segunda etapa” da nossa análise, destacamos a recorrência de elementos qualitativos, não previstos inicialmente na metodologia, mas que possibilitaram novo recorte no objeto. Estamos falando, nesse caso, da reincidência, nas *fn* selecionadas, de temáticas possíveis de ser agrupadas por aproximações semânticas, olhar que se torna facilitado, a nosso ver, se relacionarmos certas demandas da sociedade<sup>117</sup> a estratégias típicas do jogo eleitoral e à questão dos imaginários, por exemplo. Sob essa ótica, foi possível perceber que *fn* com assuntos supostamente diferentes carregavam, em comum, problematizações acerca de temáticas mais amplas, ou seja, enfoques distintos, mas abrigados sob um mesmo “guarda-chuva” semântico (GCS).

<sup>116</sup> Disponível em: <https://bit.ly/2C8PMut>. Acesso em: 18 mar. 2020.

<sup>117</sup> Referimo-nos aqui a “demandas sociais” (CHARAUDEAU, 2020) identificadas a partir de pesquisas de opinião que revelam, entre outros aspectos, certos anseios da sociedade com relação a temas econômicos e/ou comportamentais.

Quando mencionamos a importância dos imaginários para reunirmos semanticamente certos assuntos das *fn*, estamos falando da organização de saberes que estruturam representações sociais e são capazes de alcançar os mais variados grupos, inclusive, a nossa própria percepção como analistas do discurso. Essa ideia de organização dos saberes foi trabalhada por Charaudeau (2006) para ilustrar, em perspectiva interdisciplinar, uma das formas de sistemas de pensamento já discutidos em outras áreas (como a Filosofia, Sociologia, Antropologia, Psicologia etc.) serem incorporados também à AD. Para o autor, que desmembra a classificação dos imaginários de acordo com o saber mobilizado, o “imaginário discursivo” é o que nos permite identificar enunciados languageiros, aparentemente distintos, e reagrupá-los semanticamente, como é o nosso caso.

À medida que esses saberes, enquanto representações sociais, constroem o real como universo de significação, segundo o princípio da coerência, falaremos de “imaginários”. E tendo em vista que estes são identificados por enunciados languageiros *produzidos de diferentes formas, mas semanticamente reagrupáveis*, nós os chamaremos de “imaginários discursivos”. Enfim, considerando que circulam no interior de um grupo social, instituindo-se em normas de referência por seus membros, falaremos de “imaginários sociodiscursivos”. (CHARAUDEAU, 2006, p. 203, grifo nosso).

O Quadro 4, a seguir, ilustra um pouco essa percepção acerca da recorrência de narrativas similares do ponto de vista semântico, estrategicamente (ou não) trabalhadas em período eleitoral.

Quadro 4 – Agrupamentos de *fake news* por aproximação semântica

<i>Fake news</i> ( <i>fn</i> )	Assunto	Guarda-chuva (GC) semântico
<i>fn</i> -01	Imagem de traficantes com cartaz sobre Bolsonaro	Violência
<i>fn</i> -02	Bolsonaro entrou andando no hospital após ser atacado	Fraude/Armação
<i>fn</i> -03	Ato pela saúde de Bolsonaro em Campinas	Efeito manada
<i>fn</i> -04	TSE deu códigos das urnas eletrônicas para os venezuelanos	Ideologia
<i>fn</i> -05	Guiné Equatorial recebeu do BNDES e Lula perdoou	Ideologia
<i>fn</i> -06	Haddad convida Jean Wyllys para ser ministro da Educação	Gênero/Sexualidade
<i>fn</i> -07	Haddad diz que estado decide se crianças serão meninos ou meninas	Gênero/Sexualidade
<i>fn</i> -08	Mamadeiras eróticas distribuídas em creches	Gênero/Sexualidade
<i>fn</i> -09	Homem com camiseta do Brasil apanha por usar adesivos de Bolsonaro	Violência
<i>fn</i> -10	Manifestação do #elesim em Copacabana	Efeito manada

<i>Fake news (fn)</i>	Assunto	Guarda-chuva (GC) semântico
<i>fn-11</i>	Apresentador Datena apoiando Bolsonaro	Efeito manada
<i>fn-12</i>	Vice de Bolsonaro propôs confisco de poupanças	Fraude/Armação
<i>fn-13</i>	O “kit gay” distribuído para crianças de seis anos nas escolas	Gênero/Sexualidade
<i>fn-14</i>	Bolsonaro pretende mudar a padroeira do Brasil	Religião
<i>fn-15</i>	Haddad defende incesto e legalização da pedofilia	Gênero/Sexualidade
<i>fn-16</i>	Bolsonaro e o câncer que estaria sendo mantido em sigilo há meses	Fraude/Armação
<i>fn-17</i>	Bolsonaro recebeu diagnóstico de câncer	Fraude/Armação
<i>fn-18</i>	Haddad comemorou queda das torres gêmeas em aula na USP	Ideologia
<i>fn-19</i>	Amelinha Teles matou militares durante a ditadura	Ideologia
<i>fn-20</i>	Urnas no Amazonas estavam ‘preenchidas’ com votos para Haddad	Fraude/Corrupção
<i>fn-21</i>	Fraude em urnas apreendidas no Paraná	Fraude/Corrupção
<i>fn-22</i>	Quadrilha na Bahia tem relação com Haddad	Crime/Violência
<i>fn-23</i>	PMs do Ceará entoando gritos pró-Bolsonaro	Efeito manada
<i>fn-24</i>	Urna com defeito no teclado prova fraude eleitoral	Fraude/Corrupção

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em informações levantadas por agências de checagem.

A escolha desses termos, minimamente representativos, para os agrupamentos semânticos das *fn* não se deu por acaso. Baseamo-nos, entre outras observações, na tentativa de identificar estratégias típicas das disputas políticas que intencionassem, por exemplo, reforçar “estereótipos”, explorar o medo, aspectos negativos e/ou temas sensíveis, bem como artificializar certos efeitos (positivos) no público. Com isso chegamos, no âmbito dos assuntos envolvendo a esquerda (ou o presidenciável Haddad), às temáticas “Ideologia”<sup>118</sup>, “Violência”, “Gênero/Sexualidade” e “Fraude/Corrupção”. No que diz respeito aos assuntos relacionados a Bolsonaro, destacamos agrupamentos que poderíamos chamar de “Fraude/Armação”, “Efeito manada” e “Religião”.

Atentando inicialmente para as *fn* que dizem respeito a Haddad, das quais extraímos a nossa principal amostra para análise, percebemos (implicitamente ou não) a recorrência de enquadramentos temáticos nada novos ao se referir à esquerda, sobretudo no Brasil. Estamos

<sup>118</sup> Especificamente neste caso dos GCS, resumimos no termo “Ideologia” a ideia de se atribuir um *antiethos* ao adversário tendo como pano de fundo uma narrativa anti-comunista. A concepção *antiethos*, trazida inicialmente por Maingueneau (1995), é aqui entendida como “[...] modelos de comportamento que devem ser [...] rechaçados” (PASSETTI; MARECO; ARCINE, 2013, p. 130).

falando de uma prática já adotada há algum tempo no país, e visivelmente depois resgatada, de se associar a esquerda a “grupos perversos”, a “comunistas”<sup>119</sup> que querem invadir o país, perseguir os cristãos e as famílias, limitando seus direitos à propriedade e à liberdade, entre outras restrições.

Uma das versões hiperbólicas (e antigas) dessa narrativa anticomunista, por exemplo, alardeava que comunistas eram capazes de flagelar e comer crianças. Para o jornalista português Luís M. Faria, essa é uma ideia obsoleta, hoje vista como irônica e sem sentido, mas que guarda uma base histórica trágica e repetidora de mitos antigos. Para Faria (2015), a origem desse mito remonta um passado de fome em massa na China e na União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), entre outros países, que deu origem a surtos de canibalismo. Embora não fosse exclusividade desses dois países e/ou de uma época, ou sequer dos regimes comunistas, tal fenômeno foi apropriado, distorcido e ampliado pelos oponentes do socialismo marxista. Logo após a Revolução Russa, diz-nos Faria, “[...] em fóruns anticomunistas nos EUA e noutros países já se tornara relativamente comum ouvir a ideia de que os comunistas comiam bebês (*sic*)”. (FARIA, 2015) (FIG. 4).

Conforme observa Samways (2018), o chamado “anticomunismo” é um fenômeno que surge no século XIX, verificável tanto na Europa, quanto na América, e que esteve (está) presente não somente em discursos voltados a perseguição de comunistas, mas em uma conjunção de ideais em defesa da propriedade privada, principalmente. São movimentos que veem o comunismo como um empecilho e/ou ameaça à democracia, como um “amálgama do mal” a ser combatido. Para o autor, o imaginário<sup>120</sup> “anticomunista” ganhou força no Brasil em pelo menos dois momentos históricos distintos, ambos de ruptura democrática, que são as movimentações que levaram ao golpe militar de 1964 e, mais tarde, a partir de mobilizações que resultaram no afastamento da então presidente Dilma Rousseff, em 2016. Nos dois contextos, pondera Samways (2018), tem-se em comum o resgate de um inimigo, o “monstro comunista”, a chamada “ameaça vermelha” que “ganhou corações e mentes, levando ao medo e à paranoia”.

No que se refere ao cenário brasileiro que analisamos, vimos com Miguel (2018b), no Capítulo 2, que o resgate do discurso anticomunista constitui uma das principais vertentes responsáveis pela

<sup>119</sup> Percebe-se, no Brasil, um reducionismo no uso do termo “comunismo” e suas interpretações, que vem pejorativa e indistintamente associado a socialismo, marxismo etc. Apesar de cientes dessas dessemelhanças, não faz parte do escopo deste trabalho aprofundarmos a discussão em torno de tais concepções e/ou doutrinas.

<sup>120</sup> Se considerarmos Charaudeau (2006), estaríamos falando aqui de imaginário sociodiscursivo, já que estamos falando de saberes que circulam no interior de determinados grupos, instituindo-se normas de referência.

(re)ascensão da direita radical no país, juntamente com o chamado libertarianismo (ultraliberais) e o fundamentalismo religioso.

Nessa mesma linha, Reichel (2004) destaca que, a partir da chamada Guerra Fria entre EUA e URSS<sup>121</sup>, o comunismo tornou-se o substituto do nazismo como o inimigo a ser mundialmente combatido. No caso específico da imprensa brasileira, diz a autora, o comunismo passou, então, a ser representado como uma grande ameaça que a América Latina devia a todo custo combater. “Com um discurso demonizador, as notícias publicadas nos jornais contribuíram para que o comunismo se tornasse objeto de conflitos sociais e políticos e atuasse decisivamente na política interna e externa dos países latino-americanos.” (REICHEL, 2004, p. 189).

Figura 4 – Representações do comunismo na história



Fonte: adaptado a partir de imagens retiradas da Web.

Legenda: a) 1943 – Cartaz mostra criança aflita, com o monstro do comunismo por trás<sup>122</sup>.

b) 1947 – “Este é o amanhã – América sob o comunismo!”, capa de HQ, nos EUA.

Embora tenhamos mencionado, anteriormente, o termo “estereótipos”, bem como exposto perspectivas de autores que questionam a “sobriedade” de práticas tidas como “anticomunistas”,

<sup>121</sup> A Guerra Fria foi um período de constante tensão entre os EUA e a URSS que se estendeu entre o fim da Segunda Guerra Mundial (1945) e a derrubada do muro de Berlim (1990). Nessa “guerra”, estava envolvida a disputa pela liderança mundial entre dois sistemas econômicos e sociais opostos: o capitalismo (sustentado pelos EUA) e o comunismo (sustentado pela URSS). Disponível em: <https://tinyurl.com/propaganda-ideologica>. Acesso em: 12 nov. 2020.

<sup>122</sup> Em 1943, a Itália, sob o comando de Mussolini, lançou uma campanha para aterrorizar os italianos, com a ameaça de que as crianças podiam ser raptadas e levadas para a URSS. Disponível em: <https://tinyurl.com/comunistas-criancas>. Acesso em: 12 nov. 2020.

optamos por certo cuidado na escolha e nomenclatura dos grupos semânticos. E, nesse sentido, acreditamos que o caminho “mais neutro” passa, como já mencionamos, pela questão dos imaginários. Recorrendo a Charaudeau, vemos o autor propondo que, na condição de analistas do discurso, procuremos nos afastar de noções demasiadamente restritivas ou tendentes a fixar uma verdade, como o caso dos estereótipos e seus desdobramentos. Nesse sentido, a posição de Charaudeau (2017) consiste em:

[...] se desfazer de uma noção, o estereótipo, que é demasiado restritiva, uma vez que só é identificada por seu caráter de fixação de uma verdade que não seria provada ou que seria falsa. O imaginário não é nem verdadeiro nem falso. Ele é uma proposição de visão do mundo que se baseia nos saberes que constroem os sistemas de pensamento, os quais podem se excluir ou se sobrepor uns aos outros. Isso permite ao analista não ter que denunciar este ou aquele imaginário como falso. Não é esse seu papel. Seu papel consiste em ver como aparecem os imaginários, em qual situação comunicativa eles se inscrevem e qual visão de mundo eles testemunham. (CHARAUDEAU, 2017, p. 587).

Retomando a questão dos grupos semânticos, mais especificamente, nesse caso, os relacionados à esquerda (“ideologia”, “violência”, “gênero/sexualidade” e “fraude/corrupção”), procuramos, então, situá-los no âmbito dos imaginários, como sugere Charaudeau (2017). Para ilustrar (resumir) as percepções que nos levaram a identificar esses GCS, trazemos uma amostra (FIG. 5) de importantes imaginários impulsionados, sobretudo com o apoio da mídia, acerca da esquerda no Brasil em dois momentos distintos, décadas de 1960/70 e 2000/10.

Figura 5 – Representações do comunismo na imprensa brasileira (décadas de 1960-70)



Fonte: Adaptado a partir de imagens retiradas da *web*.

Legenda: a) Jornal *O Dia* exalta a questão dos “costumes” e desprezo pelo comunismo. 3 abr. 1964.

b) Marighella retratado como criminoso em capa da revista *Veja*. 20 nov. 1968.

c) Cartaz de guerrilheiros classificados como terroristas pela ditadura militar. (1970/71).

Tomando como referência os agrupamentos semânticos relacionados a “gênero/sexualidade” e à questão da “violência”, podemos perceber uma produção discursiva que reforça tais imaginários há mais tempo.

A matéria de capa do jornal *O Dia* (Fig. 5 a), por exemplo, destaca um movimento de “repulsa ao comunismo”, encabeçado, entre outros grupos, pelas famílias, em nome de Deus e pela liberdade. Ou seja, faz algum tempo que a esquerda vem sendo rotulada como inimiga das famílias, dos valores tradicionais e costumes tidos como mais conservadores, pretensão que hoje ganha novos contornos com as atuais pautas envolvendo uma agenda moral conservadora, principalmente a partir de questões relacionadas a gênero e/ou sexualidade<sup>123</sup>. No caso específico do cenário brasileiro nos últimos anos, o termo “agenda moral conservadora” é usado por Miguel (2018b), por exemplo, para se referir à estratégia de grupos fundamentalistas religiosos empenhados em “[...] reconquistar ao menos uma parte da base social *perdida* com as políticas de combate à miséria associadas ao PT”. (MIGUEL, 2018b, p. 21, grifo nosso).

Ainda dentro dessa temática, Miguel (2018b) observa que leituras fantasiosas acerca de supostos projetos comunistas em curso<sup>124</sup>, incorporadas, principalmente, por grupos voltados ao anticomunismo e ao reacionarismo moral, levam a crer que a “derrubada do capitalismo” e da “civilização ocidental” passa, por exemplo, “[...] pela dissolução da moral sexual convencional e da estrutura familiar tradicional. Afinal, ‘a família é a *cellula mater* da sociedade; se destruída, faz todo o edifício romper’”. (MIGUEL, 2018b, p. 22). A partir de ideias como essa, acrescenta o pesquisador, parlamentares de extrema-direita no Brasil sustentam narrativas e projetos contrários a qualquer iniciativa voltada à redução das desigualdades de gênero, por exemplo, sob a alegação de que estariam lutando contra a implementação de uma “ditadura comunista gay”.

No que diz respeito aos imaginários que remetem à violência, outro GCS, vemos claramente a esquerda estampada, hoje e no passado, em correlação com terroristas, crimes, atos de vandalismo e radicalização de uma maneira geral, extremismos que não seriam saudáveis às boas práticas dos ideais democráticos (FIG. 5 b; 5 c e 6 a; 6 c).

Dentro de outro GCS, que denominamos de “fraude/corrupção”, estariam temáticas relacionáveis a imaginários mais recentes que podem ser associados à esquerda no Brasil. Trata-se de episódios e construções narrativas que colocam o Partido dos Trabalhadores (PT), por exemplo, como

---

<sup>123</sup> Referimo-nos aqui ao conceito de gênero, oriundo do movimento feminista desde os anos 1970, entendido não como sexo biológico, mas como construções sociais baseadas nos sexos biológicos. Diante das atuais demandas sociais, essa noção serve como contestação a construções tendentes a rotular a capacidade das pessoas apenas com base nos costumes, ignorando suas propriedades biológicas. Disponível em: <https://tinyurl.com/ideologia-genero>. Acesso em: 12 out. 2020.

<sup>124</sup> Miguel (2018b) refere-se aqui a leituras “enviesadas” da obra do teórico e ativista político marxista Antonio Gramsci, encabeçadas, principalmente, pelo filósofo e astrólogo brasileiro Olavo de Carvalho.

responsável por comandar os “maiores esquemas de corrupção da história” do País, como deixa entender a capa da revista *Veja* (FIG. 6, b).

Figura 6 – Representações do comunismo na imprensa brasileira (décadas de 2000/10)



Fonte: Adaptado a partir de imagens retiradas da *web*.

Legendas: a) Revista *Istoé* (11 ago. 2017) associa PT à violência, radicalismo e ameaça à democracia.

b) Revista *Veja* (18 abr. 2012) vincula o PT ao “maior escândalo de corrupção da história”.

c) Revista *Veja* (2005) e *Folha de S. Paulo* (2010) associam o PT ao narcotráfico.

Por fim, vemos a questão ideológica em uma perspectiva mais ampla, remetendo a imaginários que podem englobar os outros anteriores, mas que se destacam por associar a esquerda, em nome da ideologia, a práticas contrárias aos verdadeiros interesses do país. E isso passaria, entre outros *modi operandi*, pelo desprezo à propriedade privada, a nações e símbolos capitalistas (Haddad

comemorando a queda das torres gêmeas) e parcerias nada patriotas com governos autoritários e/ou de esquerda, como seria o caso da Venezuela, de Cuba etc.

Em uma breve análise sobre o contexto político brasileiro, em 2018, Charaudeau (2019) vê as estratégias de JB enquadradas dentro do chamado discurso populista, caracterizado, entre outros aspectos, por promover a “diabolização de um culpado”, a fabricação de um bode expiatório que pode ser interior ou exterior. Para o autor, a figura desse culpado por uma situação de caos a que o povo estaria submetido, pode ganhar corpo na forma de um partido de oposição, dos comunistas e/ou marxistas e por aí vai. No caso da França, em um dado contexto, por exemplo, a União Europeia poderia ser vista como culpada exterior. “A extrema-direita e a esquerda-radical veem a UE como um alvo em comum, produzindo um discurso que é um pouco parecido. No Brasil, o PT poderia ser considerado um culpado interior”. (CHARAUDEAU, 2019).

No caso das *fn* relacionadas ao presidencial Bolsonaro, “fraude/armação”, “efeito manada” e “religião”, percebemos nelas algumas particularidades que as diferenciam das discutidas anteriormente, associáveis à esquerda. O primeiro aspecto a destacar, que retomamos mais adiante, é que boa parte das *fake news* sobre JB pode ser considerada favorável ao candidato da direita, como é o caso daquelas que criam o efeito de uma maioria de pessoas apoiando o presidencial, o que chamamos de “efeito manada”. Outra observação é a de que tal recurso foi utilizado como estratégia de campanha, tendo sido compartilhada pelos próprios apoiadores de JB, ou seja, o uso das *fn* como uma espécie de “fogo amigo”.

No que se refere à temática da “fraude/armação”, acreditamos que esse tipo de imaginário emerge em função, principalmente, de dúvidas surgidas em torno do atentado a Bolsonaro e também da ideia, igualmente difundida durante as eleições, de que os grupos de direita foram responsáveis pela maioria das *fn* espalhadas no período (FIG. 7 a; 7 b).

Figura 7 – Matérias da *Folha de S.Paulo* sobre disparos de *WhatsApp* nas eleições



Fonte: Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/>. Acesso em: 18 ago. 2020.

Legendas: a) Reportagem denuncia uso ilegal de *fn* nas eleições. 18 out. 2018.

b) Editorial da *Folha de S.Paulo* reforçando reportagem do dia anterior. 19 out. 2018.

Finalmente, temos o GCS da “religião”, em que podemos detectar uma tentativa de se fazer valer ou reforçar, por parte da esquerda, um imaginário de desconstrução de imagem do então candidato JB. Seguindo tal perspectiva, episódios que coloquem em xeque a integridade do presidencialável no quesito relacionado a crenças religiosas, acreditamos, podem comprometer uma construção de imagem alicerçada justamente em tais premissas. Vale lembrar, por exemplo, que JB teve apoio expressivo tanto de grupos evangélicos, quanto de segmentos importantes dentro da igreja católica, além de usar no próprio *slogan* de campanha “Deus acima de todos”.

## 5.2 DEMANDAS SOCIAIS E ENGENDRAMENTOS DISCURSIVOS

Antes de prosseguir na análise, gostaríamos de tecer alguns comentários sobre a situação de comunicação e outras particularidades associáveis ao nosso objeto de estudo. Nesse sentido, além de atentar para a questão das estratégias elaboradas com fins eleitorais, situamos o objeto num cenário de polarização política, o que nos faz refletir sobre a possibilidade de estarem sendo explorados os chamados discursos populistas<sup>125</sup>, como já chegamos a mencionar em outra parte da tese. No que se refere a essa abordagem, buscamos guarida no pensamento de Charaudeau (2020), que traz algumas observações sobre a conjuntura europeia, mas que nos “autoriza” adaptar suas reflexões ao que se passa no Brasil, por exemplo. Para o professor, que rejeita a ideia de uma análise estanque e universal, seja nas Ciências Sociais, seja nas Humanas,

<sup>125</sup> Antecipamos aqui parte de nossa análise, que identifica traços do discurso populista nas estratégias adotadas pelos grupos conservadores nas eleições de 2018. O assunto é mais bem explorado adiante.

uma investigação no âmbito da AD deve sempre levar em conta elementos socioculturais, o que pressupõe a necessidade de se adaptar determinadas categorias analíticas ao contexto em si.

No que se refere à narrativa considerada populista, Charaudeau (2020) nos diz que esse tipo de discurso, passível de ser utilizado tanto pela esquerda, quanto pela direita, aparece como uma variante estratégica do discurso político. Para o autor, mudanças recentes no posicionamento desses espectros políticos, sobretudo diante de (novas) demandas sociais, têm criado certos “efeitos de confusão” quando procuramos identificar discursos populistas mais alinhados à direita ou à esquerda. Considerando que Charaudeau traz essas inquietações a partir do contexto europeu, principalmente, procuramos adaptar parte dessas problematizações a nosso objeto de estudo, numa tentativa de resumir o que tratamos nesta pesquisa como esquerda e/ou direita.

Apesar de optarmos por um posicionamento diante dessa dicotomia entre direita e esquerda, para Barthes (2009, p. 165) uma “[...] oposição sempre ‘ultrapassada’”, entendemos que estamos lidando com noções historicamente carentes de significados fixos. Ou seja, são conceitos que passaram (e ainda passam) por deslocamentos diversos tanto do ponto de vista temporal, quanto sociocultural, o que talvez justifique esse “incômodo” de Charaudeau (2020) diante do que denomina “efeito de confusão”.

Com o intuito de adequar esses conceitos a nosso objeto de estudo, o que podemos, então, entender como “ser de esquerda” ou “ser de direita” na atualidade? Mesmo reconhecendo as variações desses significados ao longo do tempo, Roque (2020) acredita que a esquerda abriga hoje uma proposta mais voltada para o social, numa perspectiva que encara os problemas (ou suas resoluções) como sendo de ordem coletiva. A direita, por sua vez, diz a autora, apoia-se mais na centralidade do indivíduo, posição que acaba forçando uma naturalização de questões mais gerais, como as relacionadas à desigualdade social e/ou renda, por exemplo.

No entendimento de Pinto (2020), enquanto a esquerda aproxima-se mais de valores ligados ao igualitarismo, a direita defende a liberdade do indivíduo. Assim, para a esquerda, a igualdade aparece como um dos valores mais nobres que a sociedade deve buscar e, na mesma medida, a desigualdade seria o vilão a ser combatido. Por outro lado, a direita tem na “[...] liberdade individual o seu valor primordial e vê como um desafio tudo o que pode impedir essa liberdade” (PINTO, 2020, grifos nossos).

Ampliando um pouco mais a leitura desses termos, vemos hoje emergir uma “zona cinza”, de forma semelhante ao percebido por Charaudeau (2020), que acaba dificultando a compreensão de certas delimitações que deveriam existir entre as noções de direita e esquerda. Fala-se muito na atualidade, por exemplo, de indivíduos que podem ser vistos como conservadores, mas que se posicionam à esquerda ou, ao contrário, de liberais nos costumes que se definem como de direita. Acerca desse aparente imbróglio, envolvendo liberalismo e conservadorismo, Roque (2020) acrescenta que:

[...] a popularização desses termos surgiu no momento em que os valores ganharam muito espaço na vida política, quando observamos movimentos que desafiam os valores tradicionais e outros que são mais conservadores. Antigamente, os valores não entravam tanto no debate político. Era algo mais privado. Mas é possível que uma pessoa de esquerda, por exemplo, que acredita mais na sociedade, que tem como ideal a igualdade, tenha costumes mais conservadores. (ROQUE, 2020).

Se levarmos em conta o atual contexto brasileiro, podemos observar, de uma maneira geral, que as demandas sociais tendem a ter um caráter mais progressista (à esquerda) quando se fala de temas econômicos, mas se mostram conservadoras (à direita) diante de temáticas comportamentais (de onde emerge a questão dos valores). Em pesquisa do Instituto Datafolha (2014), vê-se que a maioria das pessoas defende, por um lado, maior intervenção do Estado na economia, o que sugere uma postura mais progressista. Por outro lado, se consideramos temas comportamentais, como a criminalidade e/ou religião, por exemplo, percebe-se uma resposta (demanda) mais conservadora da sociedade. No Gráfico 3, é possível perceber, a título de ilustração, que 86% dos entrevistados concordam que “acreditar em Deus torna as pessoas melhores”. Nessa mesma inclinação conservadora, 60% dos consultados acredita que “a maior causa da criminalidade é a maldade das pessoas” e não algo decorrente da falta de oportunidades iguais para todos, como defende a matriz progressista.

Gráfico 3 – Pesquisa *Datafolha* sobre espectro ideológico do eleitor brasileiro**O QUE PENSA O BRASILEIRO**

O agrupamento de eleitores no espectro ideológico foi feito conforme as respostas aos seguintes temas:

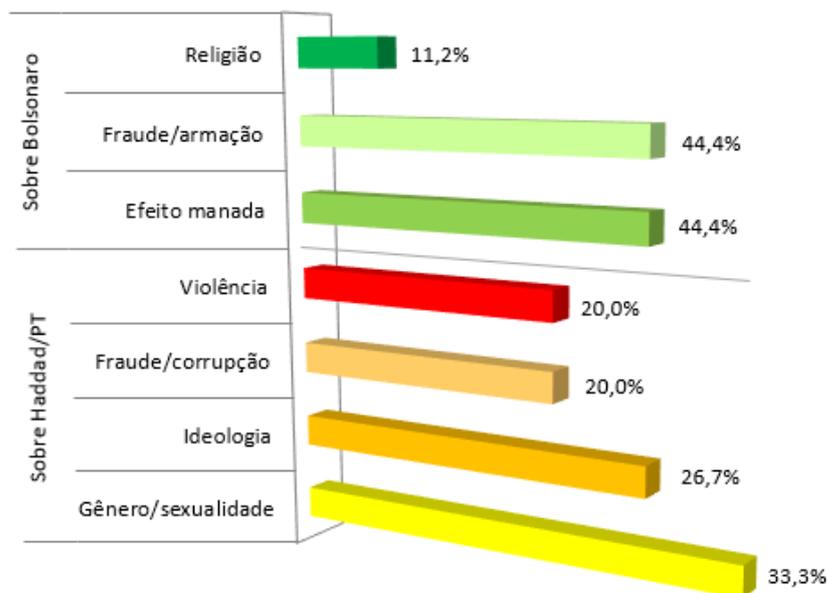
Fonte: *Datafolha*, 2014. (Houve alteração na ilustração com contornos em vermelho para fins didáticos).

Destacamos nesse momento a questão dos valores justamente porque essa foi uma das abordagens mais exploradas pelas *fn*, nos dois turnos, uma estratégia adotada pela direita que nos serviu de parâmetro inicial para um segundo recorte do *corpus*, cujo enfoque é proceder uma análise mais esmiuçada do objeto<sup>126</sup>. Conforme perceptível no Gráfico 4, vemos que, das 15 notícias falsas atacando diretamente a esquerda, cinco delas (33,3%) procuravam polemizar assuntos relacionados aos “valores da família tradicional”, aos “bons costumes” etc. Referimo-

<sup>126</sup> Dentro dessa temática envolvendo os valores, analisamos na próxima seção, de forma mais detalhada, *fn* que sustentam uma narrativa pejorativamente chamada de “kit gay”, alicerçada no GCS do “gênero/sexualidade”.

nos aqui a temáticas que, de alguma forma, remetem a problematizações em torno da questão do gênero e algumas de suas variantes semânticas<sup>127</sup>, como aspectos envolvendo orientação sexual e/ou sexualidade, pedofilia, incesto etc.

Gráfico 4 – Comparativo de *fn* por aproximação semântica



Fonte: Elaborado pelo autor.

Apesar de nos concentrarmos inicialmente, de forma mais particularizada, na temática envolvendo uma “agenda moral conservadora” que problematiza questões relacionadas a “gênero/sexualidade”, outros “achados semânticos” são paulatinamente resgatados ao longo da pesquisa, já que se mostram suficientemente importantes na sustentação do próprio argumento de análise.

Não podemos deixar de observar, por exemplo, que todas (100%) as notícias falsas da nossa amostragem podem ser consideradas desfavoráveis ao presidente Haddad, da ala mais progressista. Isso pode sinalizar, entre outros aspectos, que recorrer à pós-verdade e/ou a seus produtos, como as *fn*, tem sido algo mais amplamente explorado pelos grupos conservadores (de direita), o que já corresponde a um dado importante de ser incorporado às análises.

<sup>127</sup> Entendemos o gênero como uma construção social atribuída ao sexo, mas, às vezes, deslocamentos outros são necessários para analisarmos a temática no âmbito discursivo, sobretudo quando lidamos com a problemática da interpretação, das representações sociais e/ou imaginários etc.

Outro elemento de relevância, a exemplo do detectado em relação a “gênero/sexualidade”, está na recorrência de outros (muitos) assuntos das *fn* que acabam se afunilando a um grupo menor de temáticas, como o que identificamos a partir desse olhar de aproximação semântica. Nesses casos, levando-se em conta a estratégia conservadora, é possível vislumbrar que as *fake news* podem contribuir, por exemplo, para uma cristalização semântica de estereótipos comumente associáveis à esquerda no Brasil. Além de questões que remetem à “destruição de valores tradicionais”, pode-se perceber uma tentativa de se vincular a esquerda a radicalizações ideológicas (26,7%), a grupos que aceitam/incentivam a criminalidade e/ou violência (20%) e/ou que se pautam pela prática de fraudes/corrupção etc (20%).

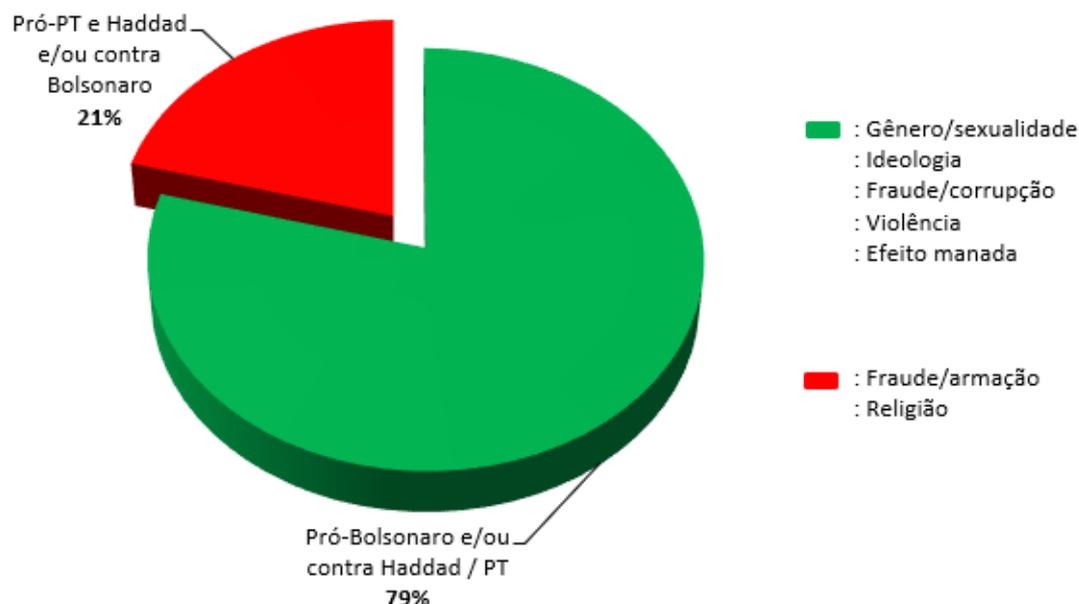
### 5.3 PÓS-VERDADE A SERVIÇO DA DIREITA? ALGUMAS REFLEXÕES...

Se considerarmos uma leitura preliminar das *fn* mencionando o candidato da direita, destacamos ao menos duas observações instigantes do ponto de vista analítico-discursivo, uma de caráter mais quantitativo e outra, de cunho mais estratégico, capaz de criar certos efeitos favoráveis a JB.

No primeiro caso, vemos que das nove notícias falsas relacionáveis diretamente a Bolsonaro, quatro delas (ou 44,4%) podem ser consideradas favoráveis ao presidenciável da direita, diferentemente dos 100% desfavoráveis a Haddad e/ou a seu partido – PT. No caso de JB, entendemos como desfavoráveis (dentro dos outros 55,6%), principalmente, a recorrência de “teorias da conspiração” que levantam a suspeita de que JB estaria com um câncer, situação que poderia colocar em dúvidas o episódio da facada sofrida pelo então presidenciável em plena campanha. Se, por um lado, a descoberta de uma doença em si, como o câncer, possa não representar dano à imagem de um político<sup>128</sup>, tal diagnóstico, por outro lado, poderia despertar a associação da facada a uma fraude e/ou armação, um pretexto para JB realizar uma cirurgia, já necessária, e ainda mobilizar artificialmente parte do eleitorado a seu favor.

---

<sup>128</sup> Isso poderia, inclusive, ter um efeito contrário, se a notícia da doença provocasse o chamado “efeito tragédia”, conforme vimos no terceiro capítulo, em que fosse construída uma narrativa favorável à condição de vítima.

Gráfico 5 – Estatística por aproximação semântica – *fn* pró e contras

Fonte: Elaborado pelo autor.

Apesar de estarmos falando, anteriormente, de uma amostra, apenas podemos perceber que percentual semelhante, de *fn* pró e contras, prevalece se consideramos o volume total de notícias falsas avaliadas durante as eleições. Verificamos, por exemplo, que das 123 *fn* analisadas pelas agências de checagem, 104 (ou 84,4%) delas seriam pró-Bolsonaro ou contra o PT e apenas 19 (15,4%) favoráveis ao PT e Haddad ou contra Bolsonaro<sup>129</sup>.

Retomando as *fake news* que seriam desfavoráveis ao candidato da direita, o *Projeto Comprova* analisa alguns *posts* que recortam a fala de um médico de JB em uma reportagem (exibida pela *TV Record* em 21 out. 2018), em que o profissional menciona o termo “câncer de intestino” em tom de brincadeira (FIG. 8). Se observarmos em uma perspectiva mais ampla, no entanto, percebemos que narrativas com esse tipo de temática já vinham sendo exploradas há mais tempo, como é o caso de um *post* de muita repercussão (no *Twitter* e *FB*) no dia 17 de outubro de 2018, portanto, antes mesmo da reportagem da *Record* (FIG. 9).

<sup>129</sup> Disponível em: <https://tinyurl.com/fn-Analisadas>. Acesso em: 20 jun. 2020.

Figura 8 – Fake news “diagnóstico de câncer” – Vídeo

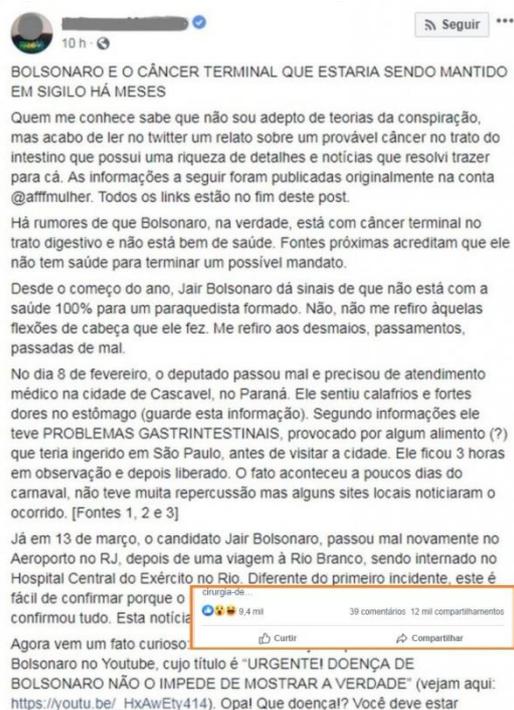


Texto do *post*: Médico de Jair Bolsonaro falando ao fundo da reportagem da Record que o candidato a presidência está com CANCER DE INTESTINO. ‘Montagem’? Reportagem saiu no próprio canal da Record no Youtube (SIC)

Checagem: Médico de JB disse “câncer de intestino” em vídeo de reportagem, mas como brincadeira.

Fonte: Projeto Comprova, 25 out. 2018. Disponível em: <https://tinyurl.com/CancerJB>. Acesso em: 02 mar. 2020.

Figura 9 – Fake news “diagnóstico de câncer” - Narrativas anteriores



Texto do *post*: (íntegra muito grande para este espaço) <sup>130</sup>

Checagem: a narrativa de que JB estaria escondendo um câncer terminal é tida como uma fanfic<sup>131</sup> nascida no *Twitter* e que foi “desmentida pelos próprios autores”.

Fonte: Reprodução de uma das versões disseminadas pelo *FB*. E-farsas, 18 out. 2018. Disponível em: <https://tinyurl.com/cancer-disfarse>. Acesso em: 02 mar. 2020.

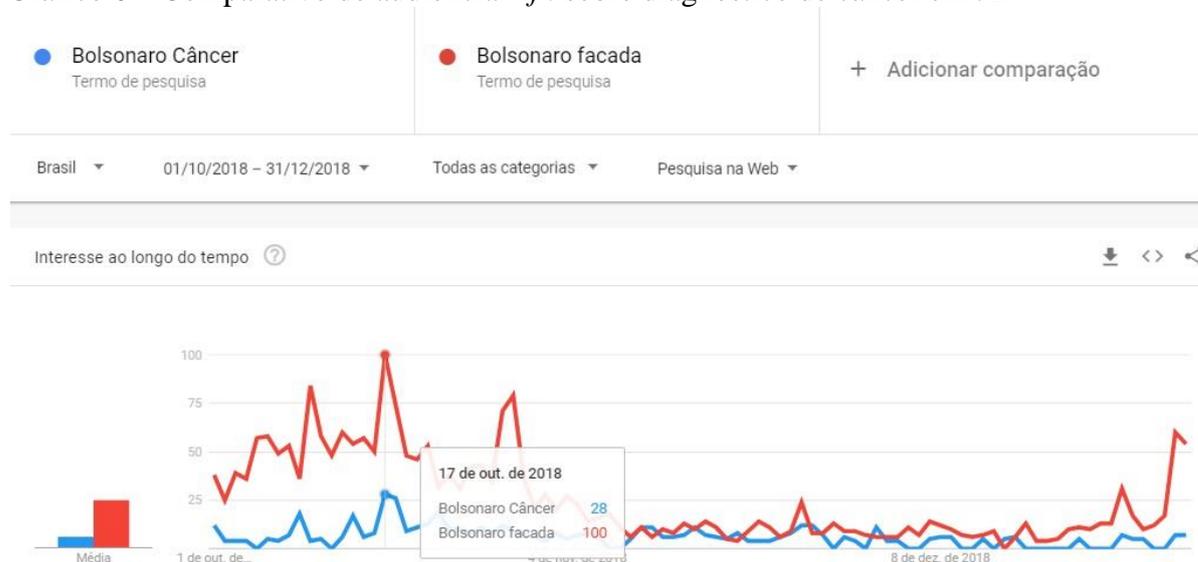
Considerando a audiência de tal narrativa, trazemos no Gráfico 6, a título de exemplo, estatísticas que mostram a procura, considerável, pelos termos “Bolsonaro câncer” em

<sup>130</sup> Disponível em: <https://tinyurl.com/y4yy5xar>. Acesso em: 20 mar. 2020.

<sup>131</sup> Abreviatura do inglês *fanfiction* (fã de ficção). Ficção criada pelo leitor ou espectador que, sendo fã de uma obra literária, filme, peça teatral, seriado de TV ou desenho animado, cria uma continuidade da história ou recria a história utilizando sua criatividade e mantendo os mesmos personagens da história original. Disponível em: <https://tinyurl.com/fanfic>. Acesso em: 20 jul. 2020.

comparação com “Bolsonaro facada” (este, nosso parâmetro quantitativo), a partir de outubro de 2018.

Gráfico 6 – Comparativo de audiência – *fn* sobre diagnóstico de câncer em JB



Fonte: Dados da pesquisa com base na ferramenta *Google Trends*.

A segunda observação, que entendemos como estratégica no jogo político-eleitoral em questão, reside na recorrência de assuntos tidos como favoráveis a JB e que, na esteira do que chamamos aqui de efeito ou comportamento de manada, são capazes de mobilizar artificialmente o público. Se observarmos as narrativas exploradas em *fn-03*, *fn-10*, *fn-11* e *fn-23* (FIG. 10, 11 e 12; FIG. 13), por exemplo, percebemos uma tentativa de se criar uma (falsa) “sensação de maioria” em apoio ao então candidato do PSL. Esse tipo de abordagem reforça essa nossa percepção de que a direita tende a usar mais amplamente as *fn* a seu favor, o que sugere a elaboração de estratégias específicas em prol de seus eventuais interesses. Indo além, tais estratégias nos levam a pensar que em seus “bastidores” se articulam fontes enunciadoras outras, mesmo que implicitamente, assunto a ser retomado em seções posteriores para abordarmos a questão da subjetividade.

Figuras 10, 11 e 12 – *Fn* “efeito de maioria” – 1º turno

Texto do *post*: *Ato em Campinas em prol da saúde do presidente Jair Messias Bolsonaro*

Checagem: vídeo fora de contexto, originalmente de torcedores do Brasil contra a sérvia, em jogo na Copa do mundo de futebol, em 2018.



Texto do *post*: *Olha Copacabana como está agora!!! Manifestação #Elesim*

Checagem: vídeo fora de contexto, de 2015, de uma manifestação contra a então presidente Dilma Rousseff.



Texto do *post*: *Depoimento do apresentador Datena da Band em favor do Bolsonaro, vamos repassar, excelente.*

Checagem: o vídeo, originalmente feito em apoio a Geraldo Alckmin, foi editado com imagens de JB e a sigla do seu partido nas eleições, o PSL.

Fonte: *Agência Lupa*, com base em informações da *Third Party Fact-Checking Project*, 07 out. 2018.  
Disponível em: <https://tinyurl.com/fn-maioria>. Acesso em: 19 fev. 2020.

Figura 13 – *Fn* “efeito de maioria” – 2º turno

Texto do *post*: *Tropa do batalhão rádio da pm do Ceará, homenageiam Bolsonaro (SIC)*

Checagem: No original, policiais percorrem Iguatu em treinamento, mas não entoam grito em favor de JB. Áudio na *fn* foi adulterado.

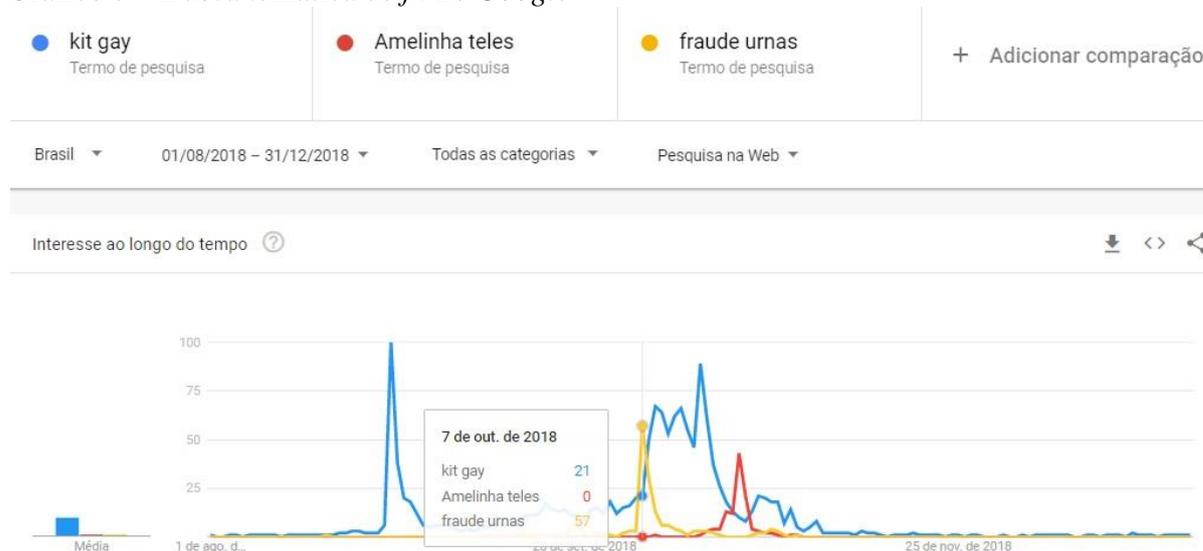
Fonte: *Projeto Comprova*, 25 out. 2018. Disponível em: <https://tinyurl.com/pms-ceara>. Acesso em: 19 fev. 2020.

#### 5.4 KIT GAY, UMA AMEAÇA AOS “VALORES”?

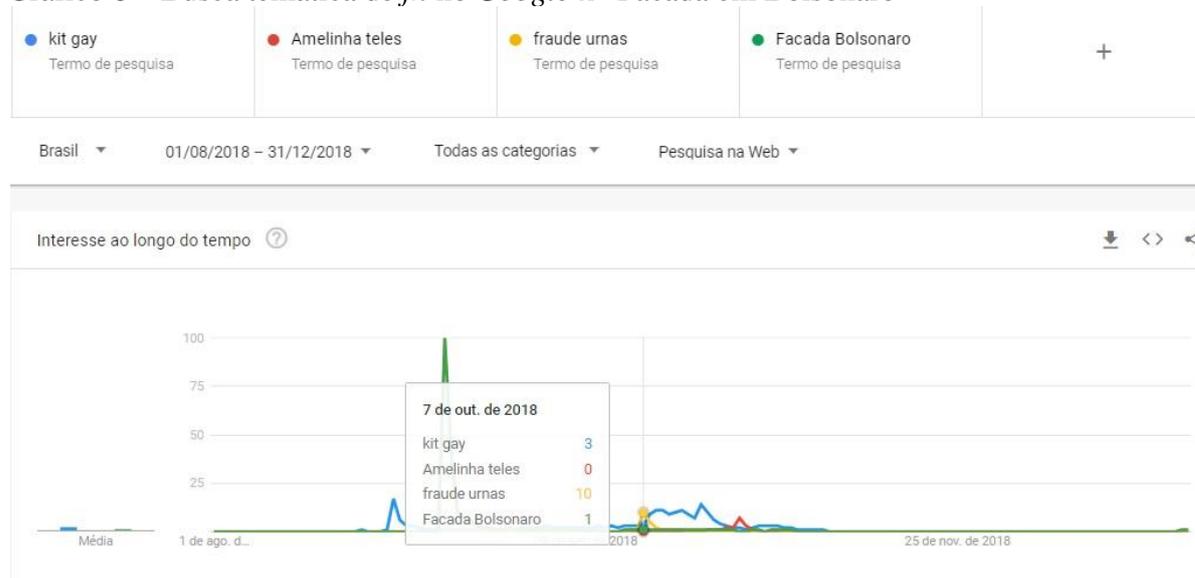
Seguindo critérios já antes assinalados para um recorte mais objetivo do *corpus*, as *fn* de referência selecionadas para nossa análise fazem parte de um enredo difundido como “kit gay”.

Tal construção narrativa integra, a nosso ver, o GCS relacionável à questão do “gênero/sexualidade”, uma temática que, na visão atual de certos grupos conservadores, ameaça “valores” (costumes) já enraizados no seio da sociedade, sobretudo no âmbito das famílias tidas como mais tradicionais. Com base nesse critério, podemos perceber destacada maior linearidade temporal dessa narrativa, se considerarmos, por exemplo, a busca pelo termo na *web* no segundo semestre de 2018. Nas pesquisas feitas, temos um comparativo (GRÁFICO 7) entre termos buscados no *Google* envolvendo a temática do gênero/sexualidade (“*kit gay*”), a questão ideológica (Amelinha Teles) e o que classificamos como fraude/corrupção (fraude nas urnas). Em outro gráfico (8), trazemos esses mesmos termos em paralelo com o nosso parâmetro quantitativo geral, com base no termo “Facada Bolsonaro”.

Gráfico 7 – Busca temática de *fn* no *Google*



Fonte: Dados da pesquisa com base na ferramenta *Google Trends*.

Gráfico 8 – Busca temática de *fn* no *Google* x “Facada em Bolsonaro”

Fonte: dados da pesquisa com base na ferramenta *Google Trends*.

Além do critério quantitativo, a recorrência a temas que remetem aos valores, nesse caso envolvendo a questão do “gênero/sexualidade” (“*kit gay*”), é vista por especialistas como de grande relevância, no que se refere a seu potencial de influenciar opiniões nas eleições de 2018. Responsáveis por mecanismos de checagem como *E-Farsas* e *Boatos.org*, por exemplo, são unânimes ao concordar que o “*kit gay*” foi um argumento onipresente durante a campanha presidencial daquele ano no Brasil<sup>132</sup>.

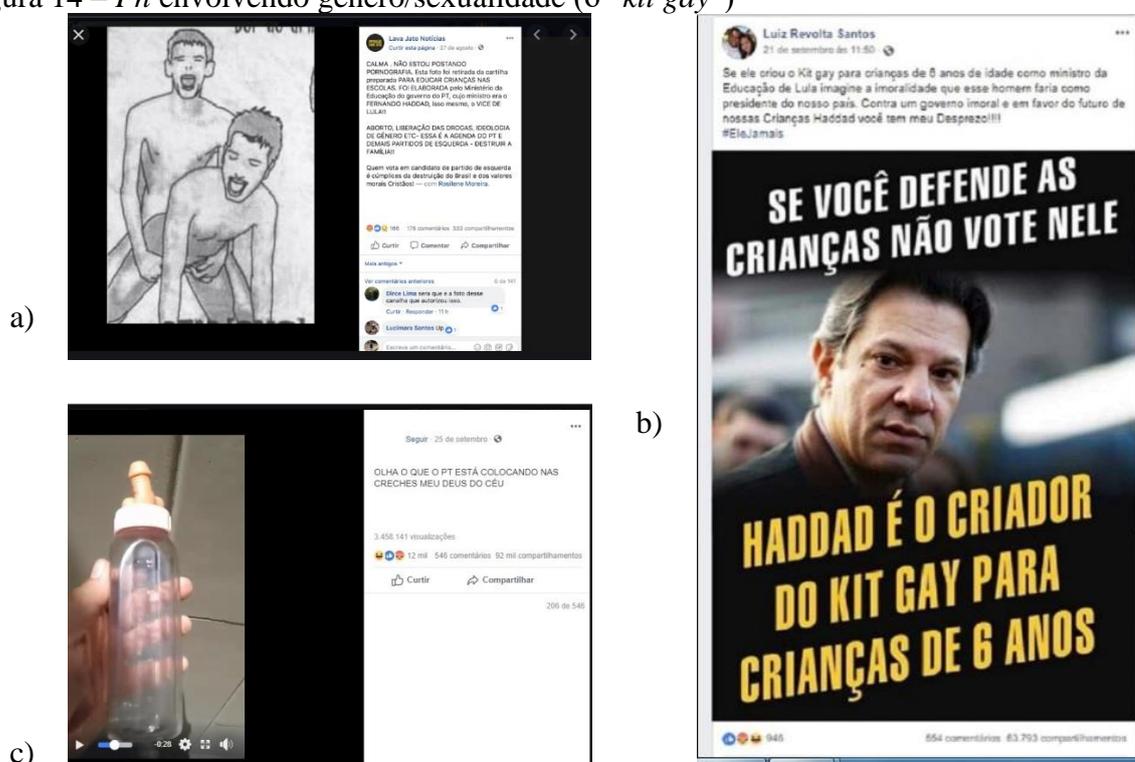
Para o cientista político Thiago Coacci (2018), narrativas como o “*kit gay*” funcionam como uma espécie de gatilho comumente utilizado para despertar pânico moral. De acordo com o pesquisador, movimentos encabeçados por grupos feministas e/ou da população lésbica, *gay*, bissexual, transexual, travesti, *queer*, intersexo e assexual (LGBTQIA+), por exemplo, têm sido associados no Brasil a uma suposta degradação de valores, o que pode ajudar a catalisar esse cenário de “pânico”.

Pânicos morais são um fenômeno já identificado desde a década de 1960 pelas ciências sociais. Eles ocorrem quando há um relativo consenso na sociedade ou em parte significativa dela de que um grupo de pessoas ou comportamento ameaça a ordem social. Por serem um fenômeno social de massa, são muito utilizados politicamente [...] não são fenômenos irracionais ou que ocorrem espontaneamente, frequentemente são frutos da ação coordenada e intencional de grupos organizados, como igrejas ou partidos. (COACCI, 2018).

<sup>132</sup> Disponível em: <https://apublica.org/2018/10/a-eleicao-do-kit-gay/>. Acesso em: 18 jul. 2020.

Dentro, então, dessa temática, optamos por tomar como referência três *fn* (e suas variações)<sup>133</sup>, cronologicamente, assim difundidas: *post* com uma imagem extraída da suposta “Cartilha do *kit gay*”; *post* de um cartaz associando o presidenciável Haddad ao “*kit gay*” para crianças; e, por fim, *post* de um vídeo sobre uma “mamadeira erótica”. Tais peças, amplamente compartilhadas durante a disputa presidencial, principalmente por grupos mais conservadores, apareciam negativamente associadas, além de a um suposto “*kit gay*”, ao então candidato Fernando Haddad, do PT.

Figura 14 – *Fn* envolvendo gênero/sexualidade (o “*kit gay*”)



Fonte: Facebook, 2018.

- Legendas: a) Cartilha “*kit gay*” (27 ago. 2018.)  
 b) Haddad e o “*kit gay*” (21 set. 2018.)  
 c) Mamadeira erótica (25 set. 2018.)

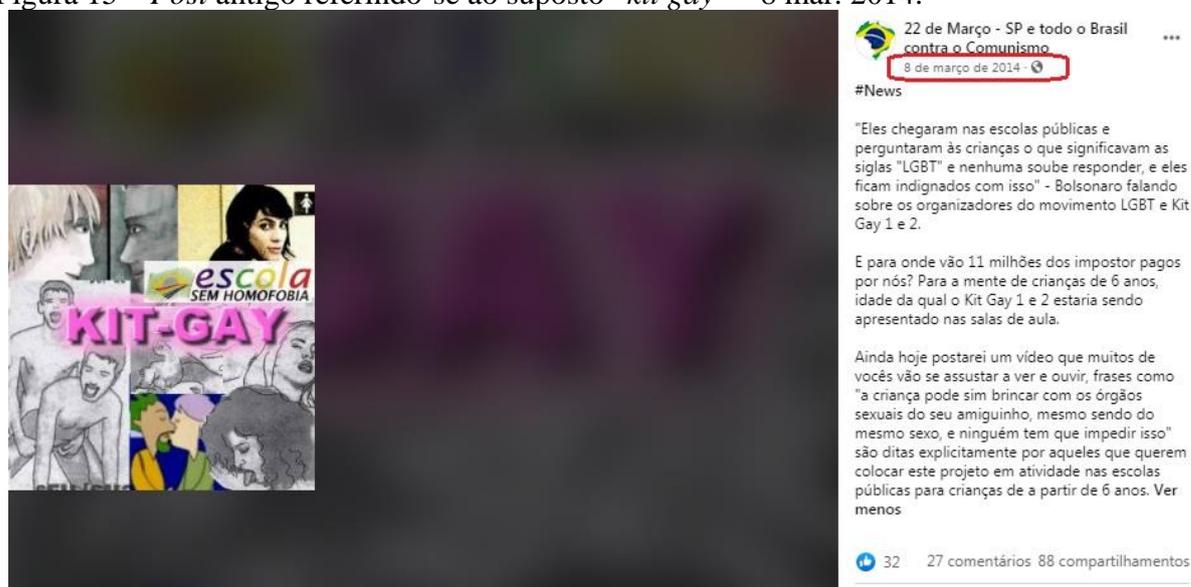
<sup>133</sup> As *fake news* aqui elencadas foram selecionadas, entre outros aspectos, pelo alto engajamento dos seus *posts*. No entanto, outras vizinhanças discursivas dessas referências, bem como seus desdobramentos e variações, são oportunamente exploradas no decorrer da análise.

### 5.4.1 Contextualização e polemizações

Tomando emprestado de Paveau (2015) o conceito de ambiente cognitivo, que traz uma ideia de “contexto ampliado”, cumpre-nos fazer um breve resgate histórico em torno da construção narrativa envolvendo o chamado “*kit gay*”. Descobrimos que, apesar de frequentemente resgatado nas eleições de 2018, com o intuito de acusar o então presidente Fernando Haddad de querer forçar a pauta *gay* nas escolas, o tom distorcido de tal temática vem sendo utilizado já há algum tempo (FIG. 15).

De acordo com a *Pública* (2018)<sup>134</sup>, agência de jornalismo investigativo, a origem do referido material vem do ano de 2004, ocasião em que o então candidato Haddad ainda não era ministro da Educação. Especificamente naquele ano, nos diz a *Pública*, o Governo Federal lançou o programa *Brasil sem Homofobia*<sup>135</sup>, destinado a combater a violência e a discriminação contra a população LGBTQIA+. Dentro, então, do pacote de implementação dessa proposta, havia recomendações para que fossem elaborados materiais educacionais coincidentes com valores de promoção da paz e da não discriminação em virtude da orientação sexual.

Figura 15 – Post antigo referindo-se ao suposto “*kit gay*” – 8 mar. 2014.



Fonte: Comunidade 22 de Março – SP e todo o Brasil contra o Comunismo (Facebook).

<sup>134</sup> Fundada em 2011 por repórteres mulheres, a Pública é a primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil. Disponível em: <https://apublica.org/>. Acesso em: 18 fev. 2020.

<sup>135</sup> Programa de Combate à Violência e à Discriminação contra LGBT e Promoção da Cidadania Homossexual.

Com base nessas diretrizes, foi lançado, mais tarde, o programa *Escola sem homofobia* e, com ele, encomendado um material educativo sobre tal temática, composto por um caderno, peças impressas e audiovisuais. A solicitação desse material ao Ministério da Educação (MEC), segundo apurou a *Pública*, partiu da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados, sendo depois elaborado por organizações não governamentais (ONGs) especializadas. Quando foi ampliada a polêmica sobre o conteúdo do material, em 2011, ganhando força o termo pejorativo “*kit gay*”, Fernando Haddad já se encontrava no comando do MEC.

No que se refere ao “*kit gay*” em si e à atribuição de sua autoria a Haddad no período eleitoral, o projeto de checagem *Truco*<sup>136</sup> classifica tais referências como falsas. O primeiro desses indicadores de falsidade mostra que o pedido e a confecção do referido material não ficaram sob responsabilidade direta do MEC, ou de Haddad, mas sim do poder Legislativo e de ONG contratadas para tal finalidade, respectivamente. Outro aspecto diz respeito ao conteúdo do material em si, conforme checado pelo *Truco*, considerado adequado para tratar o tema na atualidade e referendado por diversas autoridades nos âmbitos nacional e internacional. Ainda assim, em função de pressões de grupos religiosos no Congresso, o Governo Federal acabou recuando e suspendendo a produção e a distribuição do material envolvendo a temática. Isso ainda no mandato da então presidente Dilma Rousseff, em 2011.

#### **5.4.2 Um embate entre legitimação e desconstrução do conhecimento**

Conforme mencionamos anteriormente, o material do projeto *Escola sem homofobia*, pejorativa e distorcidamente compartilhado como “*kit gay*”, havia sido respaldado por diversos especialistas sobre o assunto. Isso nos faz resgatar parte da problemática levantada por Pinheiro-Machado (2019), entre outros autores, sobre uma tendência em grupos neoconservadores<sup>137</sup>, na atualidade, atuarem na desconstrução de certos tipos de conhecimento e/ou do próprio saber científico com o qual estamos acostumados.

Para além do que aparece na superfície, os neoconservadores possuem um projeto de conhecimento que procura redefinir uma nova direção para a sociedade global. O que está em jogo é a produção e a disputa de novos regimes de verdade sobre a humanidade e sobre o planeta. (PINHEIRO-MACHADO, 2019, p. 80).

---

<sup>136</sup> Projeto de checagem de informações da *Agência Pública*.

<sup>137</sup> As caracterizações de grupos conservadores estão diluídas ao longo deste estudo.

No caso que aqui analisamos, o *Truco* (2018) apurou que o referido material teve sua distribuição não somente aprovada, mas também recomendada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). Em nota, a entidade teria se manifestado afirmando que o conteúdo seria apropriado tanto às faixas etárias, quanto ao desenvolvimento afetivo-cognitivo dos alunos, seguindo parâmetros de Orientação Técnica Internacional sobre Educação em Sexualidade, publicada em 2010. Além da Unesco, outros órgãos ligados à ONU demonstraram apoio à implementação da cartilha, como é o caso do Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/AIDS (Unaid). No âmbito nacional, houve parecer técnico favorável à cartilha, por exemplo, do Conselho Federal de Psicologia (CFP), além do apoio de diversos especialistas em educação e entidades da sociedade civil.

Se observarmos as manifestações anteriores, em favor do material educativo, podemos dizer que projetos como o *Escola sem homofobia* não são algo inventado por um grupo específico ou por uma corrente ideológica, em particular. Pelo contrário, esse tipo de iniciativa se insere numa agenda mundial que tende a aplicar o conhecimento e/ou a ciência, por exemplo, em prol da liberdade e do respeito às diferenças. Isso estaria dentro de uma das tipicidades dos valores humanistas que, conforme observa Pinheiro-Machado (2019), foram responsáveis por criar, na Modernidade, certo consenso em torno dos direitos humanos universais, da necessidade de se estabelecer uma civilização global e humanidade una.

Quando nos deparamos com notícias falsas, propagadas em grande medida por certos grupos religiosos/conservadores, que atacam iniciativas como o *Escola sem homofobia*, não seria exagero imaginar que estamos diante de certas motivações nem sempre ingênuas e/ou meramente relacionáveis à degradação de certos valores. Em concordância com o que diz Pinheiro-Machado (2019), podemos dizer que o tom pejorativo “*kit gay*” carrega em si, além de um interesse eleitoral imediato, uma carga discursiva indissociável de um projeto outro de poder, com viés econômico, político etc. Falamos aqui, talvez, do desejo de se ver estabelecido outro tipo de conhecimento, uma disputa narrativa por “novos regimes de verdade” (em linguagem foucaultiana), nesse caso, a serviço de uma agenda conservadora e alimentada principalmente pela supervalorização das crenças pessoais, estas que são consideradas um dos motores da pós-verdade. Estaríamos, nesse sentido, em meio a um embate fundamentalmente discursivo, baseado “[...] em palavras, estátuas, símbolos [...] uma guerra pelo estabelecimento de novos discursos que, ao atacar o projeto moderno, vem com uma agenda econômica embutida”. (PINHEIRO-MACHADO, 2019, p. 83).

Do ponto de vista da AD, entendemos que essa disputa por discursividades envolve, ao menos, alguns pontos merecedores de atenção e análise mais aprofundada. Tomando, então, como referência toda essa narrativa em torno do “*kit gay*”, acreditamos que vale resgatarmos discussões pertinentes à questão da memória, das representações sociais e imaginários, bem como examinarmos a materialidade do *corpus* em termos de conteúdo, capacidade de alcance, percepção e envolvimento dos interlocutores. Sem a pretensão de explorar exaustivamente a temática, o que nos parece inexequível, objetivamos finalmente identificar eventuais formas de subjetividade que se deixam escapar dessas *fn* envolvendo o “*kit gay*”, obviamente, agora amplificadas no contexto das tecnologias digitais.

### 5.5 O POST DA CARTILHA: UMA LEITURA PRELIMINAR...

Atentando inicialmente para uma leitura mais genérica em torno das *fn* relacionadas ao chamado “*kit gay*”, podemos notar a recorrência de uma construção narrativa que, supostamente, afronta certos valores “cristãos”<sup>138</sup> enaltecidos por grupos mais conservadores.

Figura 16 – *Post* com ilustração retirada da cartilha “*kit gay*” – 27 ago. 2018.



Texto do *post* - **CALMA. NÃO ESTOU POSTANDO PORNOGRAFIA. Esta foto foi retirada da cartilha preparada PARA EDUCAR CRIANÇAS NAS ESCOLAS. FOI ELABORADA pelo Ministério da educação do PT, cujo ministro era o FERNANDO HADDAD. Issso mesmo, o VICE DE LULA!! ABORTO, LIBERAÇÃO DAS DROGAS, IDEOLOGIA DE GÊNERO ETC**

**ESSA É A AGENDA DO PT E DEMAIS PARTIDOS DE ESQUERDA - DESTRUIR A FAMÍLIA!!**

*Quem vota em candidato de partido de esquerda é cúmplice da destruição do Brasil e dos valores morais cristãos!*

Fonte: Perfil *Lava Jato Notícias* (FB).

<sup>138</sup> O uso do termo “cristãos”, entre aspas, relacionado a valores, não tem a pretensão de suscitar um debate teórico-conceitual mais aprofundado. A sua recorrência aparece, neste trabalho, apenas com o intuito de marcar o tom utilizado pelos usuários, nos *posts*, para se referir à questão “amoral” presente no chamado “*kit gay*”.

No que diz respeito ao *post* sobre a cartilha (FIG. 16), por exemplo, vemos que essa estratégia vem estampada já no próprio impacto (ou choque) do não verbal. Isso pelo uso, descontextualizado, de um grafismo que remete ao ato sexual entre dois homens. Na imagem, está subtendida uma conduta “pornográfica”, postura destoante de valores “cristãos” e, portanto, “agressiva” ao público do *Lava Jato Notícias*<sup>139</sup>, perfil notadamente conservador e tendente a reagir a isso de forma indignada.

Acompanhando o grafismo, vemos no *post* um texto verbal predominantemente em letras maiúsculas, o que sugere um tom de revolta, com destaque para termos que reforçam o caráter ofensivo da suposta cartilha. Nesses casos, o uso de textos em caixa alta na internet leva o interlocutor a imaginar, imediatamente, que se esteja gritando com ele e/ou leva-o a tentar descobrir a razão de se estar “tão bravo”. De uma maneira geral, torna-se desejável que a instância enunciativa evite o uso de letras maiúsculas, “[...] a não ser que realmente sua intenção seja essa - *mostrar* que está realmente gritando” (BIANCHI; NOGUEIRA, 2018, n.p, grifos nossos).

No caso que aqui analisamos, no entanto, parece que o propósito seja justamente o de se manifestar aos gritos, com indignação, conforme percebido já na frase inicial do *post*, que tem o trecho “CALMA. NÃO ESTOU POSTANDO PORNOGRAFIA” em letras garrafais. Essa abordagem denota, a nosso ver, um desejo de a instância enunciativa enfatizar sua intolerância em relação àquilo que denuncia como “pornográfico”, ao mesmo tempo em que justifica, para o “seu público”, a necessidade de se ter que divulgar uma cena “inapropriada”. Paralelamente, percebe-se o intuito de culpabilização efusiva daquilo ou daquele, no caso o “*kit gay*” patrocinado pela esquerda, que afronta “valores morais” supostamente partilhados por aquele grupo, em particular. Corrobora a tal interpretação o uso, também em caixa alta, de termos (como “pornografia”) com carga semântica que remetem a essa suposta subversão de valores “cristãos”, tais como, “aborto”, “liberação de drogas”, “ideologia de gênero” e “destruir a família”, por exemplo. Por fim, busca-se no *post* associar todos esses elementos “destrutivos” a um projeto (da esquerda) voltado à educação infantil.

A leitura inicial dessa parte do nosso *corpus* já permite levantar possíveis interpretativos, acreditamos, em torno de alguns elementos coincidentes com nossos objetivos neste trabalho,

---

<sup>139</sup> Discutimos mais adiante sobre o perfil de tal público.

no âmbito da AD, que são reflexões englobando, simultaneamente, as esferas da recepção (ou percepção), da memória e dos imaginários/ representações sociais.

### 5.5.1 A esfera da percepção...

Para refletirmos sobre a problemática da recepção (ou percepção), trabalhamos aqui com três frentes analíticas principais, como mencionamos no quarto capítulo, envolvendo a questão dos efeitos patêmicos (que pressupõem certa subjetividade), elementos que perpassem ideias de efeito de choque e a retórica icônica, entre outros aspectos.

Estudados por Charaudeau (2006) a partir do *pathos* – um dos meios discursivos capazes de “influenciar o auditório”<sup>140</sup> –, os efeitos patêmicos pertencem ao domínio das emoções no âmbito da recepção. Apesar de emergirem do universo afetivo, Charaudeau defende que as emoções, consideradas de ordem intencional, não tendem a se manifestar apenas por sentimentos e/ou pulsões meramente irracionais. Tais atributos, para o autor, já seriam suficientes para sugerir a presença de um sujeito relativamente autônomo nos estudos sobre esses efeitos patêmicos.

Atentando para o objeto em si, no caso a *fn* da cartilha sobre o “*kit gay*”, vemos que o exemplo do *post* traz uma dramatização, principalmente na sua dimensão verbal, com enunciados dotados de considerável potencial patêmico. Consideramos como patêmicos, por exemplo, termos e/ou trechos como “aborto”, “liberação das drogas”, “destruir a família”, “destruição do Brasil e dos valores morais cristãos”.

Como mencionamos anteriormente, tipificamos os perfis que veiculam as *fn* que analisamos como agentes políticos, no sentido de vocalizarem, mesmo que indiretamente, propósitos de um projeto de poder (político), no caso de um candidato com ideias conservadoras. Dessa forma, os trechos identificados como portadores de potencial patêmico podem ser estudados, com base em Charaudeau, a partir das chamadas “tópicas do *pathos*”.

De uma maneira geral, vemos que o enunciado tem como propósito envolver o interlocutor (o TU destinatário), reivindicando-lhe uma adesão na medida em que aciona, principalmente, as

---

<sup>140</sup> Previstos na *Retórica*, de Aristóteles, os outros dois elementos são o *ethos* e o *logos*.

tópicas da angústia e do medo/terror. Tal estratégia, a nosso ver, ganha corpo com o uso de palavras como “aborto”, “drogas” e “destruição” da família, dos valores, do Brasil etc. Essa angústia, nas palavras de Charaudeau (2010a), caracteriza-se como “[...] um estado de espera desencadeada por um actante-objeto desconhecido, mas que representa um perigo para o sujeito”. Em suma, esse perigo seria representado por uma “ideologia de esquerda” que, naquele momento de disputa eleitoral, almejava chegar (retornar) ao poder.

No entanto, a estratégia de “fazer aderir”, por meio dessas tópicas, capazes de desencadear um estado emocional (negativo), traz implícito certo alívio, a esperança de todo “esse mal” não se concretizar. E isso pode se materializar se o interlocutor se posicionar, denunciando, compartilhando aquelas informações, votando “certo” e divulgando um projeto “salvador”, capaz de combater esse mal. Nesse caso, a esperança teria as “[...] mesmas características da angústia, mas na espera de um benefício, de um acontecimento feliz, de uma melhora do destino” (CHARAUDEAU, 2010a). No que diz respeito a nosso objeto, observamos estratégia semelhante em alguns *posts* e/ou grupos que abordam o “*kit gay*” sob a ótica do terror e/ou medo, mas, ao mesmo tempo, apresentam suposta “cura para esse mal”, no caso representada pela figura do então presidente Bolsonaro. Por meio dos *posts* a seguir, mostramos alguns exemplos desse tipo de abordagem. Na Figura 17, temos a ideia do “salvador” já na descrição de uma página (de considerável audiência) que reproduz o *post* condenando o “*kit gay*” e traz os dizeres “Bolsonaro Herói Nacional”. Num segundo exemplo (FIG. 18), a “mensagem de alívio” está em outro *post* que fala do presidente como alguém capaz de combater esses “malignos” (idealizadores do “*kit gay*”) e lutar “pela família e ética moral” (*sic*).

Figura 17 – Página expondo JB como herói – 28 ago. 2018.



Fonte: Página *Bolsonaro Herói Nacional* (FB).

Figura 18 – Post mostrando JB como salvador – 20 ago. 2018.



Fonte: FB.

Esse tipo de manobra, para Charaudeau (2010b), pode ser associável ao discurso populista na esfera da política, propenso a surgir em meio a situações de crise social que desemboquem em perda de referências identitárias na sociedade.

[...] este tipo de discurso somente pode ser entendido se existe uma fomentação de crise social (desemprego, insegurança, injustiça), que causem a perda das referências de identidade (nação, classe). O discurso populista também responde às condições de dramatização que são susceptíveis de tocar o afeto do público conforme um roteiro trológico que consiste em: *i) estigmatizar uma situação crise social da qual o cidadão é a primeira vítima; ii) dizer qual é a fonte; e iii) anunciar qual solução pode ser proposta e quem pode ser o salvador.* (CHARAUDEAU, 2010b, p. 70, grifos nossos).

Importante observar que os efeitos patêmicos, nos casos discutidos anteriormente, têm potencial de ser engendrados, principalmente, em função de crenças compartilhadas no interior de determinados grupos com ideias e valores semelhantes, como perceptível entre o público da página *Lava Jato Notícias*. Queremos dizer, com isso, por exemplo, que os mesmos estados emocionais certamente não seriam desencadeados em um público menos conservador, no âmbito do sujeito interpretante (TU<sub>i</sub>). Em uma perspectiva mais ampla, possível de ser discutida pelo próprio alcance da Internet, tal aposta comunicativa poderia ter, inclusive, um efeito contrário, algo próximo de um julgamento crítico ou até passível de chacota, o que poderia “invalidar” o efeito da *fn*.

Retomando o primeiro *post* da “cartilha” que apresentamos (FIG. 16), diríamos que a imagem (“pornográfica”) de um suposto casal *gay* pode, num primeiro momento, causar certo espanto e/ou indignação. Paralelamente a essa reação de cólera, no entanto, tal imagem pode ainda chamar atenção pelo seu potencial diversionista, a nosso ver, também propenso a gerar repercussão por meio da zombaria. Isto por ser comum no Brasil se referir pejorativamente à homossexualidade, principalmente nos meios mais conservadores, quando a relação acontece entre dois homens<sup>141</sup>. Esse tipo de apelo narrativo, acreditamos, é capaz de induzir o interlocutor a uma resposta muito próxima daquele efeito de choque proposto por Benjamin (2011), em que a percepção se dá, entre outros aspectos, por meio da distração vaga, dispersa.

O texto verbal, nesse caso, funciona como uma espécie de reforço simultâneo à mensagem icônica e vem carregado de um apelo visual que é potencializado, principalmente, pelo uso da caixa alta, como já observamos. Isso contribui, a nosso ver, para que o olhar não se fixe, tornando-se disperso pela presença de outros elementos que acabam por não exigir muito esforço da instância receptora, como observa Benjamin (2011) ao falar do efeito de choque.

Ampliando um pouco mais a leitura do “todo de uma só vez”, temos ainda visível o nome de um “fiador” da mensagem, supostamente crível, nesse caso, na configuração de imagem do perfil *Lava Jato Notícias*. Considerando, então, sob a ótica de Dunker (2018), a essência da mensagem oferecida de uma só vez (*Lava Jato Notícias*, imagem “pornográfica” e texto verbal contundente), podemos imaginar que esse todo seja capaz de reduzir, ou anular, ambiguidades no processo de interação. Ou seja, o espectador está diante de elementos que não se conflitam, e mais, complementam-se no reforço de uma mensagem de seu interesse, o que, conseqüentemente, acaba reduzindo as possibilidades de ruídos na comunicação.

### **5.5.2 *Ethos*, memória e representações**

Para efeito de análise, somos levados a separar determinados elementos presentes no *corpus*, mas que acontecem, obviamente, de forma mais ou menos simultânea num processo de

---

<sup>141</sup> Pesquisas nos âmbitos nacional e internacional que abordam, de uma forma geral, a diversidade por orientação sexual apontam o humor como forma recorrente de discriminação (informal) homofóbica. Ver: (POMPEU, Samira Loreto Edilberto; SOUZA, Eloisio Moulin. *A discriminação homofóbica por meio do humor: naturalização e manutenção da heteronormatividade no contexto organizacional*. Revista Organizações & Sociedade, v. 26, n. 91, p. 645-664, out./dez. 2019.

construção narrativa. Esse é o caso, por exemplo, da importância da memória e das representações sociais, e de seus possíveis efeitos, quando se estuda aspectos relativos à recepção e ao próprio comportamento do *webespectador* diante de um determinado enunciado. Da mesma forma que mencionamos anteriormente uma suposta credibilidade passada por um perfil com o nome *Lava Jato Notícias* na difusão de *fn*, acreditamos que se torna aqui oportuna a importância de discutirmos tal problemática também a partir de questões envolvendo o *ethos*.

#### 5.5.2.1 Perfil *Lava Jato Notícias*: do *ethos* aos imaginários

No caso do termo “Lava Jato”<sup>142</sup>, isoladamente, pode-se dizer que o seu uso vem, de certa forma, indissociável de representações recentes no cotidiano brasileiro ligadas à ideia de justiça, retidão, de combate à corrupção etc., especialmente em meio a um público tido como mais conservador, como já mencionamos. Em pesquisa realizada pelo *Instituto Datafolha*, por exemplo, levando-se em conta o espectro político dos entrevistados, constatou-se que

[...] entre os brasileiros que se posicionam na direita, 58% acham que a corrupção irá diminuir no pós-Lava Jato. Entre quem se coloca na centro-direita, o índice é similar (56%). No grupo que se considera de centro, 39% creem que o legado da operação será menos corrupção no Brasil. Na centro-esquerda, a taxa cai para 33%, e entre quem se posiciona na esquerda, fica em 18%. (DATAFOLHA, 2019).

Pensando mais especificamente sobre a questão do *ethos*, nesse caso, envolvendo estratégias típicas do discurso político, Charaudeau (2006) nos diz ser desejável vislumbrarmos uma inseparabilidade entre o sujeito e o campo das ideias. Isso no sentido de que estas, as ideias, não valeriam muito se emanadas de um sujeito falante que não fosse ao mesmo tempo crível e suporte de identificação. E efeito semelhante um perfil como o *Lava Jato Notícias* pode despertar em seu público, acreditamos, haja vista que essa expressão, em si, já vem associada a imaginários sociodiscursivos que poderiam remeter a movimentos da justiça contra a corrupção, malfeitores etc. Passa-se aí a sensação de que há uma coincidência etótica entre as instâncias (ou identidades) social e discursiva, o que acaba contribuindo para uma ampliação dessa credibilidade.

---

<sup>142</sup> De acordo com o Ministério Público Federal (MPF), na ocasião, a Operação Lava Jato era tida como “[...] a maior iniciativa de combate a corrupção e lavagem de dinheiro da história do Brasil”, apresentando “[...] resultados eficientes, com a prisão e a responsabilização de pessoas de grande expressividade política e econômica, e recuperação de valores recorde para os cofres públicos”. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/lava-jato/entenda-o-caso>. Acesso em: 20 jan. 2020.

Se considerarmos uma das perspectivas trazidas por Maingueneau (2008), podemos dizer ainda que perfis como o *Lava Jato Notícias* e o *post* em si (sobre o “*kit gay*”) podem se encaixar na sua ideia de concepção “mais encarnada” do *ethos*. Isso se dá, entre outros aspectos, porque a postagem como um todo (incluindo, nesse caso, o perfil que a veicula) foi capaz de funcionar como uma espécie de “fiador” que traz, em suas dimensões verbais e não verbais, cargas semânticas que favorecem a sua identificação com a instância receptora.

Indo um pouco mais além nas ideias de Maingueneau (2018), acreditamos que o perfil *Lava Jato Notícias* possa ser estudado, ainda, sob a ótica das dimensões associáveis ao *ethos*, que são a categorial, a experiencial e a ideológica. Nesse caso, entendendo que a operação Lava Jato fora conduzida por personagens que tiveram forte visibilidade midiática, como o então juiz Sergio Moro, procuramos refletir sobre eventuais impactos positivos resultantes da associação entre essa instância “humana” e a Lava Jato na construção do *ethos*<sup>143</sup>.

Dentro, então, da dimensão categorial, que segundo Maingueneau (2018) abrange papéis discursivos e extradiscursivos, Sergio Moro poderia ser visto, no âmbito da atividade da palavra, em sua função de juiz (federal) como portador de um discurso naturalmente associado à “verdade”, retidão, ao “julgamento cego”. Nesse caso, a própria dimensão experiencial de Moro já seria capaz de sustentar uma imagem de imparcialidade e seriedade, entre outros aspectos, desejáveis a um profissional atuante na condição de julgador. No que diz respeito à dimensão ideológica, torna-se igualmente “natural” esperar que sua postura transparecesse uma suposta neutralidade ideológica, “acima das paixões humanas”. Tais características poderiam contribuir como um todo para que fosse associado a Sergio Moro, e no caso ao termo *Lava Jato Notícias*, um *ethos* discursivo capaz de criar certo efeito de credibilidade em boa parte dos seus interlocutores<sup>144</sup>.

---

<sup>143</sup> Importante lembrarmos o contexto situacional da análise, em que o então juiz Sergio Moro e a Lava Jato desfrutavam de prestígio e popularidade mediante determinado público, uma credibilidade que foi corroída com o passar do tempo. Disponível em: <https://tinyurl.com/sergio-moro>. Acesso em: 20 set. 2022.

<sup>144</sup> Observar também, neste caso, a situação de comunicação, ancorada em 2018, ocasião em que ainda não haviam sido reveladas informações da chamada *Vaza Jato*, em 2019. As reportagens sugeriam irregularidades nos julgamentos da Lava Jato, e, posteriormente, contribuíram para a invalidação de sentenças, no âmbito do STF. Disponível em: <https://theintercept.com/series/mensagens-lava-jato/>. Acesso em: 24 jun. 2021.

Figura 19 – Imagem de apresentação da página “Lava Jato Notícias”. 13 maio. 2020.



Fonte: perfil *Lava Jato Notícias* (FB).

Quando mencionamos esses supostos imaginários associáveis à “justiça isenta” e, automaticamente, a seus “operadores”, como juízes, promotores, desembargadores etc., estamos falando de simbolismos criados pelo homem que, de alguma forma, acabam sendo assimilados pela sociedade. As associações que fizemos anteriormente, por exemplo, nada mais são que impressões primeiras (ainda que possam ser questionáveis) que temos acerca da justiça, e do seu papel, e que têm origem em seus próprios preceitos fundadores, como é o caso das relações com a mitologia grega. Nesse caso, conforme destacado pelo STF (BRASIL, 2012), temos a figura de Têmis,

[...] uma divindade grega por meio da qual a justiça é definida, no sentido moral, como o sentimento da *verdade*, da equidade e da humanidade, colocado *acima das paixões humanas*. Por este motivo, sendo personificada pela deusa Têmis, é representada de *olhos vendados* e com uma balança na mão. Ela é a deusa da justiça, da lei e da ordem, *protetora dos oprimidos* (grifos nossos).

Imaginários semelhantes são possíveis de ser engendrados, inclusive, por meio das próprias vestimentas tradicionalmente utilizadas por juízes no desempenho de suas funções, como é o caso da toga. Se partirmos de um significado mais clássico para o uso de tal vestimenta, vemos que a toga vem associada à ideia de se conferir austeridade e solenidade aos atos do judiciário. É um tipo de traje que “simboliza poder, dando especial representatividade a quem os usa”<sup>145</sup>.

<sup>145</sup> Disponível em: <https://tinyurl.com/toga-simbolismo>. Acesso em: 25 ago. 2020.

Como estamos lidando com um objeto sujeito a nuances de seu tempo, percebemos hoje alguns deslocamentos no sentido de alterar e/ou “desvirtuar” tais simbolismos, mas que acabam construindo outros igualmente importantes para analisarmos a questão do *ethos*, como é aqui o nosso caso.

Em seus estudos sobre a comunicação envolvendo o poder judiciário no Brasil, Bucci (2019) problematiza, entre outros aspectos, desajustes simbólicos quem vêm acontecendo com o uso da toga na atualidade, dentro de um quadro que tende a colocar em lados destoantes a função da justiça em si e o seu “compromisso” com o espetáculo. No caso da toga, o autor aponta que o uso de tal vestimenta, que deveria representar uma distinção entre o ser humano em particular e seu ato de julgar, vem sucumbindo ao ímpeto da exposição midiática. Ou seja:

Marca daquilo que risca uma linha divisória entre, de um lado, o corpo de um ser humano em particular, e, de outro, o ato de julgar (ato que representa não a pulsão do corpo mas a vontade da lei) [...] vem mudando de aspecto, de figura e de imagem. Antes um dispositivo de ocultamento, um traje que tirava de cena o corpo do juiz para, em seu lugar, instalar a figura impessoal do juiz, a toga, que foi redesenhada ao longo das décadas, parece, agora, um adereço de super-herói (BUCCI, 2019, p. 56)

Aprofundando um pouco mais tal discussão, conforme menciona o próprio Bucci (2019), a jornalista Gisele Vitória observa que, sob os holofotes da TV e da imagem eletrônica, as representações em torno dessa capa preta utilizada pelos juízes, hoje tremulante feito bandeiras, podem estar passando por transformações. Vitória (2018) se refere aqui a comparações com o simbolismo clássico da toga, remontando desde a Roma antiga, em que a peça era sinal da imparcialidade da justiça, além de integrar ritos da nobreza e do sacerdócio. Para a pesquisadora, deve-se perguntar hoje, sobretudo no contexto de crise no judiciário brasileiro<sup>146</sup>, se o público vê a toga como um signo de isenção, sabedoria, elevação do espírito ou de força dos juízes com suas “capas negras ondulando no ar”, como super-heróis em filmes de ação.

---

<sup>146</sup> No texto, são mencionados como sintomas de crise no Judiciário, no caso o STF, troca de ofensas de ministros durante julgamento, votos dos juízes em prol de seus próprios auxílio-moradia e aumento de salários.

Figura 20 – Imagens de ministros do STF de toga (imaginários)



Fonte: Adaptado pelo autor a partir de ilustrações trazidas por Vitória (2018, p. 26-29).

Legendas: a) Imagem 1 – Ministros exibem a toga na sede do STF (Nelson Jr/SCO/STF)

b) Imagem 2 – Decano Celso de Mello e Gilmar Mendes (Nelson Jr/SCO/STF)

c) Imagem 3 – Ministro Gilmar Mendes (André Dusek/Estadão Conteúdo)

d) Imagem 4 – Ex-Ministro Joaquim Barbosa, de costas (José Cruz/Agência Brasil)

Se partirmos de algumas imagens que têm circulado dos julgamentos nos tribunais, diz-nos Vitória (2018), vemos que alguns ministros envergam suas togas, prendendo com a mão a sua barra lateral e, ao moverem para frente o braço (bem esticado), passa-se a impressão de que se está abanando uma bandeira. Tais movimentos, no imaginário popular, tendem a mostrar não o traje de um árbitro isento, mas sim a personificação de um vingador. “Ali está não um signo da Justiça, cega, altiva, inabalável, livre de paixões, mas o signo da impetuosidade redentora” (BUCCI, 2019, p. 56). Diante desse cenário, que Vitória (2018) classifica como possível sintoma de uma “instabilidade do signo da toga” (p. 27), podem ganhar corpo as mais diversas

associações da vestimenta no imaginário das pessoas, remetendo, por exemplo, a personagens como Batman, Robin Hood<sup>147</sup> ou Darth Vader, o vilão da série *Star Wars*.

Figura 21 – Super-Heróis usando capas



Fonte: Vitória (2018, p. 29)

Retomando mais especificamente o nosso objeto de estudo, fizemos esse pequeno percurso para mostrar que o perfil do *FB Lava Jato Notícias* seria capaz de aparentar certa consistência etótica, credencial que pode contribuir para sua “credibilidade”. No momento em que resgatamos esses simbolismos acerca da justiça (e dos juízes), em associação com o termo *Lava Jato Notícias*, estamos falando da possibilidade de um entrecruzamento de imaginários transitáveis, “positivamente”, entre esses dois universos. Mesmo considerando essa “instabilidade do signo”, como no caso da toga apontado por Vitória (2018), essa possível ressignificação pode resultar em saldo “positivo” para o *Lava Jato Notícias*, já que a figura da justiça (e dos juízes) é passível de ser associada à ideia de poder, de um “super-herói” salvador. No caso do ex-juiz Sérgio Moro, por exemplo, associado diretamente à operação Lava Jato, tornou-se relativamente comum, à época, sua imagem retratada como herói, como percebemos numa manifestação em favor do governo Bolsonaro, ocorrida em Brasília/DF em maio de 2019. (FIG. 22).

<sup>147</sup> Vitória (2018) resgata a história de Robin Hood, sob a ótica do filósofo francês Michel Serres, que dizia: “Em outros tempos, nas florestas não havia direito. Todo espaço era um espaço jurídico, exceto as florestas. Eram consideradas zonas de não direito. E Robin, uma palavra francesa que quer dizer ‘*celui qui porte la robe*’ – (aquele que usa o ‘robe’), e ‘la robe’ era a toga do juiz”.

Figura 22 – Boneco inflável de Sergio Moro como *superman* em manifestação.



Fonte: Reprodução *Twitter*.

Outro aspecto importante a ser destacado, acreditamos, que pode contribuir para esse *ethos* supostamente crível do *Lava Jato Notícias* está na composição do próprio nome, agregando a palavra “notícias”; na descrição da página, que se apresenta na modalidade “site de notícias e mídia” (FIG. 23). Tais observações permitem que acrescentemos à nossa análise, pelo menos, duas reflexões discursivamente relevantes.

Figura 23 – Descrição do perfil “Lava Jato Notícias”.



Fonte: Reprodução FB.

A questão da palavra “notícias” na composição do nome do perfil pode contribuir para um *ethos* de credibilidade, a nosso ver, na medida em que a página praticamente se autoautoriza a publicar informações “compromissadas com a verdade”. Nesse sentido, mesmo cientes de que a mídia tradicional tem sofrido um desgaste no Brasil, entendemos que a imprensa, de uma maneira geral, ainda representa uma referência informativa para boa parte das pessoas. Dessa forma, a palavra notícias pode induzir o destinatário, sobretudo no âmbito discursivo (TUd), a acreditar naquilo que é publicado no perfil.

Na mesma toada, vemos que a autodefinição da página como um “site de notícias e mídia” pode contribuir para efeito semelhante (crível) na instância receptora, mas que pode revelar um “algo mais”. Estamos falando, nesse caso, que é possível perceber uma intencionalidade no sujeito externo ao ato de linguagem, o ser social (EUc), em criar esse “efeito de credibilidade”, justa e ironicamente, para difundir *fn*, como é o caso da cartilha que aqui analisamos. No domínio das instâncias da enunciação em si, é como se o perfil *Lava Jato Notícias* se nivelasse a seu TU destinatário em termos de crenças e valores morais e dissesse: “eu sou um dos seus”. No entanto, na esfera dos seres sociais (EUc e TUi), esse jogo discursivo acaba deixando escapar suas fragilidades por dar pistas de suas “supostas intencionalidades”, a de informar, mas não necessariamente de agir como tal, já que “desinforma” por meio das *fn*.

Esse tipo de situação, acreditamos, ilustra um pouco o que Charaudeau (2010b) classifica como discurso com intenções manipuladoras, como mencionamos no Capítulo 4, em que se instaura uma espécie de armadilha para “fisgar” o destinatário. Num sentido particular, estaríamos diante de uma “incitação a fazer” (visada que busca formar uma opinião e/ou alterá-la), num jogo em que

[...] o manipulador *não revela seu projeto* de realização e o maquia sob um outro projeto que é apresentado como favorável ao manipulado (quer o benefício seja de ordem individual ou coletiva). A outra é que o manipulador, para melhor impressionar o manipulado, tira partido de certa posição de *legitimidade* que lhe é dada pela situação e joga com uma *credibilidade* que ele teria adquirido em outra parte. A consequência disso é que o manipulado, ignorando o verdadeiro teor deste projeto, se deixa persuadir por esta *falsa aparência* e entra no jogo de persuasão do manipulador sem se dar conta. Assim sendo, a manipulação vem acompanhada da ilusão, pois há a relação entre um influenciador-manipulador que esconde sua intenção e um influenciado-manipulado que ignora esta intenção. (Charaudeau, 2010b, p. 68, grifos no original).

Esses vestígios de manipulação nos apontam, entre outras questões, para outras problematizações a serem (ainda) aprofundadas no decorrer de nossa análise como um todo. São elementos que nos fazem refletir, por exemplo, sobre a noção de contrato de informação (midiático), tal como proposto por Charaudeau, sobre a questão ética/moral do discurso e discutir a própria subjetividade frente às *fn*, que é um dos principais intuits de nossa pesquisa.

## 5.6 O PAI DO “KIT GAY”?

Desde o início deste trabalho, temos mencionado com certa frequência o termo “(des)construções narrativas” com o intuito de orientar um dos nossos objetivos de análise,

especialmente, nesse caso, quando nos referimos a desdobramentos discursivos decorrentes dessa temática relacionada ao “*kit gay*”, uma das temáticas exploradas pelas *fn* em 2018. No início deste capítulo, inclusive, fizemos um pequeno resgate histórico para situar, temporalmente, o (re)surgimento dessa “discussão” no Brasil, que seria em 2004. A partir daí, podemos dizer que se delineou a disseminação, de forma esparsa e descontínua, de um discurso marcado pelo tom de um conservadorismo, defensor dos “bons costumes” e dos valores “cristãos”, mas que parecia faltar algo que lhe desse maior “robustez” e/ou importância narrativa. Tais “lacunas”, acreditamos, foram, de certa forma, preenchidas e utilizadas no contexto situacional de 2018, no qual se acrescentou ao discurso do “*kit gay*” um motivo e/ou objetivo, a ênfase numa autoria e o surgimento de elementos que pudessem ser vistos como sendo a sua possível materialização.

No contexto das eleições, podemos imaginar que o resgate de tal temática teve, como um dos seus principais objetivos, contribuir para que o então candidato conservador saísse vitorioso do pleito. O quesito autoria se daria pela ênfase na figura do “criador do ‘*kit gay*’”, no caso, o então presidenciável Fernando Haddad. E, por fim, a “prova” pela materialidade passaria pela possibilidade de mostrar às pessoas, inclusive com o requinte do apelo visual, outros “produtos finais” resultantes desse “projeto ‘*kit gay*’”, como é o caso da “mamadeira erótica” que analisamos mais adiante.

### 5.6.1 O parecer crível, o parecer ético

Debruçando-nos, primeiramente, então, sobre uma suposta tentativa de se atribuir uma autoria ao chamado “*kit gay*”, como percebemos no exemplo acima (FIG. 22), propomos aqui algumas reflexões que podem nos nortear na análise dessa construção narrativa, no caso, potencializadas pelas notícias falsas. Curioso notar que, ao contrário da relação de engodo supostamente associável às *fn*, esses martelamentos<sup>148</sup> em torno de um personagem criador do “*kit gay*” parecem funcionar como pseudomarcadores de credibilidade e/ou de eticidade em tal discurso.

---

<sup>148</sup> Conforme Fiala (2014, p. 453), referimo-nos aqui a martelamentos verbo-visuais que podem contribuir para um processo de *sloganização*, algo que discutimos no nosso quarto capítulo.

Figura 24 – Post do cartaz “*kit gay*” – 21 set. 2018.



Texto do *post* - *Se ele criou o “kit gay” para crianças de 6 anos de idade como ministro da Educação de Lula imagine a imoralidade que esse homem faria como presidente do nosso país. Contra um governo imoral e em favor do futuro de nossas crianças Haddad você tem meu Desprezo!!!!*  
#EleJamais

Fonte: perfil *Luiz Revolta Santos* (FB).

A questão da presunção dessa credibilidade seria incrementada, a nosso ver, justamente por essa tentativa de se mostrar ao interlocutor quem seria o responsável pela criação do “*kit gay*”. Nesse caso, a imagem de Fernando Haddad associado ao “*kit gay*” poderia contribuir para a validação dessa informação como crível e, ao mesmo tempo, “*exequível*”. Isso por se tratar de um ex-ministro da Educação, com “*conhecimento de causa*” e, naquele momento, com chances reais de chegar ao cargo de Presidente da República. Indo além, acreditamos que essa busca pelo “*parecer verdadeiro*” passa ainda pela tentativa de se valer de uma fonte reconhecível (ex-ministro Haddad) para dar robustez ao “*fato*”, algo mais do que salutar ao bom “*fazer jornalístico*”.

No âmbito da AD, a credibilidade, bem como a legitimidade e a captação, é tida por Charaudeau como um dos três espaços de estratégia do discurso. No caso que aqui analisamos, essa associação de Haddad ao “*kit gay*” e a disseminação dessa *fn* que se vale de elementos do jornalismo parecem querer simular uma “[...] prova do dizer verdadeiro, seja do ponto de vista da própria existência dos fatos em questão, seja do ponto de vista da explicação usada para dar uma razão de ser aos fatos”. (CHARAUDEAU, 2014a, p. 144).

No que diz respeito à questão ética, recorremos a Paveau (2015), que, em suas investigações sobre o discurso virtuoso, diz que o evidencial pode ser capaz de sinalizar uma suposta natureza ética, ou não, presente num determinado enunciado. No caso específico que agora analisamos, acreditamos que essa atribuição de autoria ao chamado “*kit gay*” pode, sim, funcionar como uma tentativa de se marcar no enunciado a presença do evidencial, de uma fonte “crível” na figura do ex-ministro da Educação. Se ampliarmos a análise para além do âmbito do conteúdo e pensarmos na posição do enunciador, como propõe Paveau, poderíamos dizer que há uma tentativa de se mostrar certas disposições virtuosas do enunciador. No nosso entendimento, estaríamos falando aqui daqueles enunciadores mais imediatos, aqueles que, para Charaudeau, comporiam o espaço interno do ato de linguagem. Queremos dizer, nesse caso, em perspectiva charaudeana, que, ao apresentar uma suposta fonte, o EU enunciador pretende demonstrar também sua “honestidade” ao TU destinatário. A partir desse pequeno diálogo entre diferentes conceitos e perspectivas dentro da AD, arriscamos dizer que estaríamos diante de uma virtude capaz de se mostrar, ao mesmo tempo “ética, epistêmica e discursiva”. (PAVEAU, 2015, p. 222-223).

### 5.6.2 Recepção e vestígios de uma harmonia discursiva

Sempre atentando para a reflexão sobre a construção narrativa, conforme resgatamos anteriormente, não nos causa estranheza a recorrência, nas *fake news* analisadas, de elementos capazes de passar certa ideia de coerência e/ou harmonização discursiva entre os enunciados. E esse tom parece estar presente já na temática mais geral sobre o “*kit gay*”, como já vimos aqui, seguindo também em alguns dos seus “sub-produtos”, digamos assim, capazes de agregar certa robustez e continuidade à narrativa durante um período de tempo, ao menos. Esse é o caso, por exemplo, de similaridades percebidas ao analisarmos alguns efeitos de recepção presentes na temática geral e nesse *post* sobre o criador do “*kit gay*”.

Se observarmos as tópicas do *pathos*, por exemplo, não é difícil identificar uma tentativa de se reivindicar ao destinatário (TUd) uma adesão, estimulada, sobretudo, pela angústia e/ou medo de ver o seu filho, de 6 anos, exposto ao “*kit gay*”. No caso específico do *post* do cartaz (FIG. 24), tais efeitos patêmicos poderiam ser potencializados, a nosso ver, ao se contrastar termos como “criador do ‘*kit gay*’” e “crianças de 6 anos”, associados a palavras não menos patêmicas como “imoralidade” e/ou “imoral”, presentes no *post*. Em outras palavras, é como se estivesse dizendo, em tom de alerta: “cuidado, quem já foi capaz de criar o “*kit gay*”, se com poder e na

condição de presidente, vai atacar ainda mais as nossas crianças indefesas e destruir os nossos valores morais”. Por fim, recomenda-se, literalmente: “se você defende as crianças, não vote nele”.

Indo um pouco além do *post* em si (FIG. 24), notamos que, paralelamente ao contexto situacional em que essas *fn* eram disseminadas, outras publicações também circulavam, seja reforçando, seja ampliando ideias similares. Nesses casos, além de reforçar a narrativa de Haddad como criador do “*kit gay*”, ampliava-se seu teor, na medida em que o então presidenciável era acusado de defender o incesto (FIG. 27), querer legalizar a pedofilia (FIG. 26) e/ou a submissão das famílias e suas crianças ao Estado, no que se refere à questão do gênero (FIG. 25). Isso tudo, sempre realçando a fragilidade infantil frente à “degradação moral” e remetendo a palavras e/ou expressões com potencial para despertar a angústia e/ou medo, portanto, patêmicas.

Figura 25 – Criança propriedade do Estado – 23 set. 2018.



Fonte: *Mulheres com Bolsonaro (FB)*.

Figura 26 – Legalização da pedofilia – 23 set. 2018.



Fonte: Perfil pessoa não pública *FB*.

Figura 27 – Haddad defende incesto – out. 2018



Fonte: Reprodução *FB* e *Twitter*.

Legendas: a) *Post* primeiro sobre incesto (Perfil Olavo de Carvalho – *FB*)

b) Meme sobre incesto (Reprodução *FB*)

c) Reprodução comentada do *post* (*Twitter* Carlos Bolsonaro).

Ou seja, de forma semelhante ao que observamos na discussão em torno da temática geral (seção 5.5.1), vê-se, no *post* em si e em suas implicitudes mais amplas, uma tentativa de se despertar no receptor um estado emocional negativo, do medo e/ou angústia, em função de um “perigo iminente”. No entanto, o enunciado traz, ao mesmo tempo, uma possível solução, um alívio e/ou cura para “esse mal”, que seria a recomendação “não vote nele” (FIG. 24). Essa “solução do bem”, inclusive, em contexto mais amplo, aparece em outras publicações que circulavam nas redes sociais, como já apontamos, em que o então presidencial JB aparece como a figura de um herói, capaz de combater o “*kit gay*” (FIG. 17 e 18).

### 5.6.3 Recepção e engajamento: o que dizer da subjetividade?

Fizemos, anteriormente, algumas considerações sobre possíveis relações patêmicas que podem ser percebidas tanto com base na narrativa geral acerca do “*kit gay*”, quanto nos

desdobramentos de seus subprodutos (o criador do “*kit gay*”?), o que sugere certa relação de harmonia discursiva. Ainda com o olhar voltado para a esfera receptiva, buscamos, agora, estender um pouco mais a análise, com o intuito de refletir sobre outros elementos que podem estar imbricados, ainda que implicitamente, nesse processo de construção narrativa. Uma dessas discussões passa, inevitavelmente, pela questão da subjetividade e, nesse caso em específico, por reflexões acerca dos saberes e das representações.

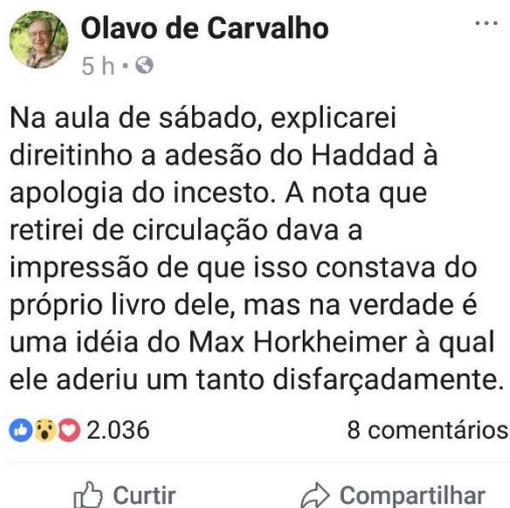
Um dos primeiros pontos que gostaríamos de (re)lembrar é que, se estamos discutindo a questão dos efeitos patêmicos nas *fn* sob a ótica charaudeana, estamos considerando a existência de elementos que sugerem certa autonomia do sujeito em meio a esse processo. Isso não quer dizer, no entanto, que não devemos levar em conta leituras outras que mostrem certo apagamento dessa subjetividade, especialmente no que se refere à capacidade de discernimento crítico desse sujeito. E a partir, justamente, desse ponto, somos levados a ampliar um pouco a discussão em torno da instância receptiva.

Para essa análise, partimos de um dos desdobramentos das *fn* envolvendo o então presidenciável Haddad, conforme mencionamos (FIG. 27), que tenta associá-lo a alguém que, em nome do “socialismo”, é capaz de defender o incesto. Além do conteúdo em si dessas postagens, chamou-nos atenção o engajamento em torno da questão, tanto em termos quantitativos, quanto de velocidade na sua disseminação. Essa nossa percepção ganhou destaque, principalmente, porque se trata de um *post* feito inicialmente pelo astrólogo Olavo de Carvalho (FIG. 27 a), considerado o “guru do bolsonarismo”<sup>149</sup>, mas que foi apagado horas depois pelo próprio Olavo, alegando que havia se equivocado em sua interpretação (FIG. 28). A mensagem, no entanto, já havia ganhado repercussão imediata, como se pode ver, por exemplo, num *post* de Carlos Bolsonaro (FIG. 27 c) e em um meme com o assunto, que passou a circular rapidamente pelas redes sociais (FIG. 29 a, 29 b), inclusive depois da correção.

---

<sup>149</sup> “Ignorado nas universidades do país e tido como figura folclórica da direita nas redes sociais, filósofo [Olavo de Carvalho] sai da obscuridade ao indicar dois ministros do novo Governo”. Disponível em: <https://bit.ly/31Kr285>. Acesso em: 16 jul. 2021.

Figura 28 – Correção de *post* sobre apologia do incesto – 23 set. 2018



Fonte: Perfil Olavo de Carvalho (FB).

No que se refere, primeiramente, ao tom adotado nessas postagens e seus possíveis efeitos na instância receptora, podemos imaginar que conteúdo e repercussão, no caso, com reação imediata e volumosa das pessoas, podem guardar importantes correlações entre si. Ainda dentro da discussão em torno da esfera patêmica, vimos que, muitas vezes, a identificação de fronteira entre os saberes de conhecimento e os de crença, necessária para conferir inteligibilidade de mundo a certas trocas sociais, é porosa e nem sempre facilmente reconhecível (Charaudeau, 2006, p. 199). E isso é o que parece acontecer, de uma maneira geral, com as *fn*, mas que é facilmente perceptível nesses *posts* que tentam associar Haddad à questão do incesto. No nosso caso específico, podemos notar, por exemplo, como base no meme que foi amplamente divulgado (FIG. 27 b), uma tentativa de se explorar saberes de crença que demandem uma reação avaliativa do leitor, conforme observa Charaudeau (2007a).

Dessa forma, uma leitura possível de acionar supostos saberes de conhecimento, já que Olavo de Carvalho cita a referência de um livro, acaba sendo suplantada ou, no mínimo, neutralizada pela descrição primeira do meme. Estamos falando do uso do termo “BOMBA”, acompanhado de uma representação em forma de imagem do artefato e de um texto mais contundente, também em caixa alta: “LIVRO DE HADDAD DEFENDE SEXO ENTRE PAIS E FILHOS”. Ou seja, estaríamos diante de um claro apelo emocional, convidativo para que o leitor aja, manifeste-se, o que pode explicar, ao menos em parte, a mobilização em torno de tal *fn* e do meme em si (Ver

números na FIG. 29). Segundo Charaudeau (2007a)<sup>150</sup>, esse tipo de abordagem discursiva mostra que o uso das palavras é capaz de mobilizar certas representações e instigar uma reação avaliativa das pessoas. Em situações cotidianas, estratégias semelhantes muitas vezes são utilizadas em algumas manchetes de jornais que

[...] em vez de inclinar-se para saberes de conhecimento (“o presidente da comissão entrega o relatório ao primeiro-ministro”), põem em cena saberes de crença que apelam para a reação avaliativa do leitor (“o presidente da comissão *entrega uma bomba* ao primeiro-ministro”). Assim, como se vê, são as palavras que apontam para as representações. (CHARAUDEAU, 2007a, p. 47-48, grifos nossos).

Indo um pouco além sobre o que pode ter contribuído para a mobilização em torno da *fn* em questão, outros possíveis interpretativos podem estar, a nosso ver, na observação das representações e suas características, sejam elas patêmicas, sejam sociodiscursivas. Se considerarmos o impacto que um tema como o incesto pode causar nas pessoas em nossa cultura, não é difícil imaginar que as reações passem, predominantemente, pelas emoções, mas sejam, de alguma forma, também orientadas pela questão dos valores morais e por certa racionalidade.

Conforme vimos no quarto capítulo, ao discutir as características patêmicas das emoções, Charaudeau (2010a) nos diz que essa situação acontece quando o sujeito se sente beneficiário ou vítima de determinado julgamento. Nesses casos, a relação patêmica leva o indivíduo a uma reação em conformidade com normas sociais às quais ele esteja submetido, sejam elas interiorizadas, sejam presentes em suas representações. No caso específico do incesto, podemos dizer que, apesar de não ser tipificado como crime no Brasil, a temática é tida como polêmica e condenável do ponto de vista moral e/ou religioso, principalmente. O Código de Direito Canônico, por exemplo, documento que é referência para a igreja católica e a anglicana, trata do assunto como “Impedimento de consanguinidade”. De acordo com o texto<sup>151</sup>, é nulo o matrimônio, em linha reta de consanguinidade, “[...] entre todos os ascendentes e descendentes, tanto legítimos como naturais”. Na linha colateral, a nulidade do matrimônio se estende até o quarto grau, inclusive.

<sup>150</sup> Raciocínio semelhante, proposto por Charaudeau (2007a) acerca dessa fronteira entre os saberes, foi utilizado em nossa dissertação (AZEVEDO, 2015).

<sup>151</sup> Disponível em: <https://bit.ly/3n1oYko>. Acesso em: 18 jul. 2021.

Tais fatores podem contribuir, a nosso ver, para a reação e o próprio comportamento do *webespectador* diante da ameaça representada por alguém que defenda o incesto, como sugerido nos *posts*. Embasados em Charaudeau (2010a), podemos dizer que, de um lado, as pessoas tendem a desatar seus estados emocionais, repreendendo e condenando as supostas intenções de Haddad, na medida em que se sentem, bem como suas famílias, potenciais vítimas de tais projetos do “socialismo”. A indiferença ou a não manifestação, nesse caso, poderia desencadear, nas palavras de Charaudeau, uma espécie de sanção moral e/ou social. De outro lado, temos também a questão dos valores morais, que poderiam, igualmente, levar o indivíduo a se posicionar diante de enunciados relacionáveis aos fatos e aos seres do mundo, um sistema de signos não isolados em que entram em cena as chamadas representações “sociodiscursivas”, como observa Charaudeau (2010a).

Figura 29 - Repercussão *fn* incesto – out. 2018.



- a) De acordo com Olavo, Fernando Haddad teria escrito em seu livro “*Em defesa do socialismo*” que era preciso se derrubar “o tabu do incesto” para a implantação do socialismo e que o candidato à Presidência defende a prática de sexo entre pais e filhos!!!

No perfil **Olavo tem Razão**, mantido por fãs do astrólogo no Twitter, a frase com a acusação contra Haddad teve mais **de 3 mil retweets** em poucos dias.

Será que essa história é verdadeira ou falsa?



- b) 



Fonte: Reprodução sites *E-Farsas* e *Aos fatos*

Legendas: a) Repercussão Incesto, perfis Olavo de Carvalho (*FB*) e *Olavo tem Razão* (*Twitter*) – (*E-Farsas*. 14 out. 2018).

b) Repercussão *tweet* Carlos Bolsonaro (*E-Farsas*. 14 out. 2018).

c) Compartilhamentos post *FB* (*Aos Fatos*. 15 out. 2018).

Até aqui, refletimos nesta seção sobre alguns fatores que podem estar ligados aos efeitos patêmicos na esfera da recepção. Ou seja, trabalhamos com a perspectiva charaudeana que vê um sujeito dotado de certa autonomia nesse jogo de trocas languageiras. No entanto, seguindo esse movimento pendular que propomos ao longo deste trabalho, faremos aqui também uma breve reflexão sobre um possível apagamento crítico desse sujeito frente às *fn* que pululam em suas redes sociais.

Acreditamos que os pontos destacados aqui, em torno dessas *fn* sobre o criador do “*kit gay*” e alguns de seus desdobramentos, iniciam-se, principalmente, por uma discussão que envolve possíveis distorções perceptíveis na relação dos sujeitos com o contrato de fala, previsto na TS. Se observarmos os autores dos *posts* que analisamos anteriormente, perceberemos que temos o perfil de um pastor (FIG. 24), de um grupo de apoio explícito ao então presidencial, *Mulheres com Bolsonaro* (FIG. 25), e de nomes como Olavo de Carvalho e Carlos Bolsonaro, nas Figuras “27 a” e “27 c”, respectivamente. Sem querer entrar em mais detalhes sobre tais páginas e/ou perfis neste momento, assunto que retomamos depois, ao falar sobre o *ethos*, podemos dizer que eles carregam em comum características e/ou posicionamentos que em nada pretendem demonstrar ou parecer, em termos de imparcialidade. Estamos falando, de maneira geral, de páginas e/ou perfis assumidamente conservadores ou ligados a religiões, como o caso do pastor ou do “filósofo da direita” Olavo de Carvalho, e/ou de outros que atuaram explícita e diretamente na campanha em favor de JB à presidência, como *Mulheres com Bolsonaro* e Carlos Bolsonaro. Indo um pouco além, podemos dizer que, salvo casos mais específicos, a maioria dos seguidores desses perfis o faz por se identificar ou concordar, de alguma forma, com o tipo de conteúdo ali publicado, reproduzido e/ou (re)discutido. Dessa forma, se pensarmos no contrato de comunicação idealizado por Charaudeau, estaríamos diante de um público ideal, na forma de um TUD, tendente a aceitar aquele conteúdo com pouca ou nenhuma ressalva. Seria a típica situação em que: “[...] O TUD é o interlocutor fabricado pelo EU como

destinatário ideal, adequado ao seu ato de comunicação. O EU tem sobre ele total domínio, já que o coloca em um lugar onde supõe que a intenção de fala será totalmente transparente para TUD.” (CHARAUDEAU, 2014c, p. 45).

Obviamente, estamos discutindo aqui o espaço interno do contrato de comunicação, o espaço do dizer, em que observamos, principalmente, as *fn* e seus possíveis efeitos entre os seres de fala. E é justamente nessa lacuna, nessa análise mais imediata das *fn*, sem muito esforço para entender seus implícitos e/ou as trocas languageiras entre os seres sociais (espaço externo, do projeto de fala)<sup>152</sup>, que acreditamos residir a possibilidade de (re)problematizarmos e/ou questionarmos essa ideia de relativa autonomia do sujeito que perpassa a TS charaudeana<sup>153</sup>. Nesse ponto convém reforçar, como já o fizemos antes, que não temos o intuito de criticar e/ou propor quaisquer revisões em pontos basilares de uma teoria já consagrada e reconhecida como a Semiolinguística e que, inclusive, é um dos principais pilares teórico-metodológicos dessa nossa pesquisa. O que queremos mostrar é que estamos diante de uma situação de comunicação específica, de certa forma ainda estranha e pouco explorada pela TS, e que demanda uma leitura igualmente atenta a suas especificidades. Em nosso caso, como temos analisado até aqui, é curioso destacar que estamos diante de um projeto de fala corrompido por uma visada de manipulação, ferramenta analítica que extraímos da própria teoria charaudeana. É a partir dessa constatação, inclusive, que nos é possível perceber esse sujeito minimamente refém do que lhe é apresentado em suas bolhas propagadoras de desinformação.

Ampliando então a leitura para além da TS, retomamos Dunker (2018) para discutir alguns aspectos das *fn* anteriores, problematizando ainda a questão da subjetividade, da recepção e do tipo de relação possível de se estabelecer levando-se em conta a chamada demanda funcional, icônica e acelerada. Voltando à *fn* que associa Haddad ao incesto; vimos que o *post* foi feito inicialmente a partir da página de Olavo de Carvalho, tendo sido apagado horas depois, mas continuou sendo replicado por seus seguidores, inclusive pelo filho do então presidente, Carlos Bolsonaro (FIG. 29b).

---

<sup>152</sup> Em momento oportuno, retomamos a análise considerando também os seres sociais no âmbito dos sujeitos comunicantes e interpretantes do ato de linguagem.

<sup>153</sup> Importante ressaltar que tal posicionamento é de nossa autoria, já que a TS não se baseia na análise de produtos da pós-verdade, como as *fn*.

### Figura 30 – Posts sobre incesto apagados

Não é verdade que Fernando Haddad, presidenciável do PT, escreveu em livro que o incesto deve ser aceito pela sociedade, como tem sido disseminado em diversos **posts** nas redes sociais após publicação do filósofo Olavo de Carvalho **no Facebook** neste domingo (14). Ele se **corrigiu** e apagou o post horas depois, mas isso não impediu a disseminação da informação falsa na internet.

No Twitter, o vereador carioca Carlos Bolsonaro, filho do presidenciável Jair Bolsonaro (PSL), **publicou** uma imagem do post de Carvalho e escreveu em letras maiúsculas: “É isso que você quer ver governando o país?”. Após Carvalho admitir que havia publicado uma informação falsa, o vereador também apagou o tweet, que estava fixado no seu perfil.

Fonte: *Site Aos Fatos* – 15 out. 2018<sup>154</sup>.

Do ponto de vista da nossa análise, esses *posts* apressados, depois apagados, bem como sua repercussão em forma de compartilhamentos, coincidem, a nosso ver, com as reflexões levantadas por Dunker (2018) sobre a questão da aceleração e das demandas funcional e icônica. Independente de pensarmos na intencionalidade, ou não, de se divulgar algo não comprovável, devemos lembrar que o contexto situacional dessas publicações remonta uma disputa pelo segundo turno das eleições de 2018, com votações que aconteceriam no dia 28 de outubro. Ou seja, além das particularidades da pós-verdade em si, apontadas por Dunker, e dos comportamentos humanos aflorados desse universo digital, estaríamos diante de um cenário de enfrentamentos visando ao poder. Dessa forma, se considerarmos Olavo de Carvalho e Carlos Bolsonaro personagens diretamente envolvidos nessa campanha eleitoral, percebemos, logo de início, que é possível enquadrar seus *posts* nessa questão da aceleração proposta por Dunker (2018). Segundo o autor, tal fenômeno estaria ligado a uma necessidade de performance com vistas nos resultados, primordialmente, em que os efeitos práticos são mais importantes que os próprios meios.

A aceleração é um fenômeno da cultura da performance generalizada, derivada do universo da produção e da soberania do resultado. Pós-verdadeiros são os homens e as mulheres para os quais o efeito prático se impõe aos meios, o que equivocadamente se confunde com meritocracia. (DUNKER, 2008, p. 29).

No caso que aqui analisamos, acrescentaríamos que as posturas “pós-verdadeiras” adotadas por Olavo e/ou Carlos Bolsonaro certamente cumpriram seu papel quanto aos efeitos, já que foram amplamente compartilhadas, mesmo depois de desmentidas e/ou apagadas.

<sup>154</sup> Disponível em: <https://tinyurl.com/pais-filhos>. Acesso em: 18 jul. 2021.

Considerando as *fn* sobre o incesto como parte de um constructo discursivo mais amplo, cujo intuito pareça passar certa ideia de harmonia narrativa, como vimos no início dessa seção, imaginamos que sua grande repercussão também não seja algo que nos cause surpresa. Falamos isso, principalmente, porque acreditamos que os grupos já inseridos nesse circuito de aceitação e disseminação de assuntos relacionados ao “*kit gay*”, por exemplo, estejam sempre à espera de novidades, de algum “novo produto” que justifique a sequência dessa narrativa. Dentro dessa ótica, a estratégia de uma comunicação harmônica em torno do “*kit gay*” pode ir ao encontro de uma propensão humana, sobretudo em meio às novas conformações digitais, de se “deixar levar” por uma funcionalização de sua vida, no caso potencializada pela pós-verdade. Isso é o que Dunker (2018) observa sobre o atual estado da “vida em formato de demanda”, em que as pessoas tendem a preferir o que lhes chega de forma rápida e não ambígua e, conseqüentemente, também decidir frente a isso de forma célere e icônica.

É preciso saber, e de preferência de modo não ambíguo e rápido, o que o outro quer de nós em determinada situação. É o que se poderia chamar de vida em formato de demanda. Onde há um encontro é preciso decidir rápida e iconicamente o que os envolvidos querem, e a negociação tende a ser curta, porque as variáveis de contexto se impõem dramaticamente. (DUNKER, 2018, p. 30).

Em outras palavras, imaginamos que todo esse “alvorço discursivo” em torno do incesto já era esperado por certos grupos, representando um ingrediente a mais para alimentar uma narrativa mais ampla, a do “*kit gay*”. Independente de se corrigir ou retirar as postagens depois, esses grupos já “sabiam” o que se esperava deles, ou seja, uma leitura rápida dos *posts*, desatenta, desprovida de ambigüidades e, conseqüentemente, pronta para uma negociação curta e urgente de compartilhamentos, afinal, tratava-se de uma “arma” a mais numa disputa eleitoral que se aproximava.

#### 5.6.4 Uma reflexão sobre *ethos*, memória e imaginários

Ao refletirmos anteriormente sobre uma suposta tentativa de se atribuir uma autoria ao “*kit gay*”, perpassamos algumas páginas e/ou perfis que atuaram na disseminação de conteúdos relacionados à temática. Para discutir a questão do *ethos* e dos imaginários, no entanto, optamos por analisar com mais afinco apenas um dos perfis engajados nessa empreitada, mas não menos representativo, que se intitulava *Luiz Revolta Santos* (FIG. 31). Tal escolha se dá, principalmente, por se tratar de um perfil que se esquia por trás de uma suposta neutralidade

e que não assumiria, ao menos de imediato, um papel direto de “cabo eleitoral” de JB nas eleições, como é o caso de Carlos Bolsonaro, *Mulheres com Bolsonaro* e/ou o do próprio Olavo de Carvalho, como vimos.

Figura 31 – Perfil disseminador de *fn* “*kit gay*” – *Luiz Revolta Santos*



Fonte: Reprodução *FB* – 20 nov. 2018.

Antes de refletirmos sobre a questão do *ethos* e dos imaginários, propriamente ditos, destacamos o súbito engajamento alcançado pelo *post* em si (FIG. 24) num perfil até então sem grande expressividade e/ou alcance (FIG. 31). Tal fator, a nosso ver, certamente contribuiu para que a postagem em questão ganhasse tamanha visibilidade, tornando-se objeto de análise, inclusive, pelas próprias agências de checagem.

Analisando, especificamente, a linha do tempo do perfil em questão, Santos (2019) observa que suas postagens mais compartilhadas se alternavam entre temas religiosos e políticos, sempre a favor do então presidenciável JB. A pesquisadora destaca ainda que a frequente publicação de fotos e imagens pessoais no perfil podem indicar que não se trata de uma conta *fake*, apesar de não descartar a existência de perfis contratados para disseminar informações de interesse dos candidatos durante as eleições. Para comparar quantitativamente as postagens habituais do perfil e o caso específico do “*kit gay*”, Santos (2019) selecionou e analisou dez *posts* imediatamente anteriores à polêmica *fn*, partindo dos conceitos de cena de enunciação, de Maingueneau (2014b). A partir daí, a pesquisadora calculou, então, o “envolvimento” dessas postagens que, conforme critérios do *FB*, dizem respeito ao total de interações computadas por

determinadas publicações, incluindo curtidas, comentários e compartilhamentos. O Quadro 6 ilustra os resultados obtidos pela autora:

Quadro 5 – Comparação entre *posts* do perfil *Luiz Revolta Santos*

Nº	Data	Cena englobante (Tipo)	Cena genérica (post no FB)	Reações	Coment.	Compart.	Envolv. (Total)
1	30 maio. 2018.	Religioso	Imagem	10	-	-	<b>10</b>
2	01 jun. 2018.	Religioso	Vídeo	7	-	1	<b>8</b>
3	08 jun. 2018.	Pessoal	Foto	146	7	-	<b>153</b>
4	12 jun. 2018.	Pessoal	Foto	274	22	-	<b>296</b>
5	22 jun. 2018.	Pessoal	Atualização em foto de perfil	408	15	-	<b>423</b>
6	12 ago. 2018.	Pessoal	Fotos	56	2	2	<b>60</b>
7	07 set. 2018.	Pessoal	Foto	1	-	-	<b>1</b>
8	16 set. 2018.	Político	Vídeo (do próprio)	58	3	3	<b>64</b>
9	17 set. 2018.	Pessoal	Fotos	216	25	-	<b>241</b>
10	19 set. 2018.	Político	Enquete	15 (+ 92 votos)	15	2	<b>124</b>
11	21 out. 2018.	Político	Post Imagem do “ <i>kit gay</i> ”	941	998	62.000	<b>63.939</b>

Fonte: Santos, 2019, p. 112. (Houve adequações na tabela para fins didáticos e melhor visualização).

Como podemos perceber, houve um aumento atípico nos “envolvimentos” em torno dessa *fn* do “*kit gay*” em relação a outros *posts* publicados pelo mesmo perfil em datas próximas. Merece destaque aí, inclusive, o elevado número de comentários, 998, e de compartilhamentos, 62.000, que, como mencionamos antes, podem ser encarados como “posturas engajadas”, e não como meras “métricas de vaidade”, que estariam mais no âmbito das visualizações, cliques e *likes*. No que se refere a tal fenômeno, Santos (2019) levanta algumas hipóteses. Primeiro, a de que as informações falsas são capazes de chamar mais atenção e viralizar com mais facilidade, se comparadas a outros tipos de conteúdo, conforme defendem alguns autores. A segunda hipótese é a de que poderíamos estar diante do que tem sido chamado perfil de interferência, um ciborgue capaz de imitar a conta de uma pessoa real, ou até mesmo a possibilidade desse engajamento ter sido artificialmente “turbinado” pela atuação de robôs.

No que se refere aos nossos objetivos neste momento, não importa tanto identificar a autenticidade, ou não, do perfil em questão. Interessa-nos, sim, refletir sobre certos desdobramentos e/ou efeitos desses engajamentos, o que já fizemos em outra parte, de certa forma, bem como estimar o *ethos* discursivo possível de emanar a partir de um perfil com tamanho potencial de disseminação de notícias falsas. Atentando para alguns detalhes da conta *Luiz Revolta Santos*, chamou-nos atenção alguns componentes que podem nos ajudar a entender uma possível construção etótica acerca de tal perfil.

Como vimos (FIG. 31), o próprio nome do perfil já traz uma característica peculiar, ao usar o termo “Revolta” como se fizesse parte do próprio sobrenome do autor. Com tal identificação, pode-se visualizar a seguinte descrição: “*Um mero revoltado com a ação maligna na vida de muitas pessoas enquanto viver odiarei a injustiça... (sic)*”. Observamos ainda que o autor do perfil se descreve como “pastor”, “servo de Deus” e que seus aprendizados sobre a “fé” teriam como referência a “Igreja Universal”.

Conforme reflexões sobre o *ethos* no post da cartilha, partilhamos da ideia charaudeana de que é importante haver uma inseparabilidade entre o indivíduo e o campo das ideias, isso no sentido de que tais ideias não valeriam muito se vindas de alguém que não pareça crível e, ao mesmo tempo, suporte de identificação. É esse o nosso ponto de partida para discutir possíveis *ethé* associáveis a esse perfil, já que tamanho engajamento, acreditamos, não pode acontecer por acaso. Mesmo considerando eventuais interferências da máquina e/ou robôs nesse processo, é certo que o assunto ganhou repercussão e considerável visibilidade, o que, a nosso ver, pode estimular o chamado “comportamento de manada”, como vimos no quarto capítulo, capaz de arrastar e mobilizar seguidores. Com base, então, nessa desejável coerência entre o sujeito “crível” e suas ideias, podemos dizer que o perfil *Luiz Revolta Santos* reúne algumas características que se encaixam em dimensões do *ethos* conciliáveis e capazes de interagir entre si com certa harmonia. Estamos falando das três dimensões do *ethos* propostas por Maingueneau (2018), que são a categorial, a experiencial e a ideológica.

Dessa forma, se consideramos a dimensão “categorial” do perfil em questão, vimos que o autor, dentro do seu *status* discursivo, apresenta-se como um “pastor”, “servo de Deus”, ou seja, aparece como um pregador no que diz respeito ao seu papel relacionável à atividade da palavra. Na esfera extradiscursiva, podemos notar que se trata ainda de um homem “casado”, quem tem

uma família, e que usa aquele espaço digital também para postagens de cunho pessoal, como pode ser percebido, inclusive, no Quadro 6, elaborado por Santos (2019).

No que se refere à dimensão “experiencial” do *ethos*, ligada a características sócio-psicológicas estereotipadas, podemos dizer que a figura do pastor, principalmente em meio a certos grupos religiosos, é possível de vir associada à imagem de alguém que inspira confiança, protege, que mostra caminhos. Vindo do latim, a palavra pastor representa “o que guia ovelhas”, que cuida do rebanho, podendo ser atualizada no “contexto eclesial”<sup>155</sup> para “o que guia o povo”. E conforme destacam as *Diretrizes de Pastoralidade* da União Brasileira de Educação Católica (UBEC, 2018, p. 40):

Na simbologia bíblica, Deus é comparado ao pastor, aquele que tem, ao mesmo tempo, autoridade e solicitude para com suas ovelhas, que pastoreia, *cuida do rebanho, o responsável pelas ovelhas*. Jesus Cristo também é comparado ao bom pastor no Evangelho de João. Dessa perspectiva deriva o sentido de pastoral. (Grifo nosso).

Ainda dentro dessas dimensões do *ethos*, podemos observar que o perfil *Luiz Revolta Santos* não se restringe a um simples multiplicador de mensagens de cunho pessoal e/ou religioso. Já na denominação do perfil, percebemos o termo “Revolta” que se confunde com o próprio nome, sugerindo que ali teríamos abordagens com temáticas mais ampliadas. E é isso que o autor faz questão de demonstrar verbalmente na própria descrição do perfil, na medida em que se autodefine como “um mero revoltado com a ação maligna na vida de muitas pessoas”. Indo além na mesma descrição, o autor do perfil finaliza afirmando: “enquanto viver odiarei a injustiça...”. Ampliando a leitura para além de uma suposta postura “engajada” vista na descrição do perfil, podemos perceber ainda, pelo teor dos *posts*, que se trata de um perfil com posicionamento conservador, de direita, características reveladoras de uma dimensão ideológica do *ethos*, de forma coincidente com o que defende Maingueneau (2018).

## 5.7 A MAMADEIRA ERÓTICA...

Como mencionamos na seção anterior, diríamos que as *fake news* envolvendo a chamada mamadeira erótica e/ou seus eventuais desdobramentos parecem constituir uma espécie de desfecho ou “fechamento discursivo” a essa construção narrativa do “*kit gay*”, o que estaria representado agora, dentre outros aspectos, na sua materialização. Não que isso signifique o

---

<sup>155</sup> Disponível em: <https://tinyurl.com/pastoralidade>. Acesso em: 13 ago. 2021.

cessar das postagens em torno de tal temática, o que efetivamente não aconteceu. O aparente esforço de disseminação e o *timing* identificado nessas publicações nos levam a crer que pode haver, sim, um desejo de se passar certa ideia de “coerência narrativa” por trás de tal estratégia, elementos que retomamos logo adiante.

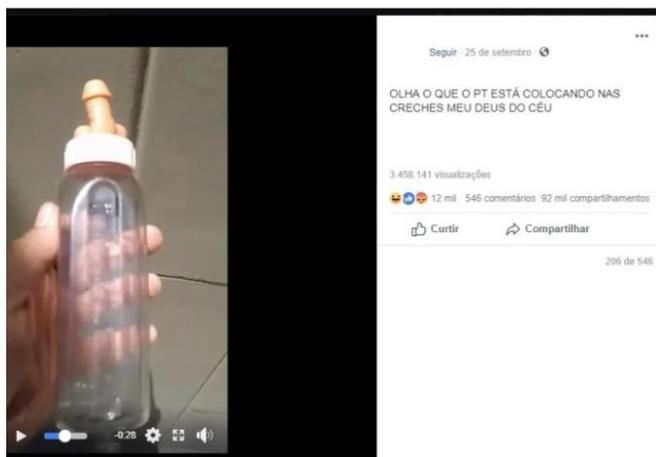
Antes de explorar outros desdobramentos, consideramos válido apresentar alguns detalhes importantes que podem contribuir para uma maior assertividade de nossa reflexão analítica acerca dessa *fn*. Diferentemente dos outros *posts* que analisamos até então, estáticos, estamos falando agora de um vídeo com características de uma produção caseira e duração de 54 segundos. Na gravação, imediatamente num primeiro momento, aparece alguém segurando e rodando com as duas mãos uma mamadeira transparente, com o bico coberto por uma tampa cor de rosa. Logo em seguida, em paralelo a esses movimentos das mãos, surge uma voz masculina, com sotaque supostamente nortista/nordestino<sup>156</sup>, que começa a falar sobre um tipo de mamadeira que estaria sendo distribuída nas creches, pelo PT, para serem usadas em crianças com a desculpa de se combater a homofobia. Em seguida, por volta dos 18 segundos, o narrador retira a tampa da mamadeira, mostra um bico em formato de pênis e dá sequência à sua fala, conforme transcrição do vídeo (FIG. 32). De acordo com apuração feita pela agência de checagem *E-Farsas* (2018), a mamadeira mostrada no vídeo existe, de fato, mas se trata de um brinquedo erótico que é comercializado em *sex shops*, podendo ser comprado também em plataformas de *marketplace*, como o site *Mercado Livre*, por exemplo. Conforme investigou o *E-Farsas* (2018), no entanto, tal mamadeira não foi distribuída em creches.

---

<sup>156</sup> Além da entonação, temos a contração de algumas palavras como olhe, por exemplo, que vira “ói”.

Figura 32 - *Post* e transcrição do vídeo – Mamadeira erótica – 25 set. 2018

Texto do *post* - *OLHA SÓ O QUE O PT ESTÁ COLOCANDO NAS CRECHES MEU DEUS DO CÉU*



Transcrição (vídeo): *Ó aqui, vocês que vota no PT. Essa aqui é a mamadeira distribuída na creche. Ó a marca aqui. Tá vendo? Distribuída na creche pra seu filho. Com a desculpa de combater a homofobia. Olha o bico como é. Tá vendo? O PT e Haddad pregam isso pro seu filho. Seu filho de 5, 6 anos de idade, vai beber mamadeira na creche com isso aqui. Pra combater a homofobia. Tem que votar em Bolsonaro, rapaz. Bolsonaro que é pra fazer o filho da gente homem e mulher. O PT e Haddad, Lula, Dilma, só quer isso aqui pros nossos filhos. Isso faz parte do “kit gay”, invenção de Haddad, viu?*

Fonte: perfil *Lourdes Silva* (Facebook)

Em termos de cenário, como dissemos, estamos diante de uma gravação caseira, notadamente feita sem roteiro, nenhuma produção sofisticada e/ou uso de qualquer outro aparato audiovisual que não seja o de um celular com câmera e conexão à internet. Complementando, imaginamos que o narrador esteja num ambiente externo, uma vez que se percebe a presença da luz solar e sombras das pessoas ao mesmo tempo, o que torna possível, inclusive, percebermos a presença de uma segunda pessoa, que poderia ter sido a responsável pela gravação em si. Também contribui para essa percepção de ambiente externo o fundo de uma parede com textura que sugere ser um muro, além de um piso semelhante ao de uma calçada e barulho de veículos passando próximo, como se fosse ao lado de uma rua.

A publicação começou a circular no dia 25 de setembro de 2018 a partir de um perfil do *FB* denominado “Jean Amaral”, mas teve sua veiculação proibida pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) em 30 de setembro<sup>157</sup>, ou seja, o vídeo deveria ser imediatamente removido daquele perfil pelo próprio *FB*. Mesmo após tal determinação, no entanto, o vídeo continuou a circular

<sup>157</sup> Representação de n. 0601530-54.2018.6.00.0000, feita a partir de pedido da Coligação “O povo feliz de novo” e Fernando Haddad ao TSE. Disponível em: <https://tinyurl.com/3kayan8t>. Acesso em 06 set. 2020.

no FB em outros perfis no mês de outubro, como é o caso do “Lourdes Silva”, que foi também enquadrado posteriormente na mesma ação do TSE, em 4 de outubro. Nessa data, mesma semana em que ocorreria a votação em primeiro turno, 7 de outubro, o vídeo em tal perfil contava com 4,9 milhões de visualizações e 96 mil compartilhamentos, conforme consta no próprio processo do TSE.

Tomando como referência apenas a amostra quantitativa do *FB* anterior, sem considerar a repercussão em outros perfis, plataformas digitais e/ou aplicativos, já podemos dizer que o vídeo em questão chama a atenção pelo alto poder de engajamento. Na área de *marketing* digital, publicações com formato e poder de alcance semelhantes têm sido enquadradas em categorias que se assemelham a estratégias do chamado “*marketing* viral”. Conforme resgata Torres (2018, p. 276), o termo foi criado pelo então estudante da *Havard Business School* Tim Draper, tendo se popularizado no ano de 1997. Tal denominação, na visão de alguns especialistas da área, tem origem na já conhecida divulgação boca a boca, mas que agora ganha conformações outras com as novas tecnologias digitais.

[...] o nome marketing viral surge pela semelhança entre o efeito do boca a boca que parte de uma informação, texto, imagem ou vídeo divulgado e espalhado rapidamente e o que acontece com um vírus, que parte de um contágio inicial e acaba se espalhando, criando uma epidemia. A ideia é criar uma mensagem que se comporte na internet como se fosse um vírus e se espalhe pela rede *espontaneamente*, de consumidor em consumidor. Aqui a palavra vírus nada tem a ver com os vírus que infectam computadores, mas sim com o *ato espontâneo* de um consumidor enviar a mensagem para vários outros. (TORRES, 2018, p. 276, grifos nossos).

Deixamos destacados termos que remetem à questão da espontaneidade, propositalmente, para lembrar que devemos estar sempre atentos a certas particularidades do nosso objeto de estudo que podem relativizar esse suposto caráter espontâneo. Devemos considerar, por exemplo, que o vídeo em questão, identificado como *fn*, muito provavelmente não foi gravado espontaneamente, sem a intenção de alcançar um número expressivo de pessoas. Outro aspecto merecedor de atenção, entre outros, é que não sabemos se ou até que ponto esse engajamento tenha sido “artificializado” pela ajuda dos algoritmos e/ou participação de robôs, o que poderia comprometer, ao menos em parte, essa perspectiva da espontaneidade.

Feitas tais ponderações, mais genéricas, partimos adiante para uma análise mais específica do ponto de vista da AD, um enfoque que, vez ou outra, pode demandar eventuais (re)visitas aos apontamentos anteriores. Mas o enfoque principal, nesta etapa final da nossa análise, é discutir

aspectos que, a nosso ver, ficam evidenciados em função das próprias especificidades dessa *fn* que tem como tema uma “mamadeira erótica”. Entendemos ser importante refletir, então, sobre a questão da subjetividade frente ao atual momento de midiatização, sobre algumas leituras possíveis em torno do *ethos* e de eventuais efeitos de recepção e, sempre que necessário ou oportuno, fazendo correlações entre tais abordagens e o universo das representações e/ou imaginários.

### 5.7.1 Implicitudes do *ethos*, uma abordagem necessária

Como se pode notar no decorrer deste trabalho, aspectos quantitativos têm sido fundamentais para sustentar a nossa análise de uma maneira geral. Isso porque a audiência em torno das *fn* tem norteado boa parte do nosso raciocínio, desde a seleção do *corpus* até eventuais desdobramentos discursivos decorrentes de sua repercussão. Na esteira dessas possibilidades analíticas, a discussão sobre o *ethos* ganha fôlego, entre outros aspectos, por ser um dos possíveis “termômetros” para se estimar a adesão (ou não) dos sujeitos a certos posicionamentos, o que nos leva naturalmente também a reflexões envolvendo a esfera da recepção.

No caso desse vídeo da mamadeira erótica, bem como no recorte das postagens a ele relacionadas, talvez nos faltem alguns elementos para uma análise mais robusta acerca do *ethos* com certas categorias analíticas que temos utilizado até então, especialmente se considerarmos seus aspectos extradiscursivos. Isso, por estarmos lidando com perfis e/ou instâncias enunciativas não suficientemente identificáveis para o que aqui propomos. Dessa forma, diante das características do objeto em si, optamos por explorar o que for possível acerca do *ethos* com o aporte teórico-metodológico que adotamos, mas nos debruçando, complementarmente, sobre possíveis outras particularidades que possam ter contribuído para que tal *fn* se tornasse um viral.

Observando certas características do vídeo em si, vimos que a sua produção não nos fornece elementos suficientes para identificar o seu narrador, já que aparece apenas uma fala oral em que não é possível atribuir autoria, saber o seu perfil ou papel social, por exemplo. Nesse caso, não estamos nos referindo, exatamente, à figura da pessoa real que fala, uma vez que nos ancoramos na perspectiva aristotélica<sup>158</sup>, que sugere ser a “imagem de si” construída a partir

---

<sup>158</sup> A perspectiva aristotélica, conforme observa Amossy (2014), serviu de inspiração para as Ciências da Linguagem posteriormente estudarem o *ethos*.

daquilo que o “[...] orador produz em seu discurso, e não de sua pessoa real” (AMOSSY, 2014, p. 220). Como mencionamos antes, no entanto, concordamos com o pensamento de Charaudeau (2006, p. 116), que vê o *ethos* como resultado de uma dupla identidade que se funde em apenas uma. Ou seja, a fusão entre uma identidade social (o que o interlocutor sabe *a priori* sobre o enunciador) e uma identidade discursiva (manifestada no que é construído acerca do enunciador na enunciação). Na visão de Charaudeau (2006), dentro do espectro do discurso político, essa identidade social é que dá ao sujeito o “[...] direito à palavra e que funda sua legitimidade de ser comunicante em função do estatuto e do papel que lhe são atribuídos pela situação de comunicação”. (p. 115).

Para o caso que aqui analisamos, falta-nos mais pistas, justamente, relacionadas a essa identidade e/ou papel social do enunciador-produtor do vídeo em questão, o que acaba deslocando a nossa análise para a seara das representações e/ou estereótipos, principalmente, conforme veremos mais adiante com base no que defende Maingueneau (2008). Situação semelhante, acreditamos, ocorre ao discutirmos a perspectiva do *ethos* no âmbito de alguns dos perfis propagadores da *fn* em questão, mais especificamente os indicados anteriormente, “Jean Amaral” e “Lourdes Silva”. Neles, não foi possível identificar, num primeiro momento, expressividade dos seus papéis sociais que pudessem sustentar um *ethos* que parecesse, ao mesmo tempo, crível e suporte de identificação<sup>159</sup>, e nem “robustez” etótica o suficiente que possa ajudar a explicar tamanha repercussão dessa *fn*.

### 5.7.2 O “falar regional” como encenação etótica

Retomando outras especificidades do vídeo em si, como vimos na descrição de seus aspectos orais, percebemos se tratar de um homem com sotaque típico de alguém da região Norte ou Nordeste do Brasil, características que já nos sugerem o início de uma interessante reflexão sobre o *ethos*.

Ao discutir o processo da construção de imagem por parte de atores políticos, Charaudeau (2006, p. 167) nos diz que o *ethos* pode ser encenado com a ajuda de certos meios discursivos resultantes de intencionalidades e cálculos voluntários vindos do sujeito que fala. Esses

---

<sup>159</sup> Adotamos a perspectiva de Charaudeau (2006, p. 118) de que não se pode separar o *ethos* das ideias. Sob tal prisma, as ideias não valeriam muito se emanadas de alguém que não fosse, ao mesmo tempo, crível e suporte de identificação. (Ver Capítulo 3 deste trabalho).

procedimentos discursivos (ou linguísticos) capazes de fabricar o *ethos*, segundo o autor, são numerosos e diversos. Eles podem ainda ser utilizados de forma combinada ou não, sendo capazes de contribuir para uma construção de imagem positiva do orador ou negativa de um eventual adversário, por exemplo, no mesmo instante em que dão conta de tocar o afeto de um determinado público. Fazem parte desses procedimentos linguísticos, observa Charaudeau (2006), os chamados procedimentos expressivos, dentro dos quais se destacam o “bem falar”, o “falar forte”, o “falar tranquilo” e o “falar regional”, sendo este último “meio discursivo” de importância ímpar para discutirmos alguns aspectos desse nosso objeto de estudo.

O “falar regional” pode ser igualmente citado como procedimento expressivo, apesar de não poder ser fabricado voluntariamente (exceto pelos humoristas). É, provavelmente, por essa razão, portador de uma marca de autenticidade. Ao mesmo tempo em que revela o torrão natal ao qual pertence o orador, estabelece uma relação de proximidade com aqueles que participam dessa mesma origem. (CHARAUDEAU, 2006, p. 173).

Apesar de esses procedimentos apontados por Charaudeau (2006) estarem mais voltados à análise de falas dos agentes políticos em si, entendemos que a circulação da *fn* em questão ocorre em circunstâncias e propósitos político-eleitorais específicos, fomentada por alguém que acaba vocalizando o próprio tom de campanha adotado pelo candidato JB e demais correligionários. Tais particularidades, acreditamos, permitem-nos encarar o teor dessa *fn* como um discurso político, o que, na perspectiva charaudeana, também pode ser tipificável como um discurso propagandista e/ou de influência. Dessa forma, o “falar regional” do orador dessa *fn* sobre a “mamadeira erótica” já pode nos dizer algo sobre um possível *ethos* fabricado a partir dessa encenação narrativa.

Como vimos na citação anterior, por não ser voluntário, o procedimento expressivo do “falar regional” é capaz de transmitir certa ideia de autenticidade e, ao mesmo tempo, deixa revelar algo da origem do orador, estabelecendo uma relação de proximidade com o interlocutor. Ampliando um pouco a leitura para o caso específico que analisamos, podemos dizer que esses mesmos elementos, autenticidade e proximidade, são capazes de contribuir positivamente para a construção de um *ethos* mais do que desejável para o contexto de circulação e/ou eventuais propósitos estratégicos dessa *fn*.

O primeiro desses elementos, a autenticidade, favorece, a nosso ver, justamente uma tentativa de se conferir credibilidade a uma “informação” que é posta em circulação com o claro intuito

de denunciar uma determinada situação e influenciar o interlocutor, mas que não passa de *fn*. Ou seja, há um contraste entre esse desejo do parecer crível e/ou autêntico, presente no vídeo, e o que foi de fato apurado pelas agências de checagem (classificando seu conteúdo como falso) e que foi, inclusive, objeto de uma decisão judicial desfavorável. Nesse caso, paralelamente a essa ideia de autenticidade possível de ser transmitida pelo “falar regional”, o orador mostra o tempo todo o objeto da mamadeira em si e seus detalhes, numa tentativa, a nosso ver, de demonstrar um sentido de prova, de veracidade ao que é dito. Podemos perceber essa intencionalidade, por exemplo, nos recortes de fala a seguir, que vêm acompanhados de alguns *frames* do que aparece na evolução dessa fala (FIG. 33): “*Essa aqui é a mamadeira distribuída na creche. Ó a marca aqui. Tá vendo?*”, “*Olha o bico como é. Tá vendo?*”.

Figura 33 - *Frames* mamadeira erótica



Fonte: Reprodução (E-Farsas, 2018).

No que diz respeito a outra característica desse “falar regional”, a ideia de proximidade com o interlocutor, entendemos que o sotaque nortista e/ou nordestino da fala pode ter um efeito de certa forma dúbio, mas que, mesmo assim, tende a favorecer uma construção etótica positiva, dado o contexto situacional e outras circunstâncias do ambiente cognitivo, que indicamos logo adiante.

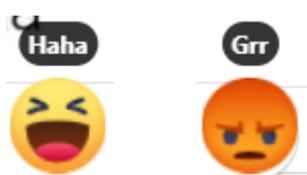
No espectro desfavorável desse quadro interpretativo, acreditamos, podem estar leituras que associem esse sotaque nordestino a algo engraçado, próximo do humor, o que poderia acabar comprometendo esse tom de denúncia e/ou autenticidade verificável na fala do orador. Estamos falando aqui de estereótipos (preconceitos?) associáveis a um jeito de falar (o nordestino) que, muitas vezes, potencializados pelas novelas e outros programas popularizados pela mídia em geral, acabam se enraizando no universo dos imaginários e/ou representações. Ao ilustrar

possíveis estímulos da mídia na proliferação desses estereótipos, Tamanini e Silva (2019) recorrem a reflexões presentes já nas primeiras páginas do livro *A invenção do Nordeste e outras artes*, de autoria do historiador Durval Muniz Albuquerque Jr., que nos convida

[...] a olhar o Nordeste na mídia: novelas, documentários, reportagens jornalísticas e, principalmente, programas de humor. O que geralmente aparece em cena é um lugar bem distante (de quem?), com *pessoas engraçadas*, que falam errado, se vestem com roupas emendadas, usam maquiagem exagerada, dão tiro e peixeiradas para todo lado. O que se encontra de comum em todas essas imagens pitorescas e risíveis é um discurso concreto que produz incômodo nos moradores da região e que pode gerar, ao mesmo tempo, uma intrigante aceitação do lugar de marginal frente a uma cruel *estratégia de estereotipização*. (TAMANINI; SILVA, 2019, p. 329, grifos nossos).

No caso de uma das postagens que divulgaram o vídeo da mamadeira erótica, o *blog Estadão Verifica* (2018)<sup>160</sup> observa que muitos dos usuários podem ter entendido a publicação como uma sátira, ironizando ou contestando o conteúdo nos comentários; ou, ao contrário, manifestando-se em tom de revolta ou indignação, o que sugere uma concordância com o conteúdo do *post*. Na ocasião da análise (27 set. 2018), o *blog* apurou que 4,3 mil pessoas haviam reagido iconicamente ao vídeo com *emojis*<sup>161</sup> humor (Haha), enquanto outras 2,2 mil se manifestaram em tom de indignação (Grr) (FIG. 34).

Figura 34 - *Emojis* de humor e indignação



Fonte: Reprodução *FB*.

Trazendo a discussão para o que aqui analisamos, diríamos que, entre os que reagiram com *emojis* de humor, nem todos queriam exatamente demonstrar contestação, tendo em vista, principalmente, certos imaginários associados aos nordestinos (“engraçados”) que mencionamos. Ou seja, parte dessas pessoas poderia apenas estar achando engraçado ou cômico o vídeo como um todo, sem contestar seu conteúdo, sendo que o tom regional pode ter contribuído para tal, caso tenha funcionado como uma estratégia de captação<sup>162</sup>.

<sup>160</sup> Disponível em: <https://tinyurl.com/mamadeira-erotica> . Acesso em: 10 set. 2021.

<sup>161</sup> Conforme mostram documentos internos do *FB*, comentários e *emojis* de emoção são vistos para eles como mais significativos do que curtidas. Disponível em: <https://tinyurl.com/2tmf94w9>. Acesso em: 14 out. 2021.

<sup>162</sup> No início deste capítulo, mencionamos, com base em Charaudeau (2014a), que a credibilidade, a legitimidade e a captação constituem os três espaços de estratégia do discurso.

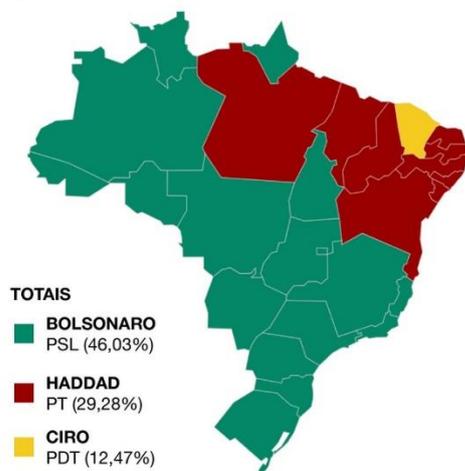
Em outra ponta dessas reações com humor, no entanto, podemos supor que, sim, as pessoas poderiam estar, no mínimo, estranhando aquela publicação. Isso poderia se dar, por um lado, em função de um efeito contrário a esse tom regional que, apesar, e por “ser engraçado”, não estaria à altura de inspirar confiança, de passar seriedade, algo próximo do que o professor Marcos Bagno classifica como “preconceito linguístico”, conceito que

[...] se baseia na crença de que só existe [...] uma única língua portuguesa digna deste nome e que seria a língua ensinada nas escolas, explicada nas gramáticas e catalogada nos dicionários. Qualquer manifestação linguística que escape desse triângulo escola-gramática-dicionário é considerada, sob a ótica do preconceito linguístico, errada, feia, estropiada, rudimentar, deficiente [...] (BAGNO, 2006, p. 40).

Por outro lado, dentro desse grupo que reagiu com humor, podemos supor que estariam aquelas pessoas mais céticas em relação ao vídeo como um todo, principalmente a seu conteúdo, independente do “falar regional”. Ou seja, esse grupo seria composto por aqueles que já seriam capazes de identificar que estariam, provavelmente, diante de uma *fn*.

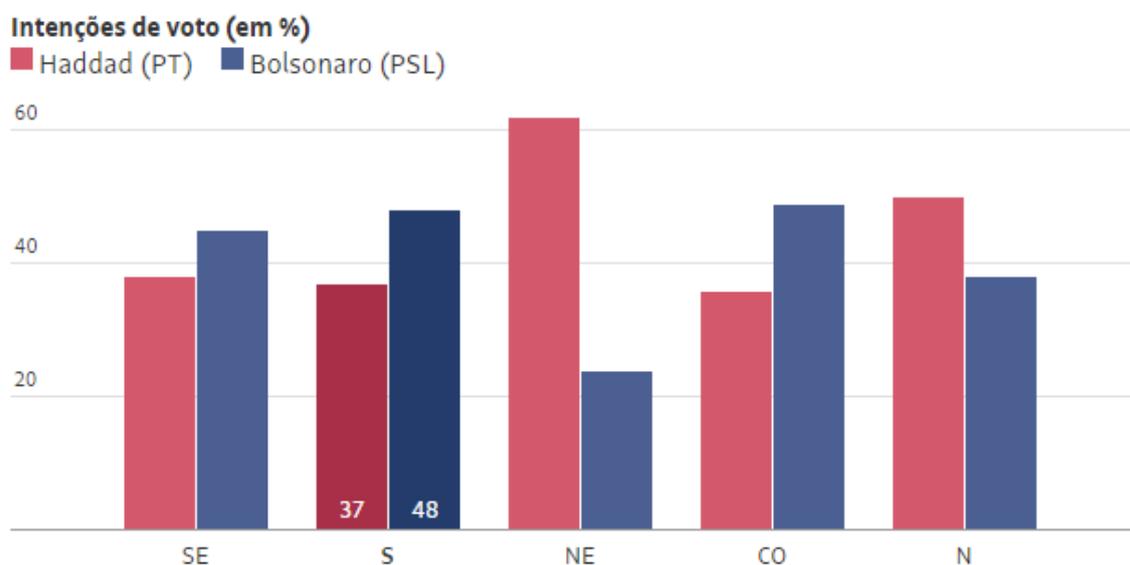
Retomando outro efeito desse “falar regional” na encenação do *ethos*, que é a ideia de proximidade, podemos dizer que tal procedimento expressivo foi utilizado, intencionalmente ou não, em um contexto situacional bastante oportuno e propício a uma construção etótica positiva. Estamos falando de uma disputa eleitoral em que as pesquisas de intenções de voto mostravam um cenário desfavorável para o então candidato JB nas regiões Norte e Nordeste, mais especificamente, conforme se pode perceber a seguir:

Figura 35 - Eleições presidenciais 1º turno 2018 – Votos por região



Fonte: TSE/Imagem criada pela *BBC Brasil*.

Gráfico 8 – Eleições presidenciais 1º turno 2018 – Votos por região



Fonte: Pesquisa Datafolha.

No caso do vídeo que analisamos, apesar de não estarmos lidando diretamente com a fala do então presidencial, o orador, com o seu falar regional (nordestino? nortista?), demonstra incorporar em sua construção narrativa um tom coincidente com aquele adotado por JB e seus estrategistas de campanha, especialmente nessa questão envolvendo o “kit gay” e sua “relação” com Haddad e o PT. Dessa forma, entendemos que essa possível proximidade etórica entre o orador e determinado público, em função desse “falar regional” e num momento eleitoral peculiar pode contribuir para que seja esboçada uma relação de proximidade também com a figura do próprio JB e suas ideias. Ou seja, podemos supor que, com a ajuda de *posts* como esses e seus inúmeros compartilhamentos, tem-se a possibilidade de se reduzir uma sensação de distanciamento, amenizando eventuais quadros de rejeição de JB nas regiões Norte e Nordeste, ao mesmo tempo em que são “demonizados” seus adversários. O trecho a seguir ilustra um pouco, acreditamos, das características dessa fala que analisamos: *“Tem que votar em Bolsonaro, rapaz. Bolsonaro que é pra fazer o filho da gente homem e mulher. O PT e Haddad, Lula, Dilma, só quer isso aqui pros nossos filhos. Isso faz parte do “kit gay”, invenção de Haddad, viu?”*.

Como podemos observar ao longo da análise, mesmo sem conhecer o seu rosto, perfil e/ou papel social, o orador do vídeo em questão deixa escapar alguns importantes índices da enunciação, elementos a partir dos quais nos é possível caracterizar um corpo para esse

enunciador, conforme defende Maingueneau (2011) ao falar sobre a configuração do “fiador” em sua concepção encarnada do *ethos*. Para o autor,

[...] o *ethos* implica uma maneira de se mover no espaço social, uma disciplina tácita do corpo apreendida através de um comportamento. O destinatário a identifica apoiando-se num conjunto difuso de representações sociais avaliadas positiva ou negativamente, em estereótipos que a enunciação contribui para confrontar ou transformar: o velho sábio, o jovem executivo dinâmico, a mocinha romântica... (MAINGUENEAU, 2011, p. 18).

Trazendo tal reflexão para o nosso objeto, vimos que o orador se destaca, entre outros aspectos, por se expressar em tom de revolta, indignação, de alerta num primeiro momento, diante de uma ameaça. Valendo-se de uma suposta autenticidade e proximidade proporcionáveis também pelo “falar regional”, acaba se autoautorizando, em seguida, a recomendar “aos seus” um nome de sua confiança, uma solução capaz de afastar aquela ameaça. Indo além, ao demonstrar revolta e indignação o tempo todo em sua fala, o orador consegue, a nosso ver, fazer prevalecer um certo tom de autoridade testemunhal, do ter visto ou presenciado. Isso poderia lhe conferir uma legitimidade não somente para deixar o seu alerta em relação àquele “risco” que as famílias e suas crianças estavam correndo, mas recomendar, enfaticamente, o então candidato Bolsonaro como a “melhor saída” para que aquele mal não se concretizasse. Apesar de implícito na fala, é como se o autor estivesse dizendo, obviamente com o suporte de um apelativo recurso visual: “olhem, pais, eu trouxe aqui essa mamadeira como prova, e sou testemunha de que seu filho corre um risco real”<sup>163</sup>. Como diz Maingueneau (2018), um “fiador” com habilidade para, por meio do seu tom, atestar o que é dito. Podemos notar, então, que autor do vídeo em questão revela de si um comportamento e uma maneira de se movimentar no espaço social que, dadas as circunstâncias político-eleitorais de sua divulgação, levam-nos a crer que estamos diante de um “fiador”, um militante engajado, um “bolsonarista”<sup>164</sup> que age em prol de uma agenda conservadora.

Em suma, esse tom de voz enfaticamente adotado pelo orador, que é ampliado por um considerável apelo audiovisual, deixa revelar importantes pistas para estimarmos o lugar do *ethos* nessa encenação discursiva. Com base, então, na perspectiva de Maingueneau (2008), podemos dizer que esse tom pode entrar como constituinte de sua concepção mais encarnada

<sup>163</sup> Retomamos outros detalhes sobre esse tom adotado ao refletirmos, mais adiante, sobre possíveis efeitos patêmicos potencializáveis a partir do vídeo.

<sup>164</sup> O termo “bolsonarista”, embora seja usado em geral para se referir a apoiadores de JB, tem sido cada vez mais associado a pessoas que adotam uma postura de hiper-radicalização na defesa das ideias propagadas pelo referido agente político. Disponível em: <https://tinyurl.com/art8yaks>. Acesso em: 01 out. 2021.

do *ethos* e, ao mesmo tempo, direcionar o nosso olhar para as três dimensões também capazes de interferir na formação etórica, que são a categorial, a experiencial e a ideológica (MAINGUENEAU, 2018).

No que diz respeito à dimensão categorial, o papel discursivo do orador, ligado à atividade da palavra, nos passa a ideia de um militante engajado, que fala expressando revolta e, ao mesmo tempo, em tom de campanha. Já com base na dimensão “experiencial, extraível de características sócio-psicológicas estereotipadas”, percebemos associado a esse tipo de militância o perfil de alguém que defende fortemente uma causa, ou seja, de um militante aguerrido, combatente, combativo etc. Por fim, como chegamos a comentar anteriormente, ao falarmos da presença do “fiador”, a dimensão “ideológica” estaria representada por um posicionamento do orador dentro de um campo político específico, postura que, no caso, coincide com a defesa de uma agenda conservadora.

### **5.7.3 Recepção: entre o patêmico e a distração**

Como temos feito ao longo deste trabalho, sempre que possível, procuramos observar, por um lado, aspectos relacionados à recepção (ou seus efeitos), levando-se em conta a perspectiva charaudeana dos efeitos patêmicos, que pressupõe um sujeito dotado de certa racionalidade (e autonomia). Por outro lado, propomos algumas reflexões que sugerem maior relativização dessa suposta autonomia, como, por exemplo, quando discutimos a percepção no âmbito do efeito de choque e/ou da retórica icônica. São, justamente, fragmentos dessas diferentes frentes provocativas que propomos explorar ao discutir os efeitos de recepção diante desse vídeo da mamadeira erótica, uma *fn* que se tornou viral.

Abordando, primeiramente, a questão patêmica perceptível a partir da análise desse vídeo, ampliamos um pouco o olhar charaudeano para sugerir que tais efeitos podem ser despertados não apenas pelo uso de palavras com potencial patêmico, mas pela predominância na fala de um forte tom de alerta e recomendação. Estamos nos referindo à voz de um narrador, obviamente complementar ao não menos provocativo aspecto visual, que parece impor ao interlocutor certo tom de desespero/indignação. Trata-se de uma estratégia narrativa que busca o tempo todo alertar os pais, principalmente, para a necessidade de se tomar cuidado e ficar atento ao risco que suas crianças correm, caso o candidato do PT chegue ao poder. Esse tipo de abordagem, para Charaudeau (2007b), suscetível de despertar emoções, parece-nos mobilizar

ao menos três tópicos do *pathos* coincidentes com essas possíveis reações, que são a tópica da “angústia” e seu oposto, a “esperança”; a tópica da “antipatia” e seu oposto, a “simpatia”; e a tópica da “repulsa” e seu oposto, a “atração”. Assim, pelo simples tom em que é narrado o vídeo, percebemos que a mesma mensagem (predominante) de angústia e/ou o medo de se ter um filho “doutrinado” pela ideologia do PT, o que seria digno de “repulsa” e “antipatia”, aponta uma possibilidade de alívio ou esperança. Isso, na medida em que o narrador, implicitamente, sugere ao eleitor que se deixe seduzir, ser atraído pela “simpatia” de um outro presidencial contrário a todos esses “males”, no caso o conservador JB. “Tem que votar em Bolsonaro, rapaz. Bolsonaro que é pra fazer o filho da gente homem e mulher”, diz o narrador em tom de recomendação. Esse tipo de abordagem discursiva, vale lembrar, está presente de uma forma ou outra nas outras *fn* que analisamos sobre o “*kit gay*”.

Indo além na nossa proposta de estudar a recepção a partir dos efeitos patêmicos e já entrando nas searas envolvendo o chamado efeito de choque e a retórica icônica, resgatamos aqui uma observação que já foi feita ao falarmos sobre o *ethos*, que é a possibilidade de considerarmos o vídeo em questão e sua repercussão sob o prisma do humor. De acordo com um estudo feito pela *Elon University*, da Carolina do Norte, em 2011, cerca de 30% dos vídeos que se tornam virais têm em comum a presença do “elemento riso” já nos seus 30 segundos iniciais. O levantamento revelador desse caráter humorístico dos virais foi feito a partir de uma análise que envolveu os vinte vídeos virais mais populares daquela época, de acordo com a revista *Time*<sup>165</sup>. Conforme já observado nesse vídeo que analisamos, apesar de a gravação do vídeo querer passar um tom de denúncia, a ideia de se mostrar com a imagem de uma mamadeira erótica, na verdade um produto de um *sex shop*, traz um apelo visual capaz de aticar um lado inusitado, cômico e até mesmo ridículo, para alguns.

Paralelamente a esse caráter humorístico, vimos que a produção do vídeo em questão explora, com certa habilidade, algumas possibilidades técnicas oportunizadas pelas novas tecnologias digitais. O aspecto caseiro desse vídeo traz, a nosso ver, embutida uma ideia de “emancipação” do seu idealizador, tanto do ponto de vista de sua relativa simplicidade de produção, quanto no seu caráter de independência em termos de edição e reprodução. Em outras palavras, diríamos que, diferentemente de outros tempos, esse tipo de formato pode ser produzido com estrutura mínima (de pessoal e material), sem precisar passar pelo crivo de um roteiro previamente

---

<sup>165</sup> Disponível em: <https://tinyurl.com/46ymzxtc>. Acesso em: 22 set. 2021.

estabelecido (e sujeito à aprovação) e ainda ser disponibilizado e reproduzido quase sem custo e/ou entraves técnicos a um número incalculável de pessoas.

Trazendo a perspectiva de choque, de Benjamin (2011), para esses novos tempos de “reprodutibilidade técnica”, podemos dizer que estamos diante de mudanças significativas nas formas de produção, reprodução e percepção, se compararmos o caráter “contemplativo” do público diante das obras de arte e do cinema, por exemplo, como observou Benjamin. Conforme mencionamos antes, não pretendemos adaptar, simploriamente, o pensamento benjaminiano a nosso objeto de estudo, mas, sim, procurar apontar similaridades e convergências, bem como refletir sobre outras possibilidades analíticas, dadas essas novas conformações digitais.

Quando nos deparamos com um vídeo como o que analisamos e sua repercussão, que se tornou viral e é apenas um exemplo de inúmeros outros hoje circulantes no universo digital, podemos dizer que a postura do receptor nesse processo tende a se aproximar daquela apontada por Benjamin (2011), mas deixa revelar também novas nuances, justamente em função de certas particularidades inerentes às novas tecnologias. Para esse caso que investigamos, entendemos que a presença do humor pode contribuir para que a instância receptora contemple o seu conteúdo de uma forma mais distraída e dispersa, de forma semelhante ao engendramento do chamado efeito de choque, na visão benjaminiana, que acontecia ao se analisar o cinema. Ou seja, no caso do nosso objeto, estaríamos diante de um receptor com um olhar tendente a não se fixar em algo especificamente, e que acaba vagueando em meio a outros elementos, propositalmente ou não utilizados pelo idealizador dessa gravação “independente”. Estamos falando, no caso, de elementos como um cenário improvisado e do aspecto caseiro, o lugar parecido com uma calçada perto de uma rua, um dia comum e ensolarado, e do enquadramento em um objeto que funciona como uma espécie de “vedete enunciativa”, que é a mamadeira erótica. Temos, ainda: 1) a ênfase na visualidade da(s) postagem(s) em si, como no exemplo, *“OLHA SÓ O QUE O PT ESTÁ COLOCANDO NAS CRECHES MEU DEUS DO CÉU”* (FIG. 36); 2) uma oralidade marcada por um tom, empostado, que busca passar uma ideia de autenticidade e aproximação com o interlocutor, como já debatemos; 3) bem como a onipresença do objeto materializado em si, uma mamadeira com bico em formato de pênis como “comprovação” do que estava sendo dito.

Figura 36 – Texto de postagem – Mamadeira erótica



Fonte: perfil "Lourdes Silva" (Facebook).

Além de bons candidatos a ajudar na dispersão do olhar do receptor, engendrando certo efeito de choque, acreditamos que essa simultaneidade de elementos também pode contribuir para que haja uma redução de ambiguidades no processo de interação. Especialmente se levarmos em conta os últimos três elementos citados, que dizem respeito ao texto do *post* em si, ao tom de fala do orador e ao apelo visual, podemos dizer que são colocados em jogo ingredientes que, além de não se conflitarem entre si, complementam-se rapidamente no sentido de reforçar o “recado” a ser passado com o vídeo. Ou seja, mesmo sem conhecermos exatamente a identidade ou rosto do orador, como discutimos ao analisar o *ethos*, a sua encenação parece ser capaz de oferecer ao receptor uma possibilidade de leitura rápida e não ambígua de seu estilo e/ou abordagem discursiva, uma espécie de “todo de uma só vez”, nessa empreitada de querer se vender um produto da “pós-verdade”. Aliás, como vimos anteriormente na fala de Dunker (2018), “[...] pós-verdadeiros são os homens e as mulheres para os quais o efeito prático se impõe aos meios” (p. 29). Ainda segundo o autor, o (re)surgimento da pós-verdade ganha corpo, justamente em meio a um contexto que demanda, cada vez mais, aceleração, performance e ausência de ambiguidades nos caminhos sinuosos que envolvem os processos de comunicação e interação humanas.

É preciso rapidamente ler a pessoa por seu estilo de aparência, por objetos de afirmação narcísica ou por seus pequenos gestos estilizados que nos oferecem, “de uma vez”, a essência da mensagem. O semblante, ou seja, a gramática das imagens que define algo ou alguém exige que sejamos rapidamente “enquadrados” em categorias disponíveis para que a interação não enfrente as ambiguidades que a experiência da fala traz consigo. (DUNKER, 2018, p. 30).

Considerando tal perspectiva, não seria exagero imaginar que a simples “bem-sucedida” produção de um vídeo possa ter caminhado, de mãos dadas, com todo o engajamento alcançado depois por essa *fn*, mesmo considerando eventuais artificializações desse processo no meio do caminho. Assim, ao mesmo tempo em que o enunciador aparenta ter obtido êxito na empreitada

de dar celeridade à sua mensagem, ele “espera”, e parece ter conseguido, fazer com que a instância receptora também dê continuidade, rápida e iconicamente, a esse processo, principalmente na forma de engajamentos. Ou seja, estaríamos diante de um terreno fértil à sobrevivência de produtos pós-verdadeiros, num movimento em que as pessoas se ligam e se desligam facilmente uma das outras e são levadas a dar respostas antecipadas, apressadas, o que acaba degradando a narrativa a um percurso sem memória, uma vez que sempre “[...] é preciso rapidamente acolher ou descartar, inibir ou estimular o progresso de comunicação com o outro”. (DUNKER, 2018, p. 29).

#### **5.7.4 Midiatização e subjetividade: empoderamento em curso?**

Como mencionamos antes, a perspectiva charaudeana dos efeitos patêmicos traz embutida a presunção de que estamos lidando com um sujeito dotado de certa autonomia, já que, para o autor, essas emoções possíveis de serem sentidas carregam consigo um lado racional, uma vez que são orientadas para um objeto ou para um objetivo. Ou seja, o sujeito estaria apto ou disposto a se posicionar, ou não, em conformidade com o seu interesse por determinada questão, o que necessariamente passaria pelo crivo do racional. Trazendo tal discussão para o âmbito do vídeo que ora analisamos, que tipo de reflexão poderíamos, então, instigar acerca dos objetivos a serem alcançados pelos sujeitos engajados nessa trama discursiva?

Se resgatarmos a própria origem do termo “Semiolinguística”, que permeia a obra de Charaudeau, vimos que o autor destaca o termo “Semio”, de “semiosis”, como um indicador de que a construção do sentido e sua configuração se dão por meio de uma relação entre forma e sentido. E esse processo, diz Charaudeau (2005, p. 13, acontece “[...] sob a responsabilidade de um sujeito intencional, com um projeto de influência social, num determinado quadro de ação”. Esse recorte epistemológico, por si só, já nos permite supor, no nosso caso, que o principal objetivo e/ou intencionalidade dos criadores, e também dos disseminadores do vídeo em questão, certamente passa por um projeto de influência político-ideológica (ou partidária?), num “quadro de ação” em que o que está em jogo é, sobretudo, uma disputa pelo poder. Estamos falando, então, de atores motivados a agir em prol da conquista de votos num embate eleitoral, pessoas que acabam ecoando vozes de um discurso político específico, seja de forma espontânea ou não.

Considerando o contexto e as condições de produção da *fn* que analisamos, podemos dizer que os seus objetivos e/ou o projeto de influência de quem a idealizou se torna facilitado em função do uso dos novos aparatos tecnológicos, como até chegamos a mencionar anteriormente. Entendemos ser notório que as novas ferramentas possibilitam uma considerável autonomia ou empoderamento dos sujeitos envolvidos, tanto no âmbito da produção e divulgação de conteúdos, quanto na posterior facilidade de interação e compartilhamento por parte da instância receptora. Do ponto de vista da produção, chama atenção ainda a possibilidade de manipulação ou materialização de um objeto, a mamadeira erótica, o que também é facilitado pelo uso das novas tecnologias e que, no caso que investigamos, soa como uma espécie de “fechamento discursivo” para a narrativa do chamado “*kit gay*”.

Resgatando Verón (2014), ao refletir sobre a evolução da midiatização da sociedade, o autor nos diz que a ocorrência desse tipo intervenção não é algo recente, mas, sim, o resultado da necessidade humana de exteriorização e/ou materialização de seus processos mentais, ou seja, uma necessidade de semiotização do pensamento. Trazendo tal raciocínio para o nosso atual contexto de midiatização, entendemos que pequenos recortes como essa *fn* da mamadeira erótica servem para ilustrar essa tendência da própria natureza humana, como aponta Verón, de estar sempre em busca de materializar ou semiotizar o pensamento. Não estamos dizendo que episódios como este, de forma isolada, sejam suficientemente capazes de representar ou resumir o atual estágio de midiatização pelo qual estamos passando. Não é exatamente a isso, inclusive, que Verón se refere quando fala sobre os fenômenos midiáticos.

No nosso caso específico, o *post* de um vídeo em forma de *fn* que acaba viralizando, podemos perceber, sim, certo projeto de influência de um sujeito que quer ressignificar algo, com o auxílio de considerável apelo visual, numa tentativa de conduzir o olhar, a interpretação e/ou opinião do seu interlocutor. A diferença é que não estamos mais na fase de transformar pedras em objetos pontiagudos que seriam apropriados por caçadores, por exemplo, em sequências indiciais que transformariam depois aquele objeto em uma flecha, um instrumento de trabalho com suas próprias características e “regras de manuseio”.

A percepção, de uma flecha com ponta de pedra por um membro primitivo da comunidade – um elemento material dentro do espaço psicológico imediato da comunidade – implica na ativação de um processo semiótico, propriamente falando: de trás para frente, em direção à sequência de comportamento técnico que leva à sua fabricação; adiante, em direção ao seu uso como instrumento para obter comida. Ambos os movimentos mentais são – seguindo as dimensões da tríade de Peirce –

seqüências indiciais (secundidade) contidas na configuração icônica (primeiridade) da ponta de flecha. Se na comunidade o apreensor for, digamos, um caçador, o movimento mental no que se refere às regras para o uso correto do instrumento (uma terceiridade) também provavelmente será ativado (VERÓN, 2014, p. 15).

No atual estágio de mediação, podemos dizer que as novas tecnologias possibilitam formas outras de materializações e/ou ressignificações semióticas, como é o caso dessa *fn* da mamadeira erótica que analisamos. Estamos falando da facilidade de se encontrar, provavelmente em um *sex shop*, um “produto” por si já ressignificado, e da facilidade de se gravar um vídeo com esse produto, certamente a partir de um celular, no meio do dia e ao lado de uma rua movimentada. Essa facilidade se estende ainda em função da, não menos hoje complexa, possibilidade de se disponibilizar instantaneamente essa gravação numa plataforma digital, propiciando sua visualização e interações por um incontável número de pessoas.

No recorte que analisamos, esse processo de materialização passaria ainda por uma tentativa de manipulação de um signo (ou signos) preexistente, o que nos leva a delinear um desfecho a essa discussão resgatando a importância da semiótica, mencionada no início desta seção. Sem querer simplificar um tema de tamanha importância e/ou complexidade, mas tentando extrair dele o que mais importa a esse nosso estudo, acrescentamos à discussão que a semiótica é um fenômeno eminentemente humano.

[...] a semiótica é o fenômeno típico dos seres humanos (e, segundo alguns, também dos anjos e dos animais), pelo qual – como diz Peirce – entram em jogo um signo, seu objeto (o conteúdo) e sua interpretação. Em consequência, o semiótico é aquele que nunca sabe o que seja semiótica, mas está disposto a apostar sua vida no fato de que ela existe. (ECO, 1989, p. 11).

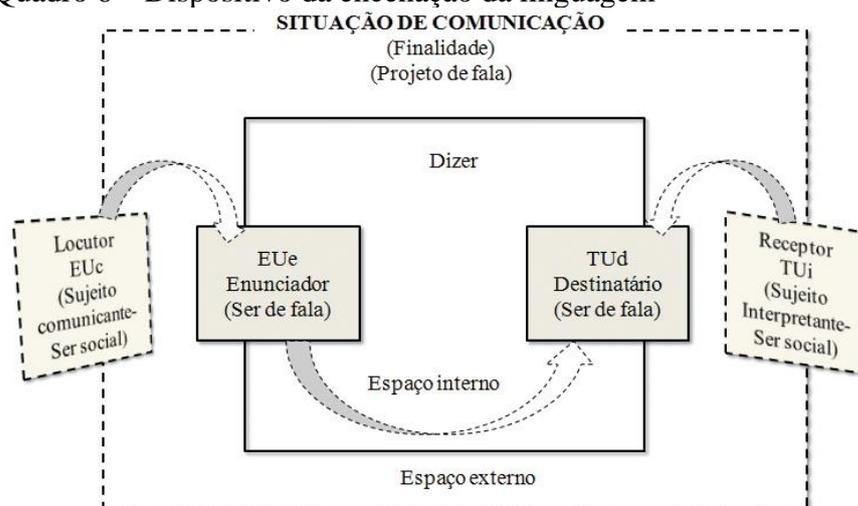
Sintetizando o que propusemos discutir nessa parte da análise, diríamos que a tentativa de materialização e/ou manipulação de signos, como vimos no vídeo em questão, deixa revelar a ação de um sujeito intencional, como quer Charaudeau (2005), que vislumbra fazer valer um projeto de influência social coincidente com seus objetivos político-ideológicos. No caso em estudo, vimos ainda a estratégia de alguém que age no sentido de ressignificar a construção de sentido de um objeto, a mamadeira, uma reconfiguração que acaba, de certa forma, conturbando uma relação, até então estabelecida, entre forma e sentido. Em suma, estaríamos diante de um processo de semiótica que, como vimos, trata-se de um fenômeno tipicamente humano e que independe do grau de amadurecimento da sociedade em relação a seu estágio de mediação. Ou seja, mesmo levando-se em conta a possibilidade de interferência da máquina ou outros mecanismos de artificialização desse processo, há uma considerável “margem de manobra” do

ator humano nesse percurso, condição manifestada especialmente em função de sua tendência “inata” de semiotização do pensamento (VERÓN, 2014). No entanto, em um aparente e interessante contrassenso, a possibilidade de empoderamento desse sujeito é subsidiada, justamente, por certas facilidades proporcionáveis pelas novas tecnologias, como podemos perceber nos ciclos envolvendo a produção, divulgação e engajamento em torno de um produto “pós-verdadeiro”.

## 5.8 REFLEXÕES SOBRE O CONTRATO, MEMÓRIA E A DIMENSÃO ÉTICA

Se considerarmos a noção de contrato em Charaudeau (2014c), partimos da ideia de um sujeito com relativa autonomia, minimamente capaz de posicionar-se, muitas vezes de forma imprevisível, diante de estratégias postas em jogo com o intuito de se estabelecer com ele um diálogo reconhecível. Do ponto de vista da instância enunciativa, como defende Charaudeau, trata-se de uma aposta comunicativa que pode, ou não, ser bem-sucedida, entre outros aspectos, em função de uma subjetividade que emerge desse processo de intercompreensão das falas. De uma maneira resumida, o “sucesso” (ou não) de um projeto de fala dependeria da convergência interpretativa (ou não) existente entre os sujeitos como seres sociais (EUC e TUi), espaço externo, e seres de fala (EUE e TUD), num espaço interno do dizer (QUADRO 7).

Quadro 6 – Dispositivo da encenação da linguagem



Fonte: Charaudeau, 2014c, p. 52.

Nota: Houve alteração na ilustração para fins didáticos.

Levando-se em conta as *fn* analisadas, levantamos aqui alguns pontos com o intuito de problematizar a questão dessa relativa autonomia (ou não) dos sujeitos, justamente em brechas

e/ou particularidades surgidas na interseção entre a proliferação de notícias falsas (os rearranjos da pós-verdade) e os limites da noção de contrato, advinda do pensamento de Charaudeau.

Se considerarmos as próprias estruturas narrativas em si das *fn* selecionadas, caracterizadas como falsas por grupos diversos de checagem, podemos notar, de uma maneira geral, uma omissão de intencionalidade no processo comunicativo, o que Charaudeau vê como sinal de que estaríamos diante de um discurso com fins manipulatórios. Não queremos dizer com isso, no entanto, no caso da cartilha e da autoria do “*kit gay*”, por exemplo, que os perfis *Lava Jato Notícias* e *Luiz Revolta Santos*, enquanto EUE, estejam ocultando totalmente suas verdadeiras intenções. Isso porque pode haver uma “coincidência” entre valores (e crenças) partilhados pelos enunciadores dos *posts* e seus seguidores (TUd), ou seja, haveria, sim, uma vontade explícita, e uma “parceria entre idênticos”, de se propagar tais crenças, apesar de suas encenações estarem “camufladas” pelas *fn*.

No que diz respeito aos locutores externos, na esfera dos sujeitos comunicantes (EUC), entendemos que o decifrar de suas implicitudes depende de acionarmos, entre outros deslocamentos, construções narrativas mais amplas nem sempre identificáveis com facilidade. Tais mobilizações passam, por exemplo, por pesquisas que mostram narrativas como o “*kit gay*” sendo trabalhadas, cristalizadas nos imaginários há mais tempo. Ou seja, não seriam meras construções mobilizadas pelo acaso ou por personagens guiados pelos seus universos de crenças isoladamente, apenas. Estamos falando de estratégias que podem estar a serviço de um projeto de maior amplitude, de disputas por espaço e pelo poder, peças que devem ser encaixadas num quebra-cabeça narrativo mais abrangente.

De forma mais específica, se considerarmos o avanço do conservadorismo dentro e fora do Brasil, é possível perceber no “*kit gay*” e nas próprias *fn* ecos de discursos e estratégias mais ou menos homogêneos entre alguns de seus “articuladores”. Um exemplo desses personagens pode ser o lobista e estrategista norte-americano Roger Stone (FIG. 37), tido por especialistas como um dos responsáveis pela ascensão de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos, em 2016. Conforme observa Aarão Reis (2020), Stone, também conhecido como “príncipe das trevas (ou da escuridão)”<sup>166</sup>, foi um dos principais “arquitetos” das redes de notícias falsas e mensagens de ódio disseminadas durante as eleições estadunidenses de 2016. Mesmo antes da

---

<sup>166</sup> A história do lobista é retratada no documentário *Get Me Roger Stone*, produzido pela *Netflix* em 2017. Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt6714534>. Acesso em: 16 set. 2020.

internet, lembra-nos a autora, Roger Stone já havia atuado em campanhas de políticos como Richard Nixon e Ronald Reagan, ambos do partido Republicano, tido como da ala mais conservadora nos EUA.

Adepto da pós-verdade, semeador de intrigas, vaidoso de suas habilidades para exercer o cinismo em altas doses, Stone se define como um “agente provocador”. Aos que o acusam de falta de ética e de abusar dos golpes baixos, contrapõe: “Aqueles que dizem que não tenho princípios são perdedores amargurados” [...] “Costumo acreditar no pior das pessoas porque compreendo a natureza humana”, filosofa, diante da câmera. “Por isso uma das minhas regras é a de que o ódio motiva mais do que o amor.” Entre as histórias que se gaba de ter espalhado contra antagonistas políticos está a versão de que Barack Obama não teria nascido nos Estados Unidos e seria muçulmano. Ou a acusação de que Bill Clinton teria estuprado 26 mulheres. (LIRA NETO, 2017).

Figura 37 – Imagem de Roger Stone, estrategista de Trump



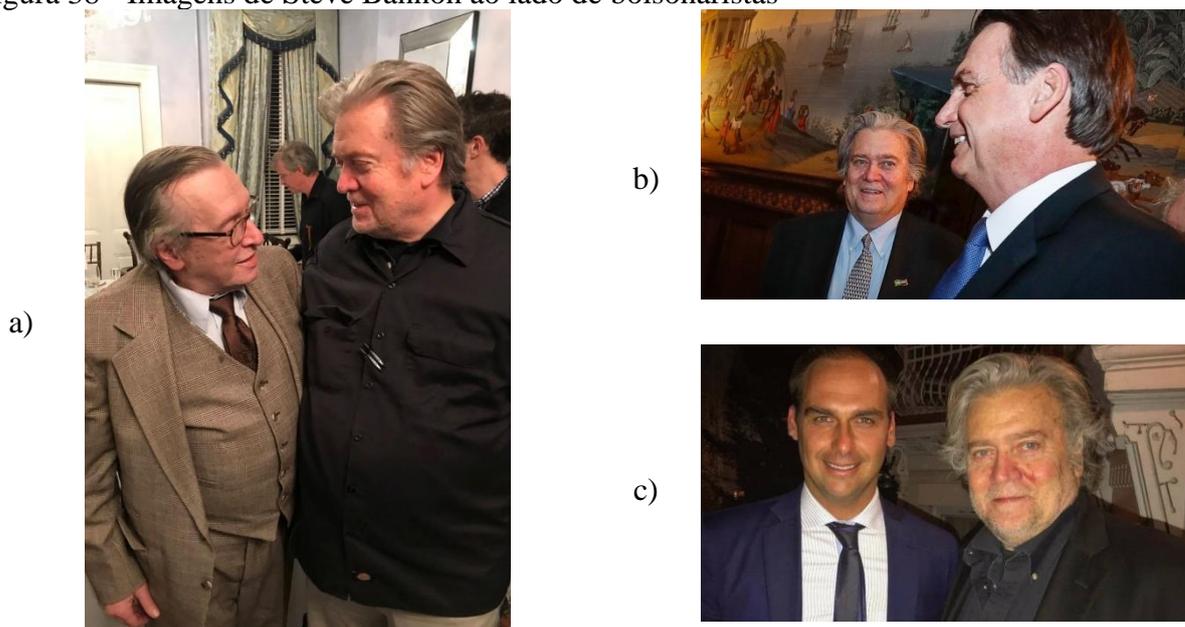
Fonte: *Eyevine*.

Seguindo a mesma linha, e considerados discípulos de Stone, observa Aarão Reis (2020), estão nomes como Steve Bannon, Michael Cohen, Paul Manafort e o inglês Alexander Nix, este último um adepto da frase “[...] não precisa ser verdade; só precisa que as pessoas acreditem no que dizemos”<sup>167</sup>. O primeiro desta lista, Steve Bannon, além de aparecer também entre os principais estrategistas de Trump, acabou tornando-se ainda uma referência para as chamadas milícias digitais no Brasil que, ao lado de figuras como o astrólogo Olavo de Carvalho, contribuiu para eleger JB no Brasil<sup>168</sup>. Estamos falando, lembremos, de uma militância que tem na pós-verdade um dos seus principais artifícios de captação do público-eleitor.

<sup>167</sup> Alexander Nix é ex-presidente da *Cambridge Analytica*, afastado após escândalo por suspeita de a empresa ter violado a privacidade de dezenas de milhões de usuários do *FB*. A *Cambridge Analytica* teria ajudado a eleger Trump nos EUA. Disponível em: <https://tinyurl.com/Alexander-Nix>. Acesso em: 18 set. 2020.

<sup>168</sup> No exemplo abaixo, vemos que a Polícia Federal trabalha na linha de que Steve Bannon tenha sido mentor das milícias digitais que reproduziam discurso radical de JB. Disponível em: <https://tinyurl.com/ytb7vjb4>. Acesso em: 20 set. 2021.

Figura 38 - Imagens de Steve Bannon ao lado de bolsonaristas



Fonte: Adaptado a partir de imagens retiradas da web.

Legendas: a) Olavo de Carvalho ao lado de Steve Bannon (Foto: Beatriz Bulla/Estadão).

b) Steve Bannon e Jair Bolsonaro (Foto: Alan Santos).

c) Eduardo Bolsonaro com Steve Bannon nos EUA (Foto: Reprodução Twitter).

O breve exercício crítico, anterior, serve para ilustrar um pouco a ideia de estimarmos possíveis sujeitos comunicantes (EUC) implícitos, por isso mesmo não facilmente identificáveis nesse jogo que tem a pós-verdade no protagonismo. Muitos desses sujeitos acabam valendo-se de enunciados escusos, como as *fn*, para alavancar interesses de grupos específicos, atuação que no âmbito discursivo pode acabar subvertendo uma “fronteira porosa” existente entre os saberes de crença e de conhecimento. Fica notório, em abordagens desse tipo, como se pode perceber com a construção narrativa em torno do “*kit gay*”, uma supervalorização dos saberes de crença, mascarando-os como se fossem de conhecimento, como prevê Charaudeau (2006) em alguns casos:

Saberes de conhecimento e saberes de crença estruturam as representações sociais. Os primeiros, ao construírem representações classificatórias do mundo; os últimos, ao darem um tratamento axiológico às relações do homem com o mundo. Mas a *fronteira entre esses dois tipos de saber é porosa*, ainda mais em virtude de muitos sujeitos jogarem com essa porosidade com fins estratégicos, *apresentando um tipo de saber em lugar e posição do outro* (p. 198-199, grifos nossos).

Com esse tipo de estratégia, acreditamos, pode-se acabar “artificializando” a percepção na esfera do TUD, na medida em que essa instância receptora parece estar diante dos dois tipos de saberes no constructo de suas representações, quando na verdade, apenas um (o de crença)

prevalece, sem que isso passe pelo crivo da racionalidade. Ou seja, estaria esse sujeito muito próximo da indeterminação em função de um projeto outro, de obscura intencionalidade, a serviço de uma agenda, nesse caso neoconservadora, que tenta se impor mundo afora de maneira estrategicamente trabalhada nas sinuosidades “permitidas” pela pós-verdade.

### **5.8.1 Memória e implicitudes éticas**

A ideia de acrescentar o componente ético ao escopo desta pesquisa não surgiu, meramente, de um desejo de adornar o trabalho com um elemento teórico dotado de certa “reputação” aos olhos do meio acadêmico, principalmente. Diríamos que tal escolha surgiu mesmo a partir de necessidades teórico-metodológicas envolvendo ao menos dois importantes aspectos, que são a contextualização sociodiscursiva do objeto de estudo e o nosso posicionamento diante desse objeto, ou seja, a nossa inafastável subjetividade como eu-pesquisador. Apesar da convergência de outros elementos que podem contribuir para discutirmos a dimensão ética no contexto da “pós-verdade”, procuramos aqui refletir sobre o assunto a partir de reflexões dialogáveis com a questão da memória, seja do ponto de vista da Semiologia, seja perpassando outras linhas analítico-discursivas.

Quando falamos na seção anterior sobre esses deslocamentos no contrato, ocasionáveis pelas características de certos produtos “pós-verdadeiros” que “entregam” um saber como se fosse outro, estamos falando de alguma forma sobre a questão da memória na perspectiva Semiológica. Retomando a chamada memória dos discursos, por exemplo, vimos que a partir dela são construídos os saberes de conhecimento (olhar do homem voltado para o mundo) e os de crença (olhar do homem voltado para si mesmo). Esses tipos de saberes, nos diz Charaudeau (2004), circulariam na sociedade em forma de representações sociais, estruturando-as, o que acaba contribuindo para o engendramento de identidades coletivas e a fragmentação da sociedade em comunidades discursivas. A ideia de tais comunidades, caracterizadas por reunir sujeitos tendentes a partilhar posicionamentos e valores semelhantes, pode ilustrar em parte a formação de bolhas na internet com grupos que priorizam a contínua e quase sempre acrítica interação entre iguais, como é o caso que parece acontecer nesse contexto da “pós-verdade” que analisamos.

O que queremos destacar aqui é que esse “mascaramento” dos saberes, identificável na nossa análise, pode não somente desarticular esse importante tipo de memória, a dos discursos, como

mostra potencial para acabar comprometendo, ou ao menos artificializando, a relação das pessoas com suas próprias representações sociais e/ou sociodiscursivas. Ou seja, com as *fn*, estaria sendo catalisado nos ambientes digitais um terreno para que falas entre iguais prosperem com ainda mais fluidez do que no mundo analógico, amputando, muitas vezes, a possibilidade de contestação ou, até mesmo, de compreensão de determinados enunciados.

Indo um pouco além, essas distorções no contrato de fala, em que as instâncias enunciativa e receptiva parecem desconhecer as verdadeiras condições de produção da narrativa, podem esconder um projeto de influência com fins manipulatórios, se considerarmos a perspectiva charaudeana. Isso decorre, como vimos antes, de uma situação em que um lado, tido como manipulador, não revela explicitamente suas intenções, mascarando-as sob um projeto outro, e que é apresentado como benéfico à outra parte, manipulada, seja individual, seja coletivamente. Segundo Charaudeau (2010b), acaba se instaurando aí o quadro de uma manipulação que “[...] vem acompanhada da ilusão” (p. 68), já que a instância manipulada se deixa levar por uma falsa aparência, uma vez que é incapaz de identificar as intenções do influenciador.

Ampliando a discussão para o âmbito de supostas relações de poder que podem estar engendradas nesse embate, entendemos que o possível caráter manipulatório potencializado pelas *fn* seja capaz de promover certo encarceramento de indivíduos e/ou grupos específicos diante desse projeto pelo poder. Estamos falando, a partir da análise do contrato, da impossibilidade do “manipulado” reconhecer o que lhe está sendo proposto, de olhar criticamente para além de uma trama enunciativa imediata. Ou seja, estaria esse sujeito numa situação de aprisionamento, não em meio a uma simples disputa pelo poder, mas próximo de um “estado de dominação”, conforme o pensamento de Foucault (2004), já que o que está em jogo é a própria liberdade, seja do indivíduo, seja do(s) seu(s) grupo(s) de pertencimento.

Considerando, então, tais indícios que apontam para um “estado de dominação”, e em que se torna prejudicado o exercício de certas práticas de liberdade, podemos dizer que essa investida neoconservadora ancorada na “pós-verdade” já (re)nasce desprovida da dimensão ética. Retomando Foucault (2004), vimos que o autor diz ser a liberdade a condição ontológica da ética, ao mesmo tempo em que a ética aparece como uma “forma refletida assumida pela liberdade”. Sob tal olhar, não seria exagero imaginarmos, no nosso caso, que manipulação, ausência de liberdade e indícios de um estado de dominação, identificáveis nesse contexto das

*fn*, são ingredientes que já denunciavam esse caráter aético presente em certos produtos da “pós-verdade”.

De um caráter iminentemente humano da memória, como o que acabamos de mencionar, marcado pela historicidade e por um funcionamento vertical, consideramos válido refletir também sobre eventuais conformações outras assumidas pela memória num momento em que certos produtos da “pós-verdade” ganham fôlego nas plataformas digitais. Uma dessas discussões, como mencionamos no nosso terceiro capítulo, foi inicialmente proposta no Brasil pela linguista Eni Orlandi, que traz o termo “memória metálica” para se referir a um tipo de memória potencializado pela interferência da máquina. Segundo Orlandi (2010), a memória metálica se caracteriza pela quantidade e pelo acúmulo, sem produzir historicidade, ou seja, um tipo de memória de funcionamento horizontal, voltado à distribuição em série, à produtividade alcançada com ajuda da repetição.

Em posteriores estudos sobre o assunto, adotando-o já no ambiente do *FB*, Dias (2014-1/2015) observa que “[...] quanto mais uma postagem é compartilhada ou curtida, mais ela atinge seu objetivo de replicação na memória metálica” (p. 8, tradução nossa)<sup>169</sup>. Ao falar sobre o tipo de sujeito possível de se constituir a partir de sua relação com a memória metálica, que é igualmente potencializável pelos algoritmos, Dias acrescenta que

Essas possibilidades de sujeitos tecnológicos de sujeitos simulados, de avatares, de semblantes de passado ou de futuro exigem uma análise dos efeitos de uma concepção do sujeito simulado constituído pela relação com uma memória metálica, ou seja, um sujeito que se contradiz no tempo da história, na vida social e política e se significa no tempo do algoritmo. (DIAS, 2014-1/2015, p. 8, tradução nossa)<sup>170</sup>.

Trazendo essa discussão para o nosso objeto de estudo, podemos dizer que a presença desse tipo de memória é acentuada, sobretudo, pelo potencial de engajamento alcançado pelas *fn* que analisamos, de uma maneira geral. Apesar de não ser possível apontar com precisão quantitativa o impacto dos algoritmos na proliferação desses enunciados nas eleições de 2018, não seria exagero dizer que boa parte de sua repercussão foi ampliada com a ajuda de atores não humanos, ou seja, os robôs, perfis falsos e outros autômatos. E no nosso caso aqui, em específico? Como

<sup>169</sup> Tradução nossa para: “*plus un post est partagé ou aimé, plus il atteint son objectif de réplique dans la mémoire métallique.*”

<sup>170</sup> Tradução nossa para: “*Ces possibilités technologiques de sujets simulés, d’avatars, de semblants de passé ou de futur exigent une analyse des effets d’une conception du sujet simulé constitué par rapport à une mémoire métallique, soit un sujet qui se contredit dans le temps de l’histoire, de la vie sociale et politique et se signifie dans le temps des algorithmes*”

poderíamos problematizar a questão da ética, estabelecendo algum diálogo com esse tipo de memória mobilizável pelas máquinas e/ou tecnologias digitais?

Como chegamos a mencionar no quarto capítulo<sup>171</sup>, vimos que o uso de perfis falsos e/ou outros mecanismos de artificialização das interações tiveram considerável protagonismo na campanha eleitoral de 2018, principalmente se considerarmos o seu papel na multiplicação da desinformação em favor de uma agenda conservadora. Vista por esse ângulo, acreditamos que a horizontalização da memória pode contribuir para um compartilhamento contínuo, raso e acrítico de (des)informações que acabam alimentando essa máquina de *fn*, dispositivo que, por si só, temos considerado como desprovido de uma dimensão ética. Nessa mesma linha, vemos que a memória metálica se torna um aliado estratégico para que os mais diferentes atores, explícitos ou não, ponham em prática suas ações em prol de um projeto de poder ancorado na “pós-verdade”. De forma semelhante, podemos dizer, então, que esse tipo de memória favorece não somente o enunciado em si, o produto em forma das *fn*, mas a instância enunciativa como dimensão humana, igualmente questionável no que diz respeito à ética.

Até então, refletimos sobre elementos éticos envolvendo atores que supostamente agiram de forma intencional, valendo-se de novos aparatos técnicos como a capacidade de horizontalidade da memória, para divulgar os seus “produtos”. Mas outro aspecto que emerge como importante, a nosso ver, envolvendo as temáticas da ética e da memória, é refletir sobre a neutralidade, ou não, de plataformas como o *FB*, por exemplo, no percurso dessa construção narrativa. Conforme mencionamos no quarto capítulo, há hoje estudos em andamento relacionados à chamada “ética algorítmica”, refletindo, principalmente, sobre eventuais formas de interferência humana nos filtros e escolhas conduzidos pelos algoritmos. Uma das questões éticas levantadas por Rossetti e Angeluci (2021), por exemplo, diz respeito à autonomia decisória do indivíduo que estaria sendo corrompida pela força invisível dos algoritmos, uma programação da máquina, mas que pode estar contaminada por interesses de terceiros (humanos) nesse processo de tomada de decisão. Tal reflexão parte da seguinte pergunta:

[...] quais princípios éticos são desrespeitados em função da coerção exercida pela força invisível dos algoritmos na tomada de decisões dos sujeitos? Nesse sentido, trata-se de apontar, por exemplo, as implicações éticas dos algoritmos do Facebook na tomada de decisões de seus usuários. A hipótese é a de que o princípio ético da liberdade é infringido. [...] os algoritmos não são neutros, mas carregados de valores.

---

<sup>171</sup> Vimos, no caso, o exemplo da empresa *Facemedia*, suspeita de criar e gerir perfis falsos na *web* durante as eleições de 2018.

Esses valores foram atribuídos pelos seus criadores e reforçados pelos seus usuários. As regras e os pesos utilizados pelos algoritmos foram definidos e programados manualmente pelos programadores. (ROSSETTI; ANGELUCI, 2021, p. 12-13).

Vimos, então, que, para os autores, a interferência do algoritmo pode resultar numa espécie de infração do princípio ético da liberdade do usuário, comprometendo, intencionalmente, a sua autonomia e capacidade de escolha.

Para ilustrar um pouco essa ideia de que interesses outros possam estar “camuflando” uma suposta atuação “neutra” dos algoritmos, trazemos um caso em que uma ex-funcionária do *FB* traz a público denúncias sugerindo que a empresa prioriza o lucro em detrimento da qualidade dos seus serviços. Frances Haugen, ex-cientista de dados da rede social, traz depoimentos e uma série de documentos internos, mostrando que o *FB* tem privilegiado em suas plataformas conteúdos mais propensos a se converterem em engajamento e lucro, independente de um filtro ético. De acordo com relatórios internos obtidos pelo *Wall Street Journal* (WSJ), por exemplo, cientistas de dados da empresa detectaram que uma recente reformulação feita nos algoritmos, com o intuito de impulsionar “interações sociais significativas” (MSI), estava provocando um efeito contrário ao anunciado<sup>172</sup>, já que conteúdos considerados mais polêmicos estavam se tornando virais com mais facilidade. Segundo os documentos, a plataforma estava possibilitando, entre outros aspectos, uma ampliação das “vozes raivosas”, na medida em que “[...] desinformação, toxicidade e conteúdo violento eram excessivamente prevalentes entre os novos compartilhamentos”. (HAGEY; HORWITZ, 2021, grifo nosso). Exemplificando uma das consequências práticas desse tipo de procedimento, os pesquisadores da empresa observaram ainda que editoras e partidos políticos passaram a reorientar suas estratégias e postagens para que se aproximassem de um tom de indignação e sensacionalismo, já que isso daria maior retorno em termos de engajamento. Na Figura 39, por exemplo, podemos perceber destacadas as impressões de um determinado partido político europeu diante dessa reformulação nos algoritmos. No entanto, diziam os relatórios, muitos partidos, incluindo aqueles que haviam mudado para o “lado negativo”, estavam se preocupando com os efeitos de longo prazo que esse tipo de conduta poderia exercer sobre as democracias.

---

<sup>172</sup> Tal reformulação nos algoritmos do *FB*, ocorrida no ano de 2018, foi feita sob a justificativa de que privilegiaria as interações entre amigos e familiares. Isso, conforme dizia Mark Zuckerberg (CEO da empresa), com o objetivo de fortalecer os laços entre os usuários e melhorar seu bem-estar.

Figura 39 - Reação de partido político a mudança em algoritmo



Fonte: *Wall Street Journal* (2021)<sup>173</sup>.

Nota: Trecho de relatório interno do *FB*, abr. 2019.

Crítico ao atual modelo de IA hoje predominante como “padrão” no mundo, o professor Stuart Russell, da Universidade da Califórnia, em Berkeley, tem manifestado sua preocupação com a forma como esse tipo de inteligência tem sido programada por seus desenvolvedores humanos. Para Russel, que é pioneiro em estudos sobre “Inteligência Artificial compatível com a existência humana”, o atual modelo de programação quer otimizar, a qualquer custo, o máximo possível das tarefas. E, com isso, pontua Russel (2021), os “produtos” dessa IA acabam tornando-se cegos e indiferentes aos problemas que podem causar aos humanos.

As redes sociais criam vício, depressão, disfunção social, talvez extremismo, polarização da sociedade, talvez contribuam para espalhar desinformação. E está claro que seus algoritmos estão projetados para otimizar um objetivo: que as pessoas cliquem, que passem mais tempo engajadas com o conteúdo. [...] E, ao otimizar essas quantidades, podem estar causando enormes problemas para a sociedade. [...] (As redes sociais) não apenas estão otimizando a coisa errada, como também estão manipulando as pessoas, porque ao manipulá-las consegue-se aumentar seu engajamento. Se posso tornar você mais previsível, por exemplo transformando você em uma eco-terrorista extremista, posso te mandar conteúdo eco-terrorista e ter certeza de que você vai clicar, e assim maximizar meus cliques. (RUSSEL, 2021).

Retomando a discussão principal que propomos nesta seção, podemos notar, então, que essa horizontalização da memória, potencializável pelas novas tecnologias, é capaz de suscitar questões éticas que vão além do conteúdo em si, encontrando ressonância na forma de circulação, no caso, desses conteúdos pós-verdadeiros. Uma das inquietações principais, a

<sup>173</sup> Disponível em: <https://tinyurl.com/2tmf94w9>. Acesso em: 14 out. 2021.

nosso ver, está relacionada a um certo aprisionamento ocasionável pelo atual modelo algorítmico, uma lógica dependente dos compartilhamentos, cliques e formas outras de engajamento que, silenciosamente, acaba reduzindo a margem de manobra desse indivíduo em suas tomadas de decisões. Estamos falando de um mecanismo capaz de subverter, consideravelmente, a autonomia desse indivíduo, na medida em que acaba comprometendo a sua liberdade, ou seja, atropelando, assim, um importante preceito ético.

### **5.8.2 A problemática da fonte: um gatilho para pensar a ética...**

Como vimos anteriormente, a partir do pensamento charaudeano, podemos dizer que o atual modelo de produção e distribuição de *fn* traz embutidas estratégias tidas como manipuladoras, já que o contrato do discurso (político), na maioria das vezes, parece ser desviado para fins de persuasão no sentido de operacionalizar um “iludir voluntário”. Esse tipo de situação, no âmbito da Semiologia, “[...] põe o sujeito manipulador fora de qualquer postura ética. É por essa razão que empregamos a expressão ‘avatars do discurso político’”. (CHARAUDEAU, 2010b, p. 70).

Interessante notar que, nos moldes defendidos por Charaudeau (2010b), essas estratégias de manipulação, possíveis de ser associadas à dimensão (não) ética, são identificáveis no seu sentido particular como resultantes de uma intenção voluntária, mas ao mesmo tempo capazes de apresentar a sua fonte, que “deve poder ser reconhecida e imputável” (p. 69), no que diz respeito à sua responsabilidade pela fala. As situações que eventualmente não apresentam a sua fonte, como é o caso do rumor, por exemplo, não são vistas pelo linguista como portadoras de um princípio manipulatório. Isso acontece, segundo o autor, por esse tipo de construção discursiva repousar sobre um quadro de incerteza, seja quanto à origem ou fonte desse rumor, seja em relação à “intenção que o fundaria”.

Trazendo a discussão para o contexto do nosso estudo, como poderíamos, então, refletir sobre esse aparente imbróglio envolvendo a questão da fonte enunciativa, estratégias (ou não) de manipulação e o componente ético? Nos casos que analisamos, diríamos inicialmente que supostas intenções manipulatórias estariam, sobretudo, no circuito interno da encenação linguageira, o espaço do dizer que abriga os enunciadores mais imediatos, os seres de fala (EUE e TUD) do ato de linguagem. De uma maneira prática e de certa forma genérica, diríamos que esses enunciadores seriam identificáveis nas figuras dos perfis e páginas propagadores de *fn*,

principalmente no *FB*, “avatares” que, teoricamente, podem ser reconhecidos e imputáveis pela responsabilidade da fala.

Ampliando a discussão para o espaço externo dessa “relação contratual”<sup>174</sup>, no entanto, podemos dizer que há um certo embaçamento e/ou dificuldade em reconhecer instâncias outras possivelmente envolvidas nessas construções narrativas que têm a pós-verdade no protagonismo. Estamos falando, nesse caso, das fontes como locutores externos, ou seres sociais (EUC e TUi) em linguagem charaudeana, não facilmente identificáveis por indivíduos e/ou grupos quase sempre “aprisionados” pela predominância das bolhas, pelas falas entre iguais ou frieza dos algoritmos, entre outras formas de cerceamento. Vimos isso na seção anterior, ao discutirmos o (re)surgimento da pós-verdade numa conjuntura mais ampla, de rearranjos do discurso conservador, de disputas e tentativas de reconfiguração dos próprios “jogos de poder”, num cenário em que aparecem, por exemplo, personagens como Roger Stone e Steve Bannon.

No caso dessa nossa leitura em específico, no entanto, acreditamos que essa “opacidade da fonte” não compromete a percepção de que estaríamos diante uma estratégia de manipulação ou de que tais narrativas se movimentam em desalinhamento com a ética. No que diz respeito à manipulação, não podemos assimilar integralmente a ideia anterior de Charaudeau (2010a), principalmente porque as *fn* não podem ser confundidas com o rumor, na medida em que falta ao rumor, como aos boatos, um “desejo de autenticidade” (RECUERO; GRUZD, 2019). De modo contrário, as *fn* tendem muitas vezes a querer imitar o formato das “notícias reais”, como vimos na nossa análise, em tentativas de apropriações que vão do estilo e linguagem ao suposto caráter de legitimidade e credibilidade<sup>175</sup>. De uma maneira resumida, vemos essa tentativa de maquiar um projeto de fala, por si só, como uma tentativa de “impor uma verdade pela ilusão” (CHARADEAU, 2010a, p. 72), uma relação de engodo reveladora de um discurso manipulatório, igualmente propenso a ignorar preceitos éticos.

Ainda no entorno dessa problemática sobre fonte identificável, ou não, vimos que Paveau (2015) atribui a esse elemento importância ímpar na sua empreitada de tentar estimar a eticidade, ou não, de um determinado enunciado. Para a autora, o aspecto evidencial da linguagem permite que o enunciador (não o conteúdo em si) mostre as suas disposições

---

<sup>174</sup> Relativo ao contrato de comunicação, no âmbito da TS.

<sup>175</sup> Discussão iniciada no segundo capítulo desta pesquisa.

virtuosas, pois, na medida em que justifica a sua asserção apresentando sua fonte de informação, tal agente estaria automaticamente mostrando a sua “honestidade”, virtude que, para Paveau (2015, p. 222-223), desponta como “[...] ao mesmo tempo ética, epistêmica e discursiva”. Podemos imaginar, então que, se, de um lado, a identificação da fonte sinaliza a possibilidade de um discurso virtuoso, a sua ausência, de outro, pode ser indício de uma disposição não virtuosa de determinado enunciado. No caso do nosso objeto de estudo, a dificuldade de identificar os sujeitos externos (seres sociais) às encenações envolvendo as *fn*, pode acabar reforçando o caráter manipulatório desse produto “pós-verdadeiro”. Indo além, se considerarmos a perspectiva de Paveau (2015), podemos dizer que a pós-verdade nos moldes que analisamos se movimenta na direção e formato dos discursos não virtuosos, ou seja, aqueles alijados de princípios ético-morais.

## 6 (DES)CONSTRUÇÕES NARRATIVAS E ESPAÇO PÚBLICO

Apesar de o nosso estudo ter demandado algum resgate temporal para melhor contextualizar a narrativa do chamado “kit gay” dentro de uma agenda moral conservadora, as *fn* que analisamos se encontravam concentradas nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil, principalmente. Podemos perceber, no entanto, que ecos dessas (des)construções pós-verdadeiras continuaram a reverberar posteriormente, um reavivamento quase sempre provocado pela instância humana, mas que ganha novo fôlego e robustez com o impulsionamento dos algoritmos, com a memória metálica<sup>176</sup>. Descobrimos, por exemplo, que o mesmo vídeo da “mamadeira erótica” que analisamos voltou a circular na *Web* em 2021 (outubro), demandando novos esforços e mobilização de agências de checagem e da mídia, em geral, no sentido de (re)lembrar o seu caráter falso (FIG. 40).

Figura 40 - Reavivamentos *fn* mamadeira erótica



Fonte: a) Disponível em: <https://tinyurl.com/fato-fake>. Acesso em: 03 nov. 2021.

b) Disponível em: <https://tinyurl.com/piaui2021>. Acesso em: 03 nov. 2021.

Legenda: a) Checagem feita pela agência “Fato ou Fake” (Globo). 28 out. 2021.

b) Checagem feita pela agência Lupa. 20 out. 2021.

Na mesma linha de “reaquecimento” dessa temática, vimos em um habitual levantamento feito pela agência *Aos fatos* que o presidente JB frequentemente faz menções falsas e/ou distorcidas, de alguma forma, a essa *fn* do “kit gay”. Se observarmos, por exemplo, as mais recentes declarações de JB sobre a questão (no segundo semestre de 2021), notamos, com base nesse levantamento, que tais falas foram repetidas ao todo em pelo menos 26 momentos anteriores, conforme podemos verificar no Quadro 7.

<sup>176</sup> Como discutimos antes, esse tipo de fenômeno nos faz lembrar o funcionamento horizontal da memória metálica (ORLANDI, 2010), aquela esvaziada de historicidade, mas marcada pela reatualização contínua, pela repetição e distribuição em série.

Quadro 7 – Declarações falsas ou distorcidas de JB – 2º sem. 2021 – Tema: Preconceito.

Data	Aspas da declaração	Origem	Repetida?
27 out. 2021.	“Como eram os livros didáticos. Lembram daquele com a página com o menino e com a menina com o furo naquela página?”	Planato - Canal Oficial da PRFD (Youtube) <sup>177</sup>	1 vez. Em 2021: 27 abr.
15 out. 2021.	“Eu descobri o kit gay em 2010.”	Foco do Brasil (Canal Youtube) <sup>178</sup>	5 vezes. Em 2020: 13 nov. Em 2021: 09 set, 02 set, 26 jul, 12 fev.
09 set. 2021.	“Nós sempre fomos contra a erotização de criança em sala de aula, aquele tal do kit gay, descoberto em 2010, lá atrás.”	Canal oficial de JB (Live Youtube) <sup>179</sup>	5 vezes. Em 2020: 13 nov. Em 2021: 15 out, 02 set, 26 jul, 12 fev.
02 set. 2021.	“[Falamos que eu divulgo fake news] desde 2010, quando eu descobri aquele tal do kit gay. Me lembro do kit gay. Nada contra os gays não, tá pessoal? É que querer ensinar certas coisas pra criança não dá pra gente concordar.”	Canal oficial de JB (Live Youtube) <sup>180</sup>	5 vezes. Em 2020: 13 nov. Em 2021: 15 out, 09 set, 26 jul, 12 fev.
26 jul. 2021.	“O que que ele fez? A cartilha do kit gay.”	Foco do Brasil (Canal Youtube) <sup>181</sup>	5 vezes. Em 2020: 13 nov. Em 2021: 15 out, 09 set, 02 set, 12 fev.

Fonte: Elaborado pelo autor com base em levantamento feito por *Aos fatos* (Agência de checagem) Disponível em: <https://www.aosfatos.org/todas-as-declarações-de-bolsonaro/>. Acesso em: 03 nov. 2021.

Vemos como ampla a possibilidade de análise diante dos elementos anteriormente mostrados, mas destacamos ao menos duas observações relevantes para discutir aqui a questão das (des)construções narrativas/espço público, que estariam ligadas à forma e também ao potencial de repercussão desse tipo de (des)informação.

## 6.1 UMA TÊNUE FRONTEIRA ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO

Um desses pontos de atenção, a nosso ver, estaria no uso de canais de caráter público e/ou oficiais para disseminar conteúdos falsos e/ou distanciados do que se espera das falas de um chefe de Estado/Governo, seja do ponto de vista ético, seja protocolar. Nesse caso em específico, vimos que as declarações foram feitas por JB durante um evento chamado “Consagração Pública de Pastores do Amazonas”, disponibilizado no *YouTube* por meio da

<sup>177</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MI271nqDBRw>. Acesso em: 03 nov. 2021.

<sup>178</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=csS94A2DFgs>. Acesso em: 03 nov. 2021.

<sup>179</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Xw0OTDrA1iI>. Acesso em: 03 nov. 2021.

<sup>180</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0hakDwSiyGA>. Acesso em: 03 nov. 2021.

<sup>181</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=INYFAJNHcI0>. Acesso em: 03 nov. 2021.

página *Planalto*<sup>182</sup>, mas que fora originalmente transmitido pela *TV Brasil*, uma emissora pública, conforme sua própria autodefinição:

A TV Brasil atende à antiga aspiração da sociedade brasileira por uma televisão pública nacional, independente e democrática. Sua finalidade é complementar e ampliar a oferta de conteúdos, oferecendo uma programação de natureza informativa, cultural, artística, científica e formadora da cidadania (BRASIL, 2021)<sup>183</sup>.

Não temos o intuito aqui de entrar no mérito da legalidade, ou não, desse tipo de conduta por parte de um agente público, no sentido de dar um veredicto, não é esse o nosso papel. Mas isso não impede, no entanto, de vermos com certo estranhamento o uso de um aparato público e/ou estatal para divulgar informações notadamente de interesse de grupos muito específicos, como o caso dos evangélicos mais conservadores, que não por acaso contribuíram para que JB chegasse ao poder. No caso do uso da página *Planalto*, que é um canal oficial do governo, entendemos como mais problemática a questão do conteúdo, já que, como previsto na própria Constituição Federal, o Brasil deve pautar-se pela laicidade, ou seja, atuar de forma em que haja uma separação entre Estado e religião.

Art. 19. É vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios:  
I - estabelecer cultos religiosos ou igrejas, subvencioná-los, embaraçar-lhes o funcionamento ou manter com eles ou seus representantes relações de dependência ou aliança, ressalvada, na forma da lei, a colaboração de interesse público; [...] (BRASIL, 1988, *online*).

No que diz respeito à *TV Brasil*, além da postura laica esperada do Governo como instituição, imaginamos não ser desejável a emissora se pautar como um veículo divulgador de ações de um governo, qualquer que seja, dado o seu caráter público (não é estatal). Em suas discussões acerca das diferenças entre os modelos de atuação das emissoras televisivas, o jornalista e escritor Jorge da Cunha Lima sintetiza uma definição que coincide com o que aqui tentamos mostrar. Para ele, “[...] o produto da televisão pública é a programação, voltada para a formação crítica do telespectador. [...] Na TV estatal, o produto é a divulgação de ações e atos do Poder Executivo”. (LIMA, 2007, *online*)<sup>184</sup>.

<sup>182</sup> Descrição da página no *YouTube*: “Canal Oficial da Presidência da República Federativa do Brasil”

<sup>183</sup> Disponível em: <https://www.ebc.com.br/veiculos/tv-brasil>. Acesso em: 08 nov. 2021.

<sup>184</sup> CUNHA LIMA, Jorge da. *TV estatal não é TV pública*. Folha de S.Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <https://tinyurl.com/tv-publica-estatal>. Acesso em: 18 ago. 2021.

Apesar de lidarmos com uma amostra, apenas um exemplo, as observações anteriores sobre o uso de canais públicos e/ou oficiais, por parte de um presidente da República, para disseminar desinformação, deixam revelar uma problemática mais geral, que é um perceptível estreitamento de fronteira entre o público e o privado na atualidade. Conforme observa Dunker (2018, p. 28), ao refletir sobre a pós-verdade na perspectiva do discurso, o comportamento das pessoas tem se moldado e/ou modificado, entre outros aspectos, em função de “novas e inesperadas conformações digitais” do espaço público, bem como de mudanças ocorridas também nas relações institucionalizadas, por exemplo, no âmbito privado.

Essa percepção de que estamos diante de um gradativo apagamento de fronteiras entre as instâncias pública e privada, a nosso ver, não é algo exatamente novo, não se restringe a linhas de pensamento específicas, muito menos se trata de um assunto simplesmente requentável no contexto da pós-verdade. Como vimos no decorrer deste trabalho, trata-se de uma tendência que surge, principalmente, com a evolução e a capacidade de interferência dos *media*, cada vez maiores, na vida cotidiana. Para autores como Braga (2006), por exemplo, há um processo de midiaticização em curso na sociedade que ainda não se encontra instaurado por completo, ou seja, ainda existem lacunas e/ou “incompletudes” não solucionadas. Um desses pontos de incompletude, na visão do autor, estaria num desaparecimento de fronteiras entre diferentes campos de significação, dentre os quais entraria justamente o embaçamento de divisas entre as esferas da política (pública) e da vida privada.

Em se tratando mais especificamente do conceito de esfera pública, vimos Lubenow (2012) fazer algumas (re)leituras de Habermas<sup>185</sup> que vão ao encontro, em parte, do assunto aqui debatido. O autor observa, por exemplo, que entre importantes transformações que acabaram subvertendo o princípio crítico da esfera pública, levando ao declínio tal conceito, estariam “[...] a interpenetração progressiva entre o setor público e o setor privado [...] a ampliação do público da esfera pública e a consequente irrupção das massas na política”. (LUBENOW, 2012, p. 196).

Buscando aproximar as abordagens anteriores ao que discutimos nesta seção, podemos dizer algumas estratégias adotadas na construção narrativa do “kit *gay*”, um produto da pós-verdade a serviço de uma agenda moral conservadora, segue uma tendência de estreitamento de fronteira

---

<sup>185</sup> Assunto discutido no segundo capítulo desta tese.

entre esfera pública e privada. Ao publicizar determinados dogmas religiosos em canais oficiais e/ou públicos, por exemplo, o então presidente JB acaba impondo suas preferências pessoais.

## 6.2 POTENCIAL DE ALCANCE DAS (DES)CONSTRUÇÕES NARRATIVAS

O outro ponto de atenção que queremos discutir diz respeito ao potencial de alcance e repercussão dessas (des)informações. Conforme perceptível no Quadro 9, por exemplo, vemos que o canal do *YouTube Foco do Brasil*, criado em 2014 e notadamente alinhado ao presidente JB, conta com mais de 2,7 milhões de inscritos e quase 200 milhões de visualizações, sendo que somente o vídeo em questão foi assistido quase 600 mil vezes. Já a página oficial de JB no *YouTube*, criada em 2009, conta com cerca de 3,6 milhões de inscritos, alcançando ao todo mais de 250 milhões de visualizações.

Quadro 8 – Comparação quantitativa entre canais ligados a JB

Canal/ N.º de inscritos	Visualizações do vídeo	Visualizações totais no canal	Data de criação do canal
 <b>Planalto</b> ✓ 349 mil inscritos	17.778	74.462.561	20 fev. 2009.
 <b>Foco do Brasil</b> ✓ 2,72 mi de inscritos	586.170	196.514.735	9 maio. 2014.
 <b>Jair Bolsonaro</b> ✓ 3,57 mi de inscritos	225.181	252.098.602	30 jun. 2009.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em informações dos canais em 04 nov. 2021.

Independente de terem sido artificialmente inflados, possibilidade que chegamos a sinalizar em alguns momentos deste trabalho, números como esses chamam atenção por apresentarem, acreditamos, uma capacidade de mobilização já embutida, seja por um engajamento induzível pelo conteúdo em si, seja pela possibilidade de despertar o chamado comportamento de manada. Para termos uma ideia da dimensão, principalmente do número de inscritos no canal, elaboramos o Quadro 10, em que é possível contrapor os perfis bolsonaristas com outros, oficiais, de atores políticos influentes da atualidade. Apesar das datas de criação dos canais serem diferentes, o único que se equipara a JB em termos de inscritos é o ex-presidente norte-americano Donald Trump, com 2,72 milhões de usuários, político sabidamente ligado aos movimentos conservadores e que adotou estratégias de comunicação semelhantes às aquelas

seguidas depois por Bolsonaro no Brasil. Sabemos que a análise em si comporta outras complexidades, mas vê-se, no mesmo quadro, que políticos menos conservadores, coincidentemente ou não, ficam distantes de alcançar o mesmo desempenho de JB ou Trump em plataformas como o *YouTube*, que é a que aqui analisamos. Esse é o caso do ex-presidente Lula, com 362 mil inscritos, e do atual presidente norte-americano Joe Biden, que apresenta 707 mil seguidores em seu canal oficial.

Quadro 9 – Comparação entre páginas de JB e de outros políticos influentes

Canal N. de inscritos	N.º de inscritos	Visualizações totais no canal	Data de criação do canal
 Donald J Trump ● 2,72 mi de inscritos	2,72 milhões	829.102.831	16 mar. 2015.
 Joe Biden ● 707 mil inscritos	707 mil	17.609.483	5 jun. 2018.
 Lula ● 362 mil inscritos	362 mil	132.853.417	22 abr. 2019.

Fonte: Elaborado pelo autor com base em informações dos canais do *YouTube*<sup>186</sup>.

Como mencionamos antes, fizemos esse breve apanhado sobre a evolução da narrativa acerca do “kit gay”, com o intuito de refletir mais conclusivamente sobre relações possíveis de ser estabelecidas entre a temática e questões envolvendo a opinião pública e a subjetividade, principalmente. A partir do pequeno recorte anterior, já é possível perceber que nos encontramos inseridos num quadro em que o debate público tende a ser cada vez mais desprovido do seu caráter crítico, o que já pode nos dizer algo sobre a questão da subjetividade. Ao mesmo tempo, vemos que as novas tecnologias permitem certa perenização e resgate contínuo de assuntos, até mesmo as *fn*, capazes de pautar, de alguma forma, a opinião pública.

### 6.3 (NEO)CONSERVADORISMO EM PAUTA

Conforme chegamos a mencionar no início deste capítulo, a “construção narrativa” em torno do “kit gay” produziu seus primeiros efeitos práticos ainda no governo da então presidente Dilma Rousseff, eleita pelo PT, partido considerado de esquerda no Brasil e, conseqüentemente,

<sup>186</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/DonaldTrump>. Acesso em: 09 nov. 2021

Disponível em: <https://www.youtube.com/JoeBiden>. Acesso em: 09 nov. 2021

Disponível em: <https://www.youtube.com/LulaOficial>. Acesso em: 09 nov. 2021

portador de ideias menos conservadoras. Na ocasião, ano de 2011, o Governo Federal se posicionou contra a implementação nas escolas do chamado *Kit contra a homofobia*, que fazia parte do projeto *Escola sem homofobia*, decisão que “[...] pôs termo a uma série de debates e embates entre Movimento LGBT, as esferas de Poderes Legislativos e sociedade civil”. (OLIVEIRA JR; MAIO, 2017, p. 141).

Observamos que embora o Ministério da Educação tenha privilegiado algumas estratégias, o posterior recuo delas nos leva a pensar que, se a escola é fundamental na formação para a cidadania, urge a necessidade de inserção de temas de grande impacto e relevância na vida social, que insistentemente desafiam princípios democráticos e éticos por meio da regulação e manutenção de injustificáveis e distintos prejuízos sociais contra as pessoas LGBTQIA. (OLIVEIRA JR; MAIO, 2017, p. 125).

Esse tipo de recuo na implementação de políticas públicas, principalmente no que diz respeito a pautas envolvendo questões relacionadas a gênero e/ou diversidade, tem sido tratado pela Ciência Política como “desinstitucionalização” (FEITOSA, 2021) ou cultura do “desagendamento”, entre outras nomenclaturas. De uma maneira geral, tais práticas têm sido adotadas, principalmente, em função de pressões de uma direita radical que vem ganhando cada vez mais espaço e visibilidade, como é o caso que destacamos neste trabalho de fundamentalistas religiosos com grande representatividade no Congresso Nacional brasileiro. E o avanço dessas forças conservadoras com suas pautas extremistas tem sido impulsionado, muitas vezes, com a ajuda de mecanismos de “divulgação” questionáveis em termos éticos, principalmente, como vimos neste trabalho com as *fn*.

Obviamente, o (re)surgimento dessa onda neoconservadora deve ser estudada de uma forma mais abrangente e, certamente, com mais propriedade, por outras áreas do conhecimento. Mas o que tem mostrado o nosso estudo, à luz do caráter interdisciplinar da AD, é que as artimanhas da pós-verdade, associadas a esses extremismos religiosos e/ou ideológicos e às novas conformações do ambiente digital têm sido mesmo utilizadas como fagulha para reacender valores morais até então tidos como autoritários e/ou ultrapassados no seio das sociedades, não somente no Brasil. Sem querer garimpar exaustivamente aqui outras consequências dessa escalada conservadora, podemos dizer que a eleição de Bolsonaro<sup>187</sup>, notadamente embalada pelas práticas aéticas da pós-verdade, já representa em si o início (ou já a implementação) de

---

<sup>187</sup> E de Trump, nos EUA.

mudanças (ou retrocessos) na condução de investimentos e políticas públicas, muitos deles considerados essenciais para atender a certas demandas sociais da atualidade.

#### 6.4 E AÍ VEIO A PANDEMIA...

Para citar apenas uma dessas linhas de desmonte, mas de abrangência e importância ímpares, podemos apontar o descaso do referido governo com investimentos e projetos ligados às áreas de ciência, pesquisa e conhecimento como um todo. Para ilustrar essa tendência, presenciemos ainda a postura “negacionista” de JB e integrantes do seu governo diante da pandemia do novo coronavírus (covid-19) que assola o mundo desde 2020, principalmente, ceifando, até o presente momento de redação desta tese, cerca de 6 milhões de vidas, sendo apenas no Brasil mais 650 mil mortes, o que lhe conferiu o *status* de segundo país com maior índice mundial de vítimas fatais<sup>188</sup>.

Fomos levados a usar o termo “negacionista” no parágrafo anterior, de certa forma um modismo de época, como um “artefato da pós-verdade”<sup>189</sup> que vai ao encontro de algumas reflexões que propomos logo no primeiro capítulo deste nosso estudo. Estamos falando de reflexões feitas por Pinheiro-Machado (2019), apontando que princípios conservadores de uma nova direita estariam assumindo um formato, entre outros aspectos, de desprezo ao conhecimento e negação ao próprio legado iluminista, de onde emerge a razão científica. De acordo com Pinheiro-Machado (2019, p. 85), até mesmo os chamados terraplanistas, “[...] representantes da contestação científica mais extrema e sintomática de nossos tempos obscuros”, têm procurado desenvolver redes, teorias e seminários para dar certo sentido de prova às suas ideias. Paralelamente ao terraplanismo, vêm surgindo outras variantes do negacionismo, que ganham corpo na figura dos antiglobalistas ou daqueles que contestam o aquecimento global, por exemplo. Na perspectiva do primeiro grupo, observa a autora, há a crença de que a globalização seja um projeto que beneficia uma elite intelectual marxista. Já na segunda frente negacionista, há aqueles que contestam o conhecimento até então construído (por décadas) sobre a saúde do planeta como um todo. “E esse mesmo modelo de questionamento funciona para tudo: para se discutir gênero, sexualidade, meio ambiente, cultura, globalização e política” (PINHEIRO-MACHADO, 2019, p. 86).

---

<sup>188</sup> Disponível em: <https://covid19.who.int/>. Acesso em: 15 mar. 2022.

<sup>189</sup> Raciocínio desenvolvido, entre outros autores, por Arruda (2021).

Retomando a questão da pandemia, a jornalista Karina Toledo procura fazer uma recontextualização do termo “negacionismo”, e acaba observando que

[...] antes restrito a grupos articulados em torno de interesses religiosos ou econômicos específicos e aos amantes de teorias da conspiração, o negacionismo científico tem ganhado corações e mentes nos últimos anos por intermédio das redes sociais. Com a chegada da COVID-19, o fenômeno se intensificou e o que era a contracorrente tornou-se, em alguns casos, discurso oficial e política de Estado. (TOLEDO, 2020, *online*).

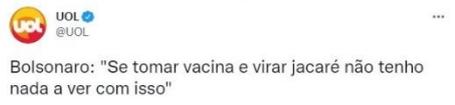
Em artigo sobre a temática, a jornalista dá destaque a uma investigação em curso, proposta pelo pesquisador brasileiro Renan Leonel, da Faculdade de Medicina da USP, em parceria com pares da *Columbia University* (Estados Unidos) e da *University of Vienna* (Áustria). Os estudiosos pesquisam, em linhas gerais, como o processo de institucionalização do negacionismo partindo de líderes políticos no Brasil, Estados Unidos e Reino Unido, por exemplo, pode comprometer a eficácia de medidas de combate à pandemia em seus países.

Instigado sobre eventuais motivos de o impacto da desinformação ter sido maior no Brasil durante a pandemia, o pesquisador brasileiro afirma:

O Brasil foi o mais impactado pela produção sistemática de desinformação por ter uma educação para a ciência bem menos consolidada que a britânica e norte-americana, além de uma população com menos anos de estudo em média. Além disso, os instrumentos de comunicação científica, que são necessários para contrabalancear a produção de ignorância e fazer a informação chegar até as pessoas, são mais frágeis no país. [...] Os Estados Unidos têm meios de comunicação científica bem mais antigos e estruturados, o que se deve ao fato de terem um sistema nacional de ciência e tecnologia bem maior e que recebe muito mais dinheiro. Mas os dois países são semelhantes no que se refere à desconfiança da população na comunicação científica oficial, ou seja, na ciência comunicada pela grande mídia. (LEONEL, 2020, *online*).

Apenas a título de exemplo, selecionamos pequenos trechos de *fn* e/ou declarações tidas como negacionistas feitas pelo então presidente brasileiro com relação à pandemia e à ciência, bem como algumas das repercussões na mídia, meio político e comunidade científica.

Figura 41 – *Fake news* e negacionismo na pandemia

a)  **Bolsonaro: "Se tomar vacina e virar jacaré não tenho nada a ver com isso"**  
Em evento em Porto Seguro, na Bahia, o presidente Jair Bolsonaro disse que não tomará a vacina contra o novo coronavírus e fez comentários, sem base científica, sobre os imunizantes contra a covid-19

b)  Este Tweet violou as Regras do Twitter sobre a publicação de informações enganosas e potencialmente prejudiciais relacionadas à COVID-19. No entanto, o Twitter determinou que pode ser do interesse público que esse Tweet continue acessível. Learn more  
- Estudos clínicos demonstram que o tratamento precoce da Covid, com antimaláricos, podem reduzir a progressão da doença, prevenir a hospitalização e estão associados à redução da mortalidade.  
@alexandregarcia

c)  **Twitter sinaliza post de Bolsonaro com mentira sobre vacina da Covid e Aids, mas mantém link no ar**  
Em aviso, rede social diz que publicação viola suas regras. Facebook e Instagram removeram vídeo em que presidente propaga mentira sobre relação da vacina contra Covid e Aids.

d)  **Falas de Bolsonaro contra vacinas, máscaras e lockdown são provas de 'fake news' em minuta de relatório da CPI da Covid**  
Declarações do presidente Jair Bolsonaro em vídeos e tweets são citadas na última versão do relatório de Renan Calheiros, cobra pelo OIGBO

e)  **Vice-presidente da CPI diz que Bolsonaro continua praticando o 'negacionismo das vacinas'**  
Da Agência Senado | 09/06/2021, 19h45

f)  **'NEGAÇÃO DA CIÊNCIA É UMA OUTRA PANDEMIA', DIZ VENCEDORA DO NOBEL**  
ATAÇÃO DA ABC MULHERES NA CIÊNCIA | 15 de novembro de 2021  
Confira trechos da entrevista com Emmanuelle Charpentier, prêmio Nobel de Química 2020, publicada pela

Fonte: elaborado pelo autor com base em prints retirados da web. Acesso em: 16 nov. 2021.

Legenda: a) JB usa figura de linguagem para desqualificar vacina. (Twitter/UOL). 17 dez. 2020.

b) Post de JB sobre “tratamento precoce” da Covid viola regras do *Twitter*. (Tuíte JB). 15 jan. 2021.

c) Post de JB associando vacina anti-Covid à Aids viola regras do *Twitter*. (*Portal G1*). 25 out. 2021.

d) Falas negacionistas de JB compõem relatório de CPI da Covid. (Site *O Globo*). 19 out. 2021.

e) Randolfe Rodrigues (da CPI Covid) fala sobre negacionismo de JB. (*Agência Senado*). 09 jun. 2021

f) Emmanuelle Charpentier, Nobel de Química 2020, critica negacionismo. (Site *ABC*). 15 nov. 2021.

Como se pode perceber, ampliamos a abordagem em torno das (des)construções narrativas para além daquela que trabalhamos na maior parte desta pesquisa, que envolve a temática do “kit gay” e questões relacionadas a uma agenda moral conservadora (gênero/sexualidade). E isso foi feito propositalmente. A nossa intenção primeira foi refletir sobre uma problemática que já vinha sendo ventilada nessas articulações envolvendo pós-verdade e conservadorismo, que é o negacionismo, mas que obviamente acabou ganhando mais destaque e visibilidade com os seus até então imprevisíveis desdobramentos num contexto pandêmico. Ou seja, não poderíamos deixar de esboçar, mesmo que vagamente, o assunto, como aqui o fizemos.

O segundo propósito foi mesmo expor a nossa percepção de que temáticas como o “kit gay”, embora contextualizadas num determinado quadro espaço-temporal, como o que aqui analisamos, podem servir como isca, uma espécie de “preparo de terreno” para novas mudanças de comportamento e, por que não dizer, em linguagem foucaultiana, pavimentar caminhos para projetos outros de poder. Considerando um cenário como esse, não seria exagero imaginar que a considerável aceitação do negacionismo institucionalizado durante a pandemia, não somente

no Brasil, possa já guardar relação com esses recentes movimentos e de naturalização de certos produtos pós-verdadeiros, de relativização dos fatos e do próprio conhecimento científico.

## 7 SUJEITOS OUTROS...

A essa altura da tese, em que estamos a um passo das nossas considerações finais, vemos como satisfatoriamente discutidas, ao longo dos capítulos, as principais questões que aqui propomos, especialmente no que se refere a aspectos envolvendo a subjetividade, temática que constituiu o nosso principal eixo investigatório.

No entanto, entendemos que boa parte dos subsídios analisados para refletirmos sobre esse eixo central encontra-se pulverizada, de certa dispersos nas complexidades (inevitáveis) do texto como um todo, o que pode dificultar uma compreensão mais clara e sintetizada do desfecho a que chegamos. E é o reagrupamento desses elementos centrais que procuramos costurar neste capítulo, além de sugerir a nossa concepção de subjetividade, “fugaz”, e, por fim, estimar possíveis interferências desses sujeitos outros em (des)construções narrativas emergíveis das “armadilhas” da pós-verdade, aquelas capazes de artificializar o debate público.

### 7.1 OS CAMINHOS DE UMA DEFINIÇÃO

Antes de retomarmos outros detalhes, buscamos situar aqui o nosso principal ponto de referência utilizado para estudar essa subjetividade emergível do ambiente (pós-verdadeiro) digital, que, nesta pesquisa, encontra amparo inicial na própria Semiologia charaudeana. Estamos falando mais especificamente do contrato de fala, que foi pensado tendo em vista uma relativa autonomia do sujeito, mas que vimos assumir configurações outras, se considerarmos uma interlocução possível de ser estabelecida entre as esferas produtoras e consumidoras de notícias falsas. Obviamente, foi importante (e necessário) transitarmos pelas diferentes instâncias envolvidas nas encenações languageiras em que são disseminadas as *fn*, seja no circuito externo (seres sociais), seja no interno (seres de fala).

Mas, para estimar esse sujeito engendrável das novas conformações digitais, foi preciso concentrar nossa atenção e principais esforços na figura do TUd (destinatário ideal), ou melhor, nos pontos de convergência, ou suposta “zona de intercompreensão”<sup>190</sup>, entre o que foi previsto no processo de produção e assimilado no processo de interpretação das mensagens, já que disso depende o “sucesso”, ou não, de um projeto de fala.

---

<sup>190</sup> Ver Charaudeau (2014b, p. 45).

[...] um ato de linguagem participa sempre de um projeto global de comunicação concebido pelo sujeito comunicante (EUC). Assim, o EUC deve organizar o que está disponível no conjunto de suas competências, levando em conta a margem de liberdade e de restrições de ordem relacional de que dispõe. Deve também desejar que seu ato *tenha sucesso*; ora, a garantia de tal sucesso estará na *coincidência de interpretações* que poderá ocorrer entre sujeito interpretante (TUi) e o destinatário (TUd). (CHARAUDEAU, 2014b, p. 56, grifos nossos).

No âmbito desta pesquisa, acreditamos, esse suposto “sucesso” do ato de linguagem, justamente em função das *fn*, é um dos elementos que acabam dando consistência e materializando seus efeitos, por exemplo, em forma de compartilhamentos e repercussão, em engajamento. Não podemos deixar de observar, obviamente, que se há uma identificação entre o TUd projetado pelos produtores de *fn* e uma grande parcela de sujeitos interpretantes (TUi), isso acontece porque tais sujeitos já são determinados por ideias e ideais conservadores. Estamos falando de indivíduos que certamente possuem crenças e/ou representações demasiadamente arraigadas, o que favorece a aceitação e circulação do discurso neoconservador na contemporaneidade<sup>191</sup>. É com base nesse tipo de constatação, entre outros, que percebemos desdobramentos como a monetização de perfis e páginas (TUi) envolvidos, principalmente em função do volume, bem como a mobilização de um público, mesmo que artificializada, em torno de (des)construções narrativas tidas como problematizantes, como a que aqui estudamos.

Vimos, porém, que foi a partir da noção de contrato charaudeana que identificamos aspectos de importância ímpar para iniciarmos uma discussão que aponta para uma subjetividade específica, de certa forma tolhida de suas escolhas e da própria (relativa) autonomia. Uma dessas constatações coincide com a própria definição do termo *fn*, e que também pudemos verificar na nossa análise, em que as crenças pessoais são priorizadas em detrimento dos fatos que, muitas vezes, acabam sendo até mascarados. Do ponto de vista semiolinguístico, vimos que as *fn* se sustentam prioritariamente nos saberes de crenças, mas se passam, boa parte das vezes, por um saber de conhecimento. Este é o caso recorrente, por exemplo, de *fn* que mobilizam exaustivamente aspectos relacionados às emoções, mas em encenações que tendem a se apropriar do formato das “notícias reais”. Esse tipo de raciocínio, por si, já nos leva a importantes reflexões sobre o papel do sujeito nesse circuito discursivo.

---

<sup>191</sup> Além das eleições de JB no Brasil e Trump nos EUA, vemos o neoconservadorismo ganhando força também na Europa, em países como a Itália (eleição de Giorgia Meloni) e França (aumento de popularidade de Marine Le Pen), entre outros. Disponível em: <https://tinyurl.com/extrema-direita>. Acesso em: 28 set. 2022.

Levando-se em conta que a partir da chamada memória dos discursos são constituídos os saberes de conhecimento e os de crença, como vimos em Charaudeau (2004), a relação de engodo sinalizada anteriormente pode acabar interferindo nas representações sociodiscursivas. E isso pode desarticular um importante tipo de memória, a dos discursos, além de artificializar a relação das pessoas com suas próprias representações sociais e/ou sociodiscursivas, o que, na prática, estimula o aprofundamento de falas entre iguais, as bolhas, e contribui para certo apagamento do sujeito.

Outro aspecto importante que também identificamos a partir da noção de contrato, igualmente importante para refletirmos sobre a questão da subjetividade, foi a percepção de que as encenações linguageiras postas em jogo com as *fn*, especialmente num cenário de disputa política, apresentam um viés manipulatório. Estamos falando, com base em Charaudeau (2010b), da figura de um manipulador (EUc), por trás das *fn*, que não revela o seu verdadeiro projeto de fala, mas apresenta em seu lugar uma proposta camuflada, tida como benéfica à instância “manipulável”, aquela onde estão abrigados os potenciais propagadores de desinformação. Seguindo tal entendimento, estaria a capacidade de escolha desse “sujeito manipulado”, ou de seu grupo de pertencimento, obscurecida por uma ilusão, por uma relação de engodo capaz de reduzir ou anular a possibilidade de percepção crítica.

Não é difícil notar que esse tipo de manipulação coloca o indivíduo numa espécie de aprisionamento, um estado de quase aporia em que entendemos ser tolhidas as chamadas “práticas de liberdade”, em linguagem foucaultiana, situação em que se estaria configurado um “estado de dominação” e, ao mesmo tempo, um desalinhamento do discurso com relação à ética. Aliás, o próprio Charaudeau também faz suas ponderações sobre assunto semelhante, quando afirma, por exemplo, que esse tipo de discurso “[...] põe o sujeito manipulador fora de qualquer postura ética”. (CHARAUDEAU, 2010b, p. 70).

Retomando brevemente o termo "aporia" mencionado acima, diríamos que não é nossa pretensão explorar exhaustivamente as inúmeras nuances de tal conceito, mas apenas cotejar alguns de seus significados (em uma leitura relativamente flexível) com o que demanda nosso objeto de estudo. Nesse sentido, ao pesquisar em dicionários de definição aceções para “aporia”, temos: “[...] aporia sf. ‘(Fil.) dificuldade, de **ordem racional**, apógrafo sm. ‘reprodução dum escrito original’ | que parece decorrer exclusivamente de um raciocínio ou de

conteúdo dele’ ‘conflito entre opiniões’ [...] Do lat. aporiã, deriv. do gr. aporía ‘**incerteza, perplexidade**’ (CUNHA, 2010, p. 49, grifos nossos).

Já de acordo com o *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, o termo “aporia” aparece como:

**1** fil dificuldade ou **dúvida racional** decorrente da impossibilidade objetiva de obter resposta ou conclusão para uma determinada indagação filosófica **2 p.ext.** p.us. **situação insolúvel, sem saída** **3 Ret** figura pela qual o orador simula uma hesitação a propósito daquilo que pretende dizer [...] aporias de Zenão fil as formuladas pelo filósofo grego Zenão de Eleia (sV a.C.), que objetivavam provar que as ideias de multiplicidade e movimento conduzem o pensamento a impasses e contradições lógicas insuperáveis [...] Etim gr. aporía,as 'embaraço, incerteza em discussão ou pesquisa' (HOUAISS, 2009, n.p., grifos nossos).

Essas breves definições nos permitem refletir sobre alguns aspectos envolvendo a noção de aporia e a temática da subjetividade, especialmente se levarmos em conta possíveis lugares ocupados por instâncias produtoras e consumidoras de *fn*. Curiosamente, como pode-se perceber, um dos significados filosóficos primeiros para o termo aporia está relacionado a uma dúvida racional, ou seja, uma dificuldade de raciocinar diante da impossibilidade de se chegar a uma resposta ou conclusão para algo, o que geraria uma incerteza capaz de limitar o próprio movimento. Consultando o E-Dicionário de Termos Literários<sup>192</sup>, por exemplo, temos, com base na filosofia grega antiga, que as aporias ou contradições nos juízos (ou antinomias)<sup>193</sup> aparecem intimamente relacionadas a essa ideia de limitação do movimento. No caso, se pensarmos a questão da racionalidade em nosso contexto de análise, pode parecer um tanto estranho nos valermos desse significado de aporia inicialmente, já que estamos lidando com produtos pós-verdadeiros, propensos a convencer a sua audiência, justamente, acionando gatilhos relacionados a crenças e/ou aspectos afetivo-emocionais. Não podemos deixar de considerar, no entanto, como vimos acima, que uma das principais características das *fake news* está no estratagema de se passar pelo formato das “notícias reais”, ou seja, uma relação de engodo capaz de seduzir, mas ao mesmo tempo mobilizar uma (falsa) racionalidade. Podemos imaginar, então, que indivíduos envolvidos nesse espaço propagador de *fn* são expostos a uma ilusão de consumo racional de informações, o simulacro de uma racionalidade que se coloca a serviço da pós-verdade. E nesse caso, acreditamos, talvez nem haja tanto espaço para a incerteza decorrente do conflito de ideias e/ou contradições, uma vez que temos também embutido nas

<sup>192</sup> Disponível em: <https://edtl.fcsh.unl.pt/encyclopedia/aporia>. Acesso em: 16 ago. 2022.

<sup>193</sup> Antinomia é tida aqui como uma "contradição entre duas proposições filosóficas igualmente críveis, lógicas ou coerentes, mas que chegam a conclusões diametralmente opostas, demonstrando os limites cognitivos ou as contradições inerentes ao intelecto humano". (HOUAISS, 2009, n.p.)

*fake news* um apelo emocional de certa forma já prescritível. O que se percebe, então, é que resta à instância receptora nesse circuito uma margem de manobra quase nula, um falso embate que esconde na verdade uma “situação insolúvel, sem saída”, restando um sujeito acuado, com movimentos limitados e em estado de quase aporia, se considerarmos sua capacidade de percepção crítica.

E por falar, enfim, na temática da recepção (ou seus efeitos), com ela também articulamos diálogos que acabaram convergindo para trazer à luz alguns elementos relacionáveis à subjetividade, já que vemos essa instância receptora como um agente difusor de ecos pós-verdadeiros, como as *fn*. E em harmonia com o enfoque analítico que adotamos nesta pesquisa, concentramo-nos, primeiramente, em examinar o componente receptivo a partir dos efeitos patêmicos, previstos na Semiologia. Vimos que Charaudeau (2010a) encara o patêmico como capaz de mobilizar um universo afetivo, mas que não leva o sujeito, necessariamente, a comportar-se totalmente em função dos sentimentos e/ou pulsões, isso porque ele tende a agir na expectativa de alcançar um objetivo, algo benéfico para si. Ou seja, estaríamos diante de uma racionalidade voltada a um objeto, o que passa pela questão de um desejo e, portanto, torna-se subjetiva. No caso da nossa perspectiva analítica, no entanto, percebemos que essa racionalidade pode ser corrompida em função mesmo do *modus operandi* das *fn*, que, mascarando um projeto de fala, acaba artificializando, direcionando a percepção e, por que não dizer, o próprio objetivo do indivíduo (de defender um partido ou um candidato em particular). Esse direcionamento “forçado do olhar”, acreditamos, ganha fôlego ainda com o ambiente de proliferação das *fn*, que amplia a ressonância de falas entre iguais, uma espécie de “câmara de eco”<sup>194</sup> que contribui para reduzir a margem de manobra dos sujeitos nela “encarcerados”.

Simultânea e complementarmente ao efeito patêmico, observamos a instância receptora também a partir de uma (re)atualização da perspectiva de choque, em que propomos uma análise englobando a materialidade do objeto de estudo e, ao mesmo tempo, o suporte de sua veiculação, tendentes a conduzir a percepção a partir de um caráter dispersivo, da distração. Buscamos amparo ainda nas ideias de Dunker (2018), que aborda a pós-verdade como discurso, num contexto (digital) da vida cotidiana marcado pela aceleração, retórica icônica e

---

<sup>194</sup> Embora tenha passado por refinamentos e/ou outras problematizações, a noção de “câmara de eco” foi inicialmente proposta com o intuito de mostrar grupos (com ideias semelhantes) tendentes a se isolar em função de polarizações políticas. Para acesso, ver: SUNSTEIN, C. *Echo chambers*. Princeton: Princeton University Press, 2001.

funcionalização, o que nos permitiu, entre outros aspectos, estimar possíveis interpretativos acerca do comportamento do indivíduo com potencial para gerar engajamentos.

### **7.1.1 Efeito pulsátil e subjetividade fugaz: concepções suplementares**

Por fim, para propormos uma concepção de subjetividade coincidente com os resultados obtidos e impressões que mais nos chamaram atenção durante essa jornada, entendemos como desejável, e necessário, pensarmos também numa ideia que sintetize o papel e a importância da instância receptora em todo esse circuito.

A partir, então, dessa demanda analítica, chegamos a uma pequena definição, talvez passível de aprimoramentos futuros, que é a ideia de “efeito pulsátil de recepção”. Ao consultarmos definições para o termo, vimos que “pulsátil” aparece como algo “1. que pulsa; que apresenta pulsação; pulsador, pulsante. 2. [...] que bate como artérias, ou lateja as partes inflamadas; pulsativo”. (HOUAISS, 2009, n.p.). Referimo-nos a um tipo de percepção que emerge de uma situação de certo aprisionamento (manipulação), como mostramos anteriormente, de um contexto em que a atenção é “sequestrada” pela distração e/ou outros elementos dispersivos, mas que se encontra numa encruzilhada “convocatória” à participação imediata, ao movimento rápido, seja na forma de curtidas, comentários, seja nos compartilhamentos.

Em suma, no “efeito pulsátil de recepção” está incutida uma ideia de recepção tensionada, pressionada por movimentos céleres, que pulsa o tempo todo, que quer e precisa eclodir, mas que quase nunca encontra tempo, espaço e/ou condições para o crivo de uma reflexão crítica. Então, se a recepção nas conformações digitais da pós-verdade se dá de forma pressionada pela urgência dos compartilhamentos, entendemos que a resposta a essa pressão ganha corpo na figura do que aqui chamamos de “subjetividade fugaz”, aquela capaz de materializar o movimento em si.

Pesquisando definições para a aceção “fugaz”, vemos que se trata de algo “1. que tem rapidez; rápido, ligeiro, veloz. 2. [...] que desaparece rapidamente, que dura muito pouco; efêmero, passageiro [...] lat. fugax, que foge facilmente; transitório”. (HOUAISS, 2009, n.p.). Ampliando a investigação para o âmbito da etimologia, notamos que o termo deriva do latim *fugace*:

Do lat. fugāx -ācis || fugente frugal adj. 2g. ‘relativo a frutos’ ‘sóbrio’ xix. Do lat. adj. 2g. sm. 1844 || fugida | fogida xv || *fugidiço* frūgālīs || frugalidade xix. Do lat. frūgālītas -ātis || xiv || *fugidio* xv. Do lat. fugitīvus || *fugir* xiii. Do frugí·fero xix. Do lat. frūgīferum || frugí·voro xix. lat. fūgīre (séc. iii), do clásss. fūgēre || *fugitivo* xv. Do fr. ·frugivore. Do lat. fugitīvus || fujão 1813 || prófugo xvii. Do fruir vb. ‘desfrutar, estar de posse de, gozar’ xvii. lat. profūgus || refugar | rrefugar xiv | Do lat. re-Do lat. \*fruēre, por fruī || fruição | fruiçom xv || fugare || refugiar 1813 || refúgio 1572 || refugir fruitivo xvi. xiv. (CUNHA, 2010, p. 303, grifos nossos)

Se esmiuçarmos um pouco mais o sufixo “-az”, que tem a sua origem no latim “ax”, temos que o termo aparece em:

1. adjetivos com a noção de *intensidade*, competência, aptidão: agraz, audaz, capaz, contumaz, dicaz, edaz, eficaz, falaz, feraz, folgaz, fugaz, incapaz, lambaz, linguaraz, loquaz, mendaz, minaz, mordaz, perspicaz, pertinaz, primaz, procaz, pugnaz, rabaz, rapaz, remordaz, roaz, sagaz, salaz, sequaz, solaz, suspicaz, tenaz, vivaz, veraz, voraz - todos substantiváveis (em -ácia, eficácia, ou em -dade, fugacidade) ou já substantivados; 2. nomes (isto é, subst. ou adj.) aumentativos, com noção pejorativa ou sem ela: arcaz, beberraç, [...]. (HOUAISS, 2009, n.p., grifo nosso).

No que diz respeito ao uso cotidiano dessas palavras, Prokopyszyn (2010) afirma que algumas delas, que nos chegam geralmente por meio do latim vulgar, como vivaz e/ou fugaz, por exemplo, “[...] coexistem com uma outra forma, que, por sua vez, chega até nós por via erudita (ex.: **vivace**, **fugace**, etc.). Note-se, contudo, que as formas com o sufixo -az são mais frequentemente usadas”. (PROKOPYSHYN, 2010, *online*, grifos da autora).

A ideia que queremos passar com a concepção de “subjetividade fugaz” é, justamente, a de tentar traduzir o contexto e as circunstâncias nos quais esse sujeito da pós-verdade está situado, em que é demandado por interações e respostas ligeiras, performance compatível com que o dele se espera, em termos de produtividade e entrega, com a “soberania dos resultados” e dos efeitos práticos. (DUNKER, 2018, p. 29). É especialmente sob esse prisma que a ideia de fugacidade do sujeito é delineada. Ou seja, diante da demanda pela performance apressada, esse sujeito tende a um movimento de se tornar fugidio, instável, descompromissado com o exame mais cuidadoso e crítico diante de determinada troca linguageira.

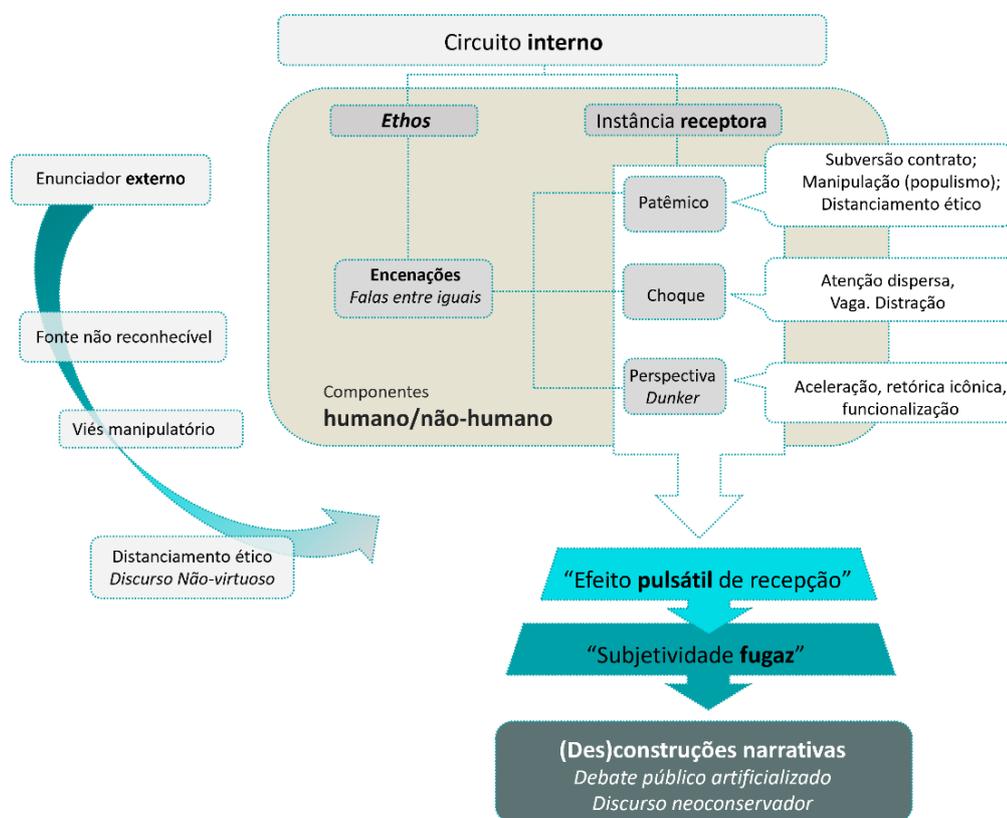
Apesar de estarmos nos referindo, mais especificamente aqui, a uma subjetividade que aflora do contexto da pós-verdade, entendemos que essa nossa concepção de “subjetividade fugaz” coincide, em certa medida, com algumas das características do chamado sujeito pós-moderno, como mencionamos no nosso segundo capítulo. Sob a ótica de Hall (2006), vimos que esse sujeito pós-moderno não carrega “[...] uma identidade fixa, essencial ou permanente” (p. 12).

Ao contrário, essa identidade torna-se uma “celebração móvel”, que é formada e transformada continuamente em função de determinados “sistemas culturais”. Nesse sentido, pode-se dizer que “[...] à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma *multiplicidade desconcertante e cambiante das identidades possíveis*, com cada uma das quais *poderíamos nos identificar - ao menos temporariamente*”. (HALL, 2006, p. 13, grifos nossos). No nosso caso em específico, diríamos que o “sujeito fugaz” é, justamente, aquele que “assume” uma das faces possíveis da subjetividade diante das armadilhas da pós-verdade, uma identidade instável, efêmera e fugidia, mas que acaba produzindo seus efeitos práticos.

Nesse sentido, curiosamente, ao mesmo tempo em que esse sujeito é levado a acolher e/ou descartar rapidamente a comunicação com o outro, a sua resposta, tensionada pela necessidade de performance, tende a acontecer e a repercutir de forma célere e com intensidade. Estamos falando de um movimento que, no circuito narrativo das *fn*, traduz-se em volume de compartilhamentos, de interações, em engajamento. Todo esse processo, devemos lembrar, dá-se a partir de uma subjetividade que é atravessada, aprisionada por um discurso com viés manipulatório capitaneado por produtos pós-verdadeiros. Ou seja, estaríamos diante de um quadro em que se torna limitada, ou até mesmo anulada, qualquer margem de manobra ou possibilidade de exercício crítico por parte desse sujeito.

Abaixo (FIG. 42), apresentamos um pequeno esquema que sintetiza os principais elementos relacionáveis à ideia de “subjetividade fugaz”, bem como mostramos um resumo dos resultados alcançados ao longo da nossa pesquisa:

Figura 42 – *Design* de resultados: Conformações digitais da pós-verdade



Fonte: elaborado pelo autor.

## 8 REFLEXÕES FINAIS

Eu briguei, apanhei, eu sofri, aprendi,  
Eu cantei, eu berrei, eu chorei, eu sorri,  
Eu saí pra sonhar meu país  
E foi tão bom, não estava sozinho  
A praça era alegria sadia  
O povo era senhor  
E só uma voz, numa só canção  
E foi por ter posto a mão no futuro  
Que no presente preciso ser duro  
E eu não posso me acomodar  
Quero um país melhor. (NASCIMENTO; BRANT, 1987).

A ideia de investigar uma temática de certa forma complexa e desconhecida, envolvendo novas (re)configurações da pós-verdade no ambiente digital, causou-nos, inicialmente, um misto de sentimento que reunia, simultaneamente, motivação e receio. A preocupação residia, principalmente, na inevitável fluidez que abriga o objeto de estudo em si, um terreno analítico-discursivo escorregadio, multifacetado e, ao mesmo tempo, tendente ao risco de ficar datado muito precocemente, como bem sabemos, especialmente em função da ligeireza com que evoluem os aparatos tecnológicos. Mas a nossa inquietação e motivação acabaram falando mais alto. Optamos por minimizar os efeitos dessa (possível) obsolescência prematura da pesquisa e seguir em frente na busca de respostas, ou possíveis interpretativos, que nos permitissem deixar registradas algumas reflexões sobre esse importante momento, que não deixa de fazer parte do nosso próprio lugar sócio-histórico.

Para operacionalizar os estudos, optamos por uma abordagem ancorada numa horizontalidade de conceitos-chave, evitando um aprofundamento teórico-metodológico demasiadamente centrado em um ou outro autor e/ou conceito. Ou seja, já que vemos o *corpus* como fluido, entendemos como salutar também uma interdisciplinaridade mais ampla, sempre em diálogo com a AD, com o intuito de privilegiar a diversidade de ideias e as nossas possibilidades de interpretação.

No que diz respeito ao conteúdo em si, resgatamos aqui o nosso objetivo geral, para conduzir, na sequência, perpassando os objetivos específicos, uma retomada das discussões de forma sintética e em tom de desfecho. Relembrando, então, que o nosso objetivo geral passa pela tentativa de desvelar as principais facetas dos sujeitos engendrados a partir da pós-verdade no ambiente digital, bem como estimar a sua importância no processo de (des)construções narrativas.

## 8.1 ASSUNTOS MAIS RECORRENTES

A jornada em torno do primeiro objetivo específico – analisar assuntos/linguagem recorrentes nas *fn*, confrontando seu potencial de repercussão a imaginários/representações sociais – serviu-nos, entre outros aspectos, para conhecer as principais peças que moveram as engrenagens da pós-verdade nas eleições brasileiras em 2018, esboçar, de alguma forma, alguns pontos importantes da nossa análise e orientar novos rumos para a pesquisa em si. Isso se deu, em termos mais gerais, ao refletirmos, por exemplo, sobre a questão dos imaginários e representações e/ou potencial de engajamento das *fn*, bem como chegarmos a critérios que nos possibilitaram fazer um recorte mais específico do *corpus*, no caso envolvendo a temática do chamado “kit *gay*”.

Um dos elementos que estabelecemos para o desenvolvimento da pesquisa foi a relevância quantitativa das *fn*, um ponto de partida para estimarmos a sua importância em termos de alcance e repercussão (além de servir para posterior seleção da amostra de análise). Com isso, elegemos um acontecimento de destaque durante a campanha (pautado pela mídia convencional), uma “facada” no então presidenciável JB, que utilizamos como parâmetro métrico para dimensionarmos eventuais números que pudessem dar uma ideia de audiência das *fn*. Em suma, partimos de enfoques de natureza quantitativa, critério também utilizado, inclusive, pelas agências de checagem que nos serviram de referência para chegarmos, depois, às temáticas mais recorrentes durante aquele pleito.

Foi a partir dessa abordagem, analisando inicialmente 24 *fn* em primeiro e segundo turnos das eleições, que chegamos a um grupo menor, de sete temáticas agrupadas por aproximação semântica, e que nomeamos com base em possíveis imaginários despertados no eleitorado, individual ou coletivamente falando. Com isso, foi possível elaborar um quadro em que identificamos a maioria das intervenções como benéficas ao candidato de extrema direita, 79%; sendo que apenas 21% do total das *fn* poderiam ser favoráveis ao então presidenciável FH, considerado de esquerda. Das *fn* envolvendo a esquerda, todas desfavoráveis, chegamos então a guarda-chuvas semânticos que remetem a imaginários sobre “Ideologia”, “Violência”, “Gênero/Sexualidade” e “Fraude/Corrupção”. No que diz respeito às temáticas relacionadas a JB, destacamos três agrupamentos que nominamos “Fraude/Armação”, “Efeito manada” e “Religião”.

Pudemos, então, perceber, a partir desse recorte, que grupos bolsonaristas (de extrema direita) utilizaram a pós-verdade de forma mais engajada que os de esquerda, em prol de uma (nova) agenda moral conservadora, e notadamente inspirados em um movimento externo mais amplo. No caso específico da nossa análise, vimos em jogo a intenção de se mobilizar, por meio das *fn*, imaginários que tentam relacionar a esquerda, ou o PT, à ideia de destruição da família ou valores cristãos, outras vezes à violência e/ou radicalismos e, ainda, a fraude ou corrupção. O imaginário do “anticomunismo”, no entanto, talvez seja o mais explorado, mesmo que implicitamente, já que parece onipresente, perpassando de alguma forma todas as outras temáticas.

## 8.2 *ETHOS* E ÉTICA

Para alcançar o segundo objetivo específico – identificar *ethé* discursivos de perfis engajados (também implícitos) em torno das *fn*, correlacionando-os à questão da memória e aspectos ético-morais –, debruçamo-nos em torno dos principais perfis e/ou páginas propagadoras das *fn* sobre o “kit gay”, bem como de autores de alguns conteúdos em si, para analisar possíveis *ethé* e também aspectos relacionados à ética e/ou moral, o que acabou nos levando a refletir também sobre a questão da memória. Para a análise do *ethos* em si, adotamos, primeiramente, reflexões charaudeanas que veem a temática sob o prisma do discurso político, em que o linguista destaca a confluência entre identidades social e discursiva como fatores capazes de conferir certa credibilidade à instância enunciativa. Para operacionalizar as análises, utilizamos os ensinamentos de Maingueneau, que nos ajudou a identificar e/ou estimar traços coincidentes com a ideia de “*ethos* encorpado”, que deixam revelar a figura de um fiador, e características associáveis às chamadas dimensões do *ethos*, que são a categorial, a experiencial e a ideológica. Em um dado momento, o objeto em si nos demandou uma avaliação mais específica e esmiuçada do *ethos*, também inspirada nos ensinamentos de Charaudeau, que nos permitiu estudá-lo a partir de “um falar regional” (vídeo da mamadeira erótica), uma das encenações etóticas passíveis de ser utilizadas num quadro de discurso político.

Falando dos resultados, de uma maneira geral, foi possível percebermos um esforço de as instâncias enunciativas de *fn* agregarem credibilidade às suas falas, um jogo curiosamente arquitetado, de forma proposital ou não, para tentar ainda conferir autenticidade, justamente, a uma narrativa desprovida de tal atributo. Vimos isso, por exemplo, ao analisar a página *Lava Jato Notícias*, que tenta imitar ou se apropriar de estilos e/ou linguagens próprios do formato

das “notícias reais” ou dos veículos tradicionais, para, entre outros aspectos, adornar as suas publicações com um suposto caráter de legitimidade e/ou credibilidade. Tal página foi analisada também tendo em vista o seu potencial de mobilização de imaginários em torno do termo “Lava Jato”, nome usado por uma operação de “combate à corrupção” no país, na ocasião considerada referência e defendida por grupos mais conservadores, principalmente. Dentro da concepção mais encarnada do *ethos*, vimos então que a página *Lava Jato Notícias* funciona como uma espécie de “fiadora”, capaz de trazer elementos externos “críveis” (de uma identidade social) para o âmbito do discurso, o que contribui para essa credibilidade e possível identificação com a instância receptora. Sob o olhar das dimensões do *ethos*, tal credibilidade poderia vir associada à ideia de justiça como um todo e, também, à imagem do então juiz Sergio Moro, à época considerado o principal nome da operação “Lava Jato” dentro do discurso de combate à corrupção. Se pensarmos numa hipotética transferência etótica entre a imagem do ex-juiz Moro e uma página que leva o nome da operação “Lava Jato”, vimos que na dimensão categorial do *ethos*, pode-se associar a Moro simbolismos que remetem à “verdade”, “retidão”, “juízo cego”; da dimensão experiencial, espera-se “imparcialidade” e “seriedade”; e da ideológica a imagem de um operador do direito capaz de agir “acima das paixões humanas”.

No caso da análise de uma *fn* sobre uma suposta paternidade do “kit gay”, *post* com engajamento atípico para os padrões do perfil, discutimos as dimensões do *ethos* em torno de uma página intitulada *Luiz Revolta Santos*, de autoria de alguém que se apresenta como pastor. Chamou-nos atenção nesse recorte, principalmente, a materialização de um enunciador que amplifica a ideia de falas entre iguais, no caso as bolhas religiosas/evangélicas, e que também vocaliza o tom de campanha adotado pelo então presidenciável JB: “Deus acima de todos”. Surge aí a figura de um militante engajado que aparenta querer parecer crível e, ao mesmo tempo, ético. Crível na medida em que tenta passar uma ideia de coerência entre papéis (social e discursivo), já que, na sua atividade da palavra, vimos tratar-se de um “pastor”, um “servo de Deus” (dimensão categorial), homem capaz de inspirar confiança, proteger e mostrar caminhos (dimensão experiencial), além de apresentar uma postura engajada, de militante conservador, características coincidentes com a dimensão “ideológica” do *ethos*. A questão do querer parecer ético, acreditamos, vem mais do conteúdo em si veiculado por tal perfil, que tenta apresentar, com a sua mensagem, em tom de alerta, a personificação de um criador para o “kit gay”. Neste caso, e em outros que analisamos na pesquisa, esse esforço em mostrar fontes legitimadoras das *fn* pode trazer junto a aparência de uma disposição discursiva virtuosa, o que para Paveau (2015) seria um discurso capaz de, pela linguagem, deixar transparecer sua eticidade.

Igualmente destacável pelo alto engajamento das postagens, a *fn* sobre a chamada mamadeira erótica levou-nos a estudar o *ethos*, entre outros aspectos, como um dos possíveis “termômetros” para se estimar a adesão (ou não) dos indivíduos a certos assuntos e/ou tipos de abordagens. Diferentemente dos outros *posts* que avaliamos, no entanto, não foi possível identificar, *a priori*, expressividade o suficiente dos papéis extradiscursivos (dos perfis propagadores e do autor do vídeo da *fn*) para pensarmos em efeitos de credibilidade. Isso nos levou a buscar pistas sobre o *ethos* no âmbito predominantemente discursivo, mais especificamente com base no sotaque do orador, por exemplo, no tom adotado na narrativa e elementos outros ligados à produção do vídeo em si. Com base nesse enfoque, foi-nos possível perceber um *ethos* revelador de um desejo de autenticidade (falar regional) e de certa autonomia do orador, na medida em que demonstra sua independência na produção e publicização do vídeo. Indo um pouco além, vimos a figura de um militante engajado, que fala expressando revolta e, ao mesmo tempo, vocalizando um tom de campanha (dimensão categorial do *ethos*); da dimensão “experencial”, foi possível perceber a ideia de alguém que defende fortemente uma causa, que é aguerrido, combatente, combativo etc.; por fim, chegamos à figuração de um “fiador”, dentro da dimensão “ideológica”, que sai em defesa de uma agenda conservadora.

O estudo do componente ético, também parte desse nosso segundo objetivo específico, foi possível a partir de uma análise inicial envolvendo a noção de contrato e a ideia do discurso portador de intenções manipulatórias, previstos na Semiologia charaudeana. Observando o perfil *Lava Jato Notícias*, por exemplo, vimos na página um desejo de se passar certo efeito de credibilidade, valendo-se de artimanhas “escondidas” no *ethos* (semelhança com notícia real, uso do termo Lava Jato etc.), mas que ao mesmo tempo se trata de um perfil que desinforma por meio das *fn*. Esse tipo de estratégia muito se assemelha ao que, sob a ótica charaudeana, pode-se chamar de manipulação, ou seja, situação em que o manipulador não revela seu projeto e acaba maquiando-o sob um outro, apresentado ao manipulado como lhe sendo favorável, seja tal benefício de ordem individual, seja coletiva. Este seria o caso em que o contrato do discurso (político) se desviaria para fins de persuasão, no sentido de operacionalizar um “iludir voluntário”, perspectiva em que Charaudeau vê o sujeito manipulador como desprovido de qualquer postura ética.

Outra problemática surgida a partir dessa subversão do contrato guarda proximidade com a questão das práticas liberdade, ou a ausência delas, o que serviu também para refletirmos sobre

a ética, especialmente correlacionando-a à questão da memória, seja ela imediatamente humana, seja interfaceada pela máquina.

Num primeiro momento, vimos que essa desestabilização do contrato pelas *fn* pode resultar num “mascaramento” dos próprios saberes, na medida em que um (de crença) se apresenta como se fosse outro (de conhecimento). No nosso entendimento, isso acaba desarticulando um importante tipo de memória, a dos discursos, o que pode comprometer e/ou artificializar a relação das pessoas com suas próprias representações sociais e/ou sociodiscursivas. Nesse sentido, vimos que a questão ética pode ser pensada, principalmente, em virtude de um visível aprisionamento do indivíduo, como TUd, seja pela exaustiva ressonância de falas entre iguais, seja pelas limitações impostas por esse contrato outro, capaz de cercear a prática de liberdade e reflexão crítica, diante da iminência de um aparente estado de dominação<sup>195</sup>.

Em outra ponta, vimos também que a memória programável e/ou alimentada a partir da interferência dos algoritmos é passível de ser discutida no âmbito do que podemos chamar de ética algorítmica. Isso foi aventado, principalmente, em função da possibilidade de interferência humana nos filtros e/ou “escolhas” feitas pelos algoritmos, o que pode resultar na infração do princípio ético da liberdade do usuário e acabar interferindo na sua autonomia e/ou capacidade de escolha.

Por fim, entendemos que o estudo do componente ético nesta pesquisa, entre outros aspectos, foi indispensável para justificar a sua relevância e preservar certo distanciamento do eu pesquisador frente ao objeto de estudo, uma espécie de “proteção” ao risco de posicionamentos demasiadamente movidos pelas paixões. Não nos referimos, exatamente, a uma imparcialidade absoluta, já que admitimos a nossa inafastável subjetividade, presente desde a escolha do tema pesquisado e/ou *corpora*, à adoção de um tom mais crítico durante a maior parte do percurso. Estamos falando, apenas, da opção por nos posicionarmos em alinhamento e consonância com o que entendemos como ética.

---

<sup>195</sup> Como vimos durante o nosso estudo, as ideias de práticas de liberdade e estado de dominação foram aqui incorporadas a partir do pensamento foucaultiano.

### 8.3 INSTÂNCIA RECEPTORA E (DES)CONSTRUÇÕES NARRATIVAS

No terceiro objetivo específico – estimar o potencial de interferência/engajamento dos sujeitos, no âmbito da produção ou recepção, no processo de (des)construções narrativas –, buscamos guarida, num primeiro momento, estudando aspectos da recepção a partir da perspectiva semiolinguística relativa aos efeitos patêmicos, passíveis de tocar o indivíduo em suas emoções, mas que, ao mesmo tempo, são capazes de mobilizar nesse sujeito uma racionalidade, motivada por interesses objetivos, o que pressupõe a possibilidade de certa autonomia. Em outra ponta, procuramos situar a instância receptora dentro do universo das tecnologias digitais, com suas novas conformações e vieses metodológicos, e já contemplando certas especificidades da pós-verdade. É nesse contexto que adaptamos ao nosso estudo a perspectiva benjaminiana do efeito de choque e também as ideias de Dunker (2018), que nos levaram a importantes reflexões sobre aceleração, retórica icônica e funcionalização da vida cotidiana, frente ao atual cenário de uma pós-verdade incrustada no ambiente digital.

Com o uso desses diferentes enfoques teórico-metodológicos, foi possível identificarmos características bem peculiares e específicas do nosso objeto de estudo no que diz respeito à esfera da recepção. Se pensarmos na questão dos efeitos patêmicos, por exemplo, vimos que as *fn* analisadas exploram, de uma maneira ou outra, as chamadas tópicos do *pathos* com certa frequência e naturalidade. Tais estratégias foram percebidas com um recorrente apelo e adoção de tons de fala e/ou termos portadores de forte potencial patêmico. Temas relacionados ao “risco do comunismo”, aborto, incesto, liberação das drogas, destruição da família e dos valores cristãos, entre outros, foram amplamente usados nas *fn* para despertar a emoção, mobilizando tópicos da angústia, medo ou terror, ao mesmo tempo em que instigavam tópicos opostas, de esperança e alívio para esse mal, quase sempre associando essa “espera feliz” à imagem de um salvador, de um “herói nacional”. Curiosamente, a partir da análise desse tipo de abordagem, foi-nos possível identificar nessas falas traços típicos de uma estratégia populista, o que, para Charaudeau (2010b), traduz-se numa espécie de discurso de “manipulação consentida, [...] uma forma *soft* de manipulação” (p. 70, grifos nossos). Ou seja, tendo como ponto de partida o estudo dos efeitos patêmicos para a Semiologia, associado a um sujeito dotado de certa autonomia, descobrimos, no nosso caso, que as *fn* carregam em si elementos manipulatórios, capazes de limitar ainda mais a possibilidade de uma “subjetividade relativamente autônoma” e, ao mesmo tempo, expor certo “descompromisso” ético.

Para refletir sobre o segundo enfoque no âmbito da recepção (ou seus efeitos), foi preciso “deixarmos falar” elementos envolvendo, simultaneamente, particularidades do nosso objeto de estudo, da pós-verdade em si e outras especificidades das novas conformações digitais, ou seja, conteúdo e ferramenta/suporte de veiculação.

Dessa forma, vimos, de uma maneira geral, que as (des)construções narrativas em torno do chamado “kit *gay*” se destacam por tirar proveito de um potencial diversionista da temática, apesar do tom de denúncia e/ou indignação dos enunciados. Seria algo próximo de se tentar prender a atenção também por meio do humor, da distração e/ou entretenimento, para nós uma das formas de captação das tecnologias digitais e um modo de desvio da percepção ou do olhar para uma contemplação vaga e dispersa, o que coincide em certa medida com a perspectiva do choque benjaminiana. Aliás, dadas as similaridades e convergências entre o conceito de choque e demandas específicas do nosso objeto, a aplicação (adaptação) de tal teoria à nossa análise mostrou-se importante e proveitosa, mas identificamos na temática um campo fértil para novos refinamentos e/ou aprimoramentos, tendo em vista que estamos lidando com formas outras de reprodutibilidade técnica.

Por fim, numa relação articulada e/ou suplementar ao efeito de choque, observamos a instância receptora também sob a ótica de Dunker (2018), que faz paralelismos entre o contexto da pós-verdade e especificidades do ambiente digital. A partir, então, de algumas das importantes contribuições do autor, ajustamos ao nosso estudo categorias analíticas que nos permitiram perceber, por exemplo, que as *fn* exploram com considerável frequência elementos capazes de reduzir ou anular ambiguidades no processo de interação, situações em que a essência da mensagem tende a ser oferecida de uma só vez. Estamos falando de confluências articuladas, propositalmente ou não, entre o nome de uma página e/ou perfil do FB, elementos icônicos e/ou textuais presentes nos *posts* ou no conteúdo das *fn* em si, que acabam convergindo sem muitas ambiguidades para a temática do “kit *gay*”, por exemplo, a principal construção narrativa que investigamos dentro de uma agenda moral conservadora. Esse suposto processo de “desambiguação” tende a ganhar robustez, de acordo com a nossa análise, na medida em que os principais ambientes e/ou grupos de proliferação das *fn* contemplam quase sempre a contínua e acrítica interação entre iguais, as chamadas “bolhas”.

Vimos que as ideias de Dunker (2018) constituem um importante instrumento de reflexão, e análise, para estimarmos possíveis correlações entre os inúmeros compartilhamentos das *fn*,

bem como seu potencial de engajamento, e o comportamento do usuário na esfera dos efeitos de recepção. Desse modo, entendemos que o volume e rapidez com que são compartilhados certos produtos da pós-verdade podem guardar estreita relação com o formato e a própria dinâmica ditada pelas redes sociais e internet como um todo. Inspirados em Dunker, vimos, então, que potenciais compartilhadores de *fn* se encontram imersos num circuito em que se deve apressadamente acolher, descartar ou estimular comunicação com o outro (retórica icônica); que a mensagem seja “lida” de forma célere e não ambígua, para que possam, então, respondê-las de forma igualmente rápida e iconicamente (funcionalização). Isso tudo ocorre em meio a uma cultura da busca exagerada por performance e resultados, em que os efeitos práticos são prioridade, não importando os meios (aceleração). Talvez seja mesmo essa a lógica prevalente nas análises que fizemos da construção narrativa em torno do chamado “kit *gay*”.

Por fim, buscando articular as categorias metodológicas aqui adotadas para estudar a instância receptora no universo das *fn*, chegamos à ideia de “efeito pulsátil de recepção”, que seria uma espécie de percepção emergível de uma situação em que o indivíduo se encontra de certa forma encarcerado a partir de discursos tidos como manipulatórios principalmente. Do mesmo modo, vimos tratar-se de um quadro em que a percepção se dá por meio da distração vaga e/ou outras formas de dispersão, ao mesmo tempo em que esse sujeito é pressionado a participar, a responder de forma célere e rasa às interações pautadas por produtos pós-verdadeiros, o que acaba se convertendo em volume de engajamentos. Resumindo, o “efeito pulsátil de recepção” traz junto uma ideia de movimento apressado, que pulsa o tempo todo na iminência de eclodir, mas que não deixa espaço para a reflexão crítica. É a partir do “efeito pulsátil” que, a nosso ver, abre caminhos para o que nominamos nesta pesquisa de “subjetividade fugaz”.

#### 8.4 A SUBJETIVIDADE...

No quarto objetivo específico – situar essa subjetividade outra emergível do ambiente digital, (re)problematizando a questão da relativa autonomia e singularidades do atual momento sócio-histórico -, tivemos como proposta situar e falar mais diretamente da subjetividade no ambiente da pós-verdade. Retomamos aqui, então, apenas alguns pontos que consideramos relevantes para costurar outras particularidades percebidas durante a nossa análise, que partiu de categorias previstas na Semiologia, mas que demandou um importante diálogo interdisciplinar, como o que utilizamos para estudar a instância receptiva, por exemplo, determinante para vislumbrarmos a ideia de subjetividade fugaz.

Notamos, no decorrer da pesquisa, que esse tipo de sujeito emerge de condições específicas, em que uma agenda neoconservadora aposta suas fichas em certas práticas “pós-verdadeiras” para fazer circular, principalmente, a partir das novas tecnologias digitais, suas ideias e/ou esboços do que seria um projeto de poder. Percebemos ainda que o terreno em que brota essa subjetividade fugaz, faz nascer junto um discurso com viés manipulatório, atravessado, às vezes, por estratégias populistas, e distanciado de preceitos éticos, temática que faz/fez toda a diferença para os rumos desta pesquisa. Como visto, a problemática da ética tem desdobramentos que vão desde o lugar analítico adotado pelo eu-pesquisador diante do objeto de estudo, perpassando sujeitos outros envolvidos, até os próprios enunciados circulantes nessas tramas languageiras ancoradas na pós-verdade. No nosso entendimento, isso coloca sob questionamento não só a “legitimidade” do que seriam meras disputas pelo poder, mas o engendramento de (des)construções narrativas capazes de embarçar, pautar artificialmente o debate público e a própria tomada de decisões, como temos visto já materializado com o crescimento de ideias conservadoras extremistas. Ou seja, no meio de tudo isso, temos a participação de um sujeito efêmero, marcado pela leitura apressada e tolhido do olhar crítico, mas que não deixa de ser intenso em volume de interações e engajamento, mesmo estando a serviço da desinformação. É este o espaço ocupado pela “subjetividade fugaz”.

### 8.5 A DESEJÁVEL SEQUÊNCIA DAS DISCUSSÕES...

Não foram poucas as lacunas percebidas durante este estudo que poderiam, ou deveriam, ser objeto de pesquisas futuras, no âmbito da AD ou não. Mas, para resumirmos a nossa percepção em torno daquelas “brechas analíticas” que mais se aproximam da nossa temática, elencamos aqui ao menos quatro possibilidades de análise que, acreditamos, trariam contribuições para fomentar discussões outras, dentro e fora do meio acadêmico.

A primeira dessas sugestões, a nosso ver, desponta de uma das próprias definições que trouxemos à baila, especialmente no que diz respeito à esfera receptiva, uma vez que estamos diante de formas de recepção ainda sendo desenhadas no âmbito das tecnologias digitais, que precisam e merecem ter suas análises aperfeiçoadas. Seria o caso, por exemplo, de se desenvolver a ideia de choque, proposta inicialmente por Benjamin, criando categorias analíticas que contemplem não somente o universo da arte, como já vemos em alguns trabalhos,

mas avançando para as redes sociais no contexto da desinformação, já que as entendemos como novas formas de reprodutibilidade técnica.

Outro tema carente de aprimoramentos, talvez até por se tratar de um fenômeno igualmente “novo”, estaria no estudo mais refinado dos efeitos das *fn*, especialmente aquelas a serviço de projetos extremistas, no cotidiano das pessoas na atualidade. Se pensarmos no âmbito desta pesquisa, em que abordamos apenas vagamente a questão do negacionismo, vemos como profícua, por exemplo, uma sequência de discussões envolvendo esse artefato da pós-verdade com o intuito de estimar as consequências práticas de tais narrativas nos espaços em que esses grupos radicais já tenham alcançado um maior protagonismo político e/ou poder.

Como chegamos a comentar no terceiro capítulo, imaginamos que a noção de governamentalidade de Foucault possa também ser um interessante caminho para dar sequência ao tipo de discussão que iniciamos nesta pesquisa. Referimo-nos mais especificamente neste caso a estudos que envolvam simultaneamente, sob o guarda-chuva da AD, o uso da pós-verdade como estratégia de poder (dominação?) e o papel ocupado pela subjetividade nessa arena discursiva.

Por fim, imaginando que a ideia de “fugacidade” identificada em nosso estudo já traz implícita a perspectiva de um sujeito acrítico, entendemos que uma investigação interessante poderia passar pelo campo dos letramentos digitais, talvez em diálogo com a AD. Partindo da Semiologia, tal temática poderia ganhar corpo, por exemplo, se considerarmos a hipótese de que indivíduos letrados não seriam facilmente fígados pelas armadilhas da desinformação. Ou seja, em vez de um simples lugar de “destinatário ideal” (TUd), poderia estar se estudando esse sujeito a partir de uma condição de interpretante (TU<sub>i</sub>).

## REFERÊNCIAS

- AARÃO REIS, Léa Maria. O príncipe das trevas de Trump. *Carta Maior*, Rio de Janeiro, 25 ago. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3dPtmxj>. Acesso em: 8 set. 2020.
- ADORNO, Sérgio. Perturbações: Foucault e as ciências sociais. *Revista Sociologia & Antropologia*, v. 7, n. 1, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/33kPVbb>. Acesso em: 20 jun. 2019.
- ALMEIDA, Silvio Luiz de. Neoconservadorismo e liberalismo. In: GALLEGOS, Esther S. (org.). *O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2018, p. 27-32.
- AMOSSY, Ruth. *Ethos*. Tradução de Sandoval Nonato Gomes-Santos. In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (orgs.). *Dicionário de análise do discurso*. Coordenação da tradução Fabiana Komesu. 3. ed. 1. reimp. São Paulo: Contexto, 2014. p. 220-221.
- ARFUCH, Leonor. *O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea*. Tradução de Paloma Vidal. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010.
- ARRUDA, Robson Lima de. O negacionismo como artefato da pós-verdade: Bolsonaro, a pandemia e a educação. *O Boletim de Conjuntura*, v. 5, n. 15, p. 80-94. 2021. Disponível em: <https://tinyurl.com/negacionismo-artefato>. Acesso em: 10 mar. 2022.
- AZEVEDO, Andrey. *Os Presidenciais no Brasil em 2014: um estudo acerca de representações construídas por meio de fragmentos (auto) biográficos*. 205. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagens) - Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.
- AZEVEDO, Andrey; GOMES, Jéssica. *O impeachment no Brasil em 2016: reflexões sobre os enquadramentos da mídia em uma perspectiva discursiva*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016. São Paulo, SP. *Anais...* Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016.
- BAGNO, Marcos. *Preconceito linguístico: o que é, como se faz?* 45. ed. São Paulo: Loyola, 2006.
- BAPTISTA-FERREIRA, Gil. *Sociologia dos Novos Media*. Covilhã. Portugal/Universidade da Beira Interior. Editora LabCom.IFP, 2018. Disponível em: <https://tinyurl.com/novos-media>. Acesso em: 30 jan. 2022.
- BARTHES, Roland. *Mitologias*. Tradução de Rita Buongermino, Pedro de Souza e Rejane Janowitz. 4. ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2009.
- BENEVENUTO, Fabrício. Como 'comportamento de manada' permite manipulação da opinião pública por fakes. Entrevista concedida a Juliana Gragnani. *BBC Brasil*, Londres, 9 dez. 2017. Disponível em: <https://bbc.in/3DO57dv>. Acesso em: 15 maio 2020.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. In: LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da Cultura de Massa: introdução, comentário e seleção*. 8. ed. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2011. p. 239-283.

BIANCHI, Ludmila; NOGUEIRA, Teresinha. O que é netqueta? Como conviver em ambientes virtuais. *Capes*, Brasília, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3F7t15r>. Acesso em: 27 jun. 2018.

BRAGA, José Luiz. Sociedade midiaticizada. *Animus: revista interamericana de comunicação midiática*, v. 5, n. 2, jul./dez. 2006. Disponível em: <https://bit.ly/3GF3ssK>. Acesso em: 23 nov. 2021.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 05 out. 1988. Disponível em: <https://bit.ly/3DSLtNJ>. Acesso em: 20 nov. 2021.

BUCCI, Eugênio. Dissonâncias estruturais na comunicação do Poder Judiciário no Brasil: perguntas. *Matrizes*, v. 13, n. 2, p. 45-60, 2019.

CABRAL, Luís Rodolfo. Da sobreasseveração para a aforização: percurso teórico para um regime enunciativo. *Linguagem em (Dis)curso – LemD*, p. 33-49, 2021. Disponível em: <https://tinyurl.com/aforizante>. Acesso em: 22 dez. 2021.

CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida Lucia; MELLO, Renato (org.). *Gêneros reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte, Nad/Fale-UFMG, 2004. p. 13-42.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, M. A. L; GAVAZZI, S. (org.). *Da língua ao discurso: reflexões para o ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p. 11-27.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso Político*. Tradução de Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. Tradução de Angela Correa. São Paulo: Contexto, 2007a.

CHARAUDEAU, Patrick. Pathos e discurso político. Tradução de Emília Mendes. In: MACHADO, Ida Lucia; MENEZES, William; MENDES, Emília (org.). *As emoções no discurso*, Vol. 1. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007b. p. 240-251.

CHARAUDEAU, Patrick. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, Emília; MACHADO, Ida Lucia (org.). *As emoções no discurso*. Vol. 2. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2010a. p. 23-56.

CHARAUDEAU, Patrick. O discurso propagandista: uma tipologia. In: MACHADO, Ida Lucia; MELLO, Renato (org.). *Análises do discurso hoje*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010. Disponível em: <https://bit.ly/3pUXnBG>. Acesso em: 29 nov. 2021.

CHARAUDEAU, Patrick. Dize-me qual é teu corpus que te direi qual é a tua problemática. *Diadorim*, v. 10, p. 1-23, dez. 2011.

CHARAUDEAU, Patrick. Por uma interdisciplinaridade “focalizada” nas ciências humanas e sociais. In: MACHADO, Ida Lúcia; COURA-SOBRINHO, Jerônimo; MENDES, Emília. (orgs) *A Transdisciplinaridade e a interdisciplinaridade em estudos da linguagem*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2013. p.17-51

CHARAUDEAU, Patrick. Credibilidade. Tradução de Roberto Leiser Baronas. In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (org.). *Dicionário de análise do discurso*. Coordenação da tradução Fabiana Komesu. 3. ed. 1. reimp. São Paulo: Contexto, 2014a. p. 143-144.

CHARAUDEAU, Patrick. Contrato de Comunicação. Trad. de Dilson Ferreira da Cruz Júnior. In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (org.). *Dicionário de análise do discurso*. Coord. da tradução Fabiana Komesu. 3. ed. 1. reimp. São Paulo: Contexto, 2014b. p. 130-133.

CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso: modos de organização*. 2.ed. Tradução de Ida Lucia Machado. São Paulo: Contexto, 2014c.

CHARAUDEAU, Patrick. Sujeito do discurso. Trad. de Pedro Luis Navarro Barbosa. In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (org.). *Dicionário de análise do discurso*. Coord. Da tradução Fabiana Komesu. 3. ed. 1. reimp. São Paulo: Contexto, 2014d. p. 457-458.

CHARAUDEAU, Patrick. O jornalista frente às condições da máquina mediática. In: Encontro Nacional de História da Mídia, 10., 2015, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: ALCAR, 2015. Disponível em: <https://bit.ly/2BFW6ss>. Acesso em: 02 jul. 2019.

CHARAUDEAU, Patrick. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. *Entrepalavras*, v. 7, n. 1, p. 571-591, set. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/31XQDL5>. Acesso em: 01 dez. 2021.

CHARAUDEAU, Patrick. Bolsonaro é incapaz de construir discurso coerente. Especialistas franceses analisam linguagem do presidente e concordam que ela não respeita as regras do jogo democrático. Entrevista concedida à Radio France Internationale. 15 ago. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3GJ9Rmq>. Acesso em: 3 jun. 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. O discurso populista: sintoma de uma crise de poder. *Live* concedida à Editora Contexto, 2020. Vídeo (1 h 0 min 7 s). Disponível em: <https://bit.ly/3GFcwh3>. Acesso em: 17 jun. 2020.

COACCI, Thiago. A eleição do “kit gay”. Buscas na internet por “kit gay” nestas eleições bateram recorde de 2011, quando o assunto veio à tona; Bolsonaro e Malafaia lideram menções ao “kit”. Entrevista concedida à Pública – Agência de Jornalismo Investigativo. 17 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3yqV7Wv>. Acesso em: 18 jul. 2020.

CUNHA, Antônio Geraldo da. *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa*. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Lexicon, 2010.

*Fake News. Collins Dictionary*. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3oQvbk5>. Acesso em: 27 nov. 2021.

DARNTON, Robert. A verdadeira história das notícias falsas: Séculos antes das redes sociais, os boatos e as mentiras alimentavam pasquins e gazetas na Europa. *El país*, 30 abr. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3ES157T>. Acesso em: 30 set. 2020.

DATAFOLHA. Folha de S.Paulo. Lavajato. *Avaliação de governo*. São Paulo, 05-06 dez. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/31VaBGz>. Acesso em: 08 jun. 2020.

DE SOUZA, Ivan. Saiba quais são os principais tipos de métricas de mídias sociais. *Rock Content*, Belo Horizonte, 24 jan. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3m3oyZL>. Acesso em: 18 maio 2020.

DIAS, Cristiane. L'écriture du fragmentaire quotidien entre mémoire discursive et mémoire métallique, *Itinéraires*. *Itinéraires*, v. 1, 2014-2015. Disponível em: <https://bit.ly/3GDXUi3>. Acesso em: 30 out. 2018.

DOMINGUES, Joelza Ester. A propaganda ideológica da Guerra Fria em 14 cartazes da época. *Blog Ensinar História*, 29 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3IPkOEU>. Acesso em: 30 nov. 2018.

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

DUNKER, Christian. Subjetividade em tempos de pós-verdade. In: DUNKER, Christian *et al.* (org.). *Ética e pós-verdade*. Porto Alegre: Dublinense, 2018. p. 9-41.

DUSSEL, Inés. Aprender y enseñar em la cultura digital. In: FORO LATINOAMERICANO DE EDUCACIÓN, 6., 2010, Buenos Aires. *Anais...* Buenos Aires: Fundación Santillana, 2010. Disponível em: <https://bit.ly/3yoVAZa>. Acesso em: 27. nov. 2021.

ECO, Umberto. *Sobre os espelhos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

FARIA, Luís M. Por que se dizia que os comunistas comiam crianças? *Expresso*, Porto. 14 nov. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3yoNxMj>. Acesso em: 12 nov. 2020.

FEITOSA, Cleyton. Do Kit Gay ao Ministério da Família: a desinstitucionalização das políticas públicas LGBTI+ no Brasil. *Cadernos de Gênero e Tecnologia*, v. 14, n. 43, p. 74-89, jan./jun. 2021. Disponível em: <https://bit.ly/3m4m9xZ>. Acesso em: 04. nov. 2021.

FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. *A estratégia dos Signos*. linguagem, espaço, ambiente urbano. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2009.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Contexto*. In: FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Miniaurélio: o minidicionário da língua portuguesa*. 7. ed. Curitiba: Ed. Positivo, 2008. p. 262.

- FIALA, Pierre. *Sloganização*. Tradução de Pedro Luis Navarro Barbosa. In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (orgs.). *Dicionário de análise do discurso*. Coordenação da tradução Fabiana Komesu. 3. ed. 1. reimp. São Paulo: Contexto, 2014. p. 453-454.
- FIGUEIREDO, Celso. A repetição como mecanismo persuasivo na publicidade. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Intercom, 2005.
- FOUCAULT, Michel. Governamentalidade. In: MACHADO, Roberto (org.). *Microfísica do poder*. 16ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 2001. p. 277-293.
- FOUCAULT, Michel. A ética do cuidado de si como prática da liberdade. In: MOTTA, Manoel Barros (org). *Ditos & Escritos V – Ética, Sexualidade, Política*. 1. ed. Tradução de Elisa Monteiro e Inês Autran Dourado Barbosa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. p. 264-287.
- FOUCAULT, Michel. Tecnologias de Si, 1982. Revista Verve [online], v. 6. 2004b. p. 321-360. Disponível em: <https://tinyurl.com/tecnologia-si>. Acesso em: 13 jun. 2021.
- FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In: MOTTA, Manoel Barros (org). *Ditos e Escritos IX. Genealogia da ética, subjetividade e sexualidade*. 1. ed. Tradução de Abner Chiquieri. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014. p. 118-140.
- GOMES, Itania Maria Mota. *Efeito e recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media*. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004.
- GRAGNANI, Juliana. Como 'comportamento de manada' permite manipulação da opinião pública por fakes. *BBC Brasil*, Londres, 9 dez. 2017. Disponível em: <https://bbc.in/3ylklWq>. Acesso em: 15 mar. 2020.
- GUILBERT, Thierry. Pêcheux é reconciliável com a Análise do Discurso? Uma abordagem interdisciplinar. Tradução de Cristina do Sacramento Cardôso de Freitas e Jocilene Santana Prado. *EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*, n. 4, p. 127-136, jun.2013.
- HABERMAS, J. *Direito e democracia: entre facticidade e validade*. Vol. 2. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- HAGEY, Keach; HORWITZ, Jeff. O Facebook tentou tornar sua plataforma um lugar mais saudável. Em vez disso, ficou mais irritado. *The Wall Street Journal*, 15 set. 2021. Disponível em: <https://on.wsj.com/3oQ5e3U>. Acesso em: 14 out. 2021.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11. ed. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.
- HJARVARD, Stig. The mediatization of society. a theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, v. 29, n. 2, p. 105-134, 2008.

HOUAISS. *Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

LAGE, Nilson. Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas. *Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo*, v. 1, n. 1 p. 20-25, 2014.

LEONEL, Renan. Negacionismo científico: a produção política e cultura da desinformação. *Agência FAPESP*, São Paulo. 20 set. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3lZxPlu>. Acesso em: 16 nov. 2021.

LIRA NETO, J. Príncipe da Escuridão é um dos responsáveis pela ascensão de Trump. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 03 set. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3dLzMh9>. Acesso em: 4 ago. 2019.

LOPES, Gilmar. É verdade que o PT de Haddad distribuiu mamadeira erótica nas escolas? *E-Farsas*, São Paulo, 27 set. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3lJN7EN>. Acesso em: 20 jan. 2021.

LUBENOW, Jorge Adriano. A esfera pública 50 anos depois: esfera pública e meios de comunicação em Jürgen Habermas em homenagem aos 50 anos de Mudança estrutural da esfera pública. *Jornal Trans/Form/Ação*, v. 35, n. 3, 2012. Disponível em: <https://bit.ly/2YML5h4>. Acesso em: 03 mai. 2018.

MACHADO, Ida Lucia. Teorias e discursos transgressivos. *Rev. Est. Ling.*, v. 15, n. 1, p. 109-128, 2007. Disponível em: <https://bit.ly/3oRYm6e>. Acesso em: 30 jun. 2020.

MACHADO, Flávia. Memória discursiva, do metal à memória: a perspectiva da AD francesa no Brasil. *A2DI*, Paris, 17 mar. 2014. Disponível em: <https://bit.ly/3pQLX1L>. Acesso em: 17 nov. 2018.

MAINGUENEAU, Dominique. *O contexto da obra literária*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

MAINGUENEAU, Dominique. *Cenas da enunciação*. Tradução de Sírio Possenti e Maria Cecília Péres Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MAINGUENEAU, Dominique. *A propósito do Ethos*. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. S. (org.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto. 2011. p. 11-29.

MAINGUENEAU, Dominique. Formação discursiva. Tradução de Vanice Maria Oliveira Sargentini. In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (orgs.). *Dicionário de análise do discurso*. Coordenação da tradução Fabiana Komesu. 3. ed. 1. reimp. São Paulo: Contexto, 2014a. p. 240-241.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. Tradução de Dílson Ferreira da Cruz, Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2014b. p. 69-92.

MAINGUENEAU, Dominique. Interdiscurso. Trad. de Sírio Possenti. In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique (orgs.). *Dicionário de análise do discurso*. Coord. da tradução Fabiana Komesu. 3. ed. 1. reimp. São Paulo: Contexto, 2014c. p. 286-288.

MAINGUENEAU, Dominique. Novas textualidades. In: MAINGUENEAU, Dominique. *Discurso e análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2015. p. 159-168.

MAINGUENEAU, Dominique. Retorno crítico à noção de ethos. Tradução de Maria da Glória Corrêa di Fanti e Liz Feré. *Let. Hoje*, Paris, v. 53, n. 3, p. 321-330, jul./set. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3dPMStQ>. Acesso em: 30 jul. 2019.

MENDONÇA, Ricardo. Centro-direita sustenta liderança de Marina no 2º turno, diz Datafolha. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 07 set. 2014. Disponível em: <https://bit.ly/3lXMYUw>. Acesso em: 06 ago. 2020.

MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a democracia. In: CONGRESO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA CIENCIA, 6., 2017. Córdoba. *Anais...* Córdoba, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3ESwK6J>. Acesso em: 30 set. 2020.

MIGUEL, Luis Felipe. O que aconteceu com a pós-verdade? *Jornal GGN*, 22 set. 2018a. Disponível em: <https://bit.ly/30qCO7s>. Acesso em: 18 set. 2020.

MIGUEL, Luis Felipe. A reemergência da direita brasileira. In: GALLEGO, Esther, S. (org.). *O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2018b. p. 17-26.

MOSÉ, Viviane. Subjetividade em crise. 2017. Palestra proferida no Junta Festival Internacional de Dança, 3. ed. Teresina, jul. 2017. Vídeo (11 min 46 s). Disponível em: <https://bit.ly/2VjouHQ>. Acesso em: 04 ago. 2019.

NASCIMENTO, Milton; BRANT, Fernando. *Carta à República*. In: NASCIMENTO, Milton. Yauaretê. Rio de Janeiro: CBS Records, 1987. Faixa 8. Disco de vinil.

OLIVEIRA JR., Isaias Batista de; MAIO, Eliane Rose. Não vai ser permitido a nenhum órgão do governo fazer Propaganda de opções sexuais: o discurso inaugural no “desagendamento” do kit gay do mec. *Revista e-Curriculum*, São Paulo, v. 15, n. 01, p. 125-152, jan./mar. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3ynMz2z>. Acesso em: 04 nov. 2021.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Nota à edição brasileira. Uma questão de coragem: a coragem da questão. In: PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Tradução de Eni Pulcinelli Orlandi. 2. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1995.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Michel Pêcheux e a análise do discurso*. Estudos da Língua(gem). Vitória da Conquista, n.1, p. 9-13, 2005.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *A questão do assujeitamento: um caso de determinação histórica*. Com Ciência. Campinas: LABJOR-UNICAMP, n. 89, jul. 2007. Disponível em: <https://tinyurl.com/assujeitamento>. Acesso em: 12 mar. 2022.

ORLANDI, Eni Puccinelli. A contrapelo: incursão teórica na tecnologia – discurso eletrônico, escola, cidade. *RUA*, v. 16, n. 2, 2010. Disponível em: <https://bit.ly/3dQgd7n>. Acesso em: 22 nov. 2018.

ORTELLADO, Pablo. *Como 'comportamento de manada' permite manipulação da opinião pública por fakes*. Entrevista concedida a Juliana Gragnani. *BBC Brasil*, Londres, 9 dez. 2017. Disponível em: <https://bbc.in/3oPsNtD>. Acesso em: 15 maio 2020.

ORTIZ, Renato. *A insustentável leveza dos relatos*. Revista Suplemento Pernambuco, Recife, PE. 08 abr. 2022. Disponível em: <https://tinyurl.com/termo-narrativa>. Acesso em: 10 jun. 2022.

PASSETTI, Maria C. Cortez; MARECO, Raquel T. Masuda; ARCINE, Raquel de Freitas. Ethos e antiethos de Dilma Rousseff e José Serra em aforizações na imprensa nacional. *Revista do GEL*, v. 10, n. 2, p. 125-147, 2013.

PASTOR. Diretrizes de Pastoralidade da UBEC – União Brasileira de Educação Católica. Brasília, 2018.

PAVEAU, Marie-Anne. *Linguagem e moral: uma ética das virtudes discursivas*. Tradução de Ivone Benedetti. Campinas: Editora da Unicamp, 2015.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Tradução de Eni Pulcinelli Orlandi *et al.* 2. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1995.

PEIXOTO, Enock da Silva. Reflexões sobre a influência da tecnologia na vida atual a partir do livro a obra de arte na era da sua reprodutividade técnica de Walter Benjamin. *Revista Caderno Walter Benjamin*, n. 16, p. 89-106, jan-jun. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3m2ha0F>. Acesso em: 18 jan. 2020.

PÉREZ GÓMEZ, Ángel I. *Educação na Era Digital: a escola educativa*. Tradução de Marisa Guedes. Porto Alegre: Penso, 2015.

PERISSÉ, Gabriel. O livro é uma arma. *Revista Educação*, n. 255. São Paulo: Editora Segmento, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/321yo7d>. Acesso em: 05 out. 2020.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. Apocalipse sobre a terra plana. In: PINHEIRO-MACHADO, Rosana. *Amanhã vai ser maior: o que aconteceu com o Brasil e possíveis rotas de fuga para a crise atual*. São Paulo: Planeta do Brasil, 2019. p. 79-88.

PINTO, João Victor. O que é ser de direita ou de esquerda atualmente? Entenda a origem dos termos e o que eles significam no atual contexto político. Entrevista concedida a Marina Cardoso. *Portal Terra*, São Paulo, 12 jun. 2020. Política. Disponível em: <https://bit.ly/3IOHsx8>. Acesso em: 22 jul. 2020.

PORTO, Mauro. Enquadramentos da Mídia e Política. In: RUBIM, Antonio A. Canelas (Org.). *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador: EdUFBA, 2004. p. 73-104.

POST-TRUTH. *Oxford Dictionary*. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/2YeLj1i>. Acesso em: 23 nov. 2017.

PROKOPYSHYN, Ana Carina. Sobre os sufixos -az e -ace. *Ciberdúvidas da Língua Portuguesa*, 14 set. 2010. Disponível em: <https://bit.ly/3GFKeTB>. Acesso em: 08 nov. 2021

RAMONET, Ignacio. Meios de comunicação: um poder a serviço de interesses privados? Tradução de Karina Patrício. In: MORAES, Dênis (org.). *Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação*. São Paulo: Boitempo, 2013. p. 53-70.

RAMONET, Ignacio. Ramonet tenta desbravar a nova selva midiática. Trad. de Felipe Calabrez. Entrevista concedida a Vincent Ortiz e Antoine Cargoet. *Le Vent se Lève*, Paris, nov. 2018. Disponível em: <https://tinyurl.com/selva-midiatica>. Acesso em: 15 jan. 2022.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de fake news políticas: um estudo de caso no Twitter. *Galáxia*, n. 41, p. 31-47, ago. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3pRXxd4>. Acesso em: 22 set. 2020.

REICHEL, Heloisa Jochims. O “perigo vermelho” na América Latina e a grande imprensa durante os primeiros anos da guerra-fria (1947-1955). *Diálogos*, v. 8, n.1, p. 189-208, 2004.

ROQUE, Tatiana. O que é ser de direita ou de esquerda atualmente? Entenda a origem dos termos e o que eles significam no atual contexto político. Entrevista concedida a Marina Cardoso. *Portal Terra*, São Paulo, 12 jun. 2020. Política. Disponível em: <https://bit.ly/3IOHsx8>. Acesso em: 22 jul. 2020.

ROSSETTI, Regina; ANGELUCI, Alan. Ética Algorítmica: questões e desafios éticos do avanço tecnológico da sociedade da informação. *Galáxia*, n. 46, p. 1-18, 2021. Disponível em: <https://bit.ly/3dMZwtl>. Acesso em: 07 out. 2021.

STUART, Russel. Por que algoritmos das redes sociais estão cada vez mais perigosos, na visão de pioneiro da Inteligência Artificial. Entrevista concedida a Paula Adamo Idoeta. *BBC News Brasil*, São Paulo, 10 out. 2021. Disponível em: <https://bbc.in/324jsWg>. Acesso em: 14 out. 2021.

SAMWAYS, Daniel Trevisan. A “ameaça vermelha”: medo e paranoia anticomunista. *Café História*, 22 jan. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3dLcYOq>. Acesso em: 12 nov. 2020.

SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *Famecos*, n. 22, p. 23-32, 2003.

SANTOS, Juliana Marinho dos. *Análise discursiva sobre as fake news: o debate político mediado pelas mídias sociais digitais na era da pós-verdade*. 2019. Dissertação (Mestrado em Cognição e Linguagem) - Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes, 2019.

SEVERO, Cristine Gorski. *Por uma perspectiva social dialógica da linguagem: repensando a noção de indivíduo*. 2007. Tese (Doutorado em Linguística) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

DA SILVA, Rafael Rodrigues. FaceApp é uma prova de que não estamos prontos para pensar sobre privacidade. Entrevista concedida a Ry Crist. *Canaltech*, 19 jul. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3ejeTIC>. Acesso em: 15 jun. 2020.

TAMANINI, Paulo Augusto; SILVA Enock Douglas Roberto da. O Nordeste, as imagens e o ensino: o real e o imaginário na iconografia da seca. *Revista Linhas*, v. 20, n. 43, p. 317-337, maio/ago. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3IKZvoa>. Acesso em: 10 set. 2021.

TÊMIS. In: STF (Supremo Tribunal Federal). Disponível em: <https://bit.ly/3m14zLt>. Acesso em: 2 ago. 2020.

TIBURI, Marcia. Subjetividade em tempos de pós-verdade. In: DUNKER, Christian *et al.* (org.). *Ética e pós-verdade*. Porto Alegre: Dublinense, 2018. p. 95-123.

TOLEDO, Karina. Negacionismo científico: a produção política e cultura da desinformação. *Agência FAPESP*, São Paulo, 20 set. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3oTllhr>. Acesso em: 16 nov. 2021.

TORRES, Claudio. *A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar*. 2. ed. São Paulo: Novatec, 2018.

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *MATRIZES*, v. 8, n. 1, jan./jun. 2014, p. 13-19. Disponível em: <https://bit.ly/31VEtCf>. Acesso em: 18 set. 2021.

VIEIRA, Lidiane; BARBABELA, Eduardo; João, FERES JR. A faca e a eleição. *Manchetômetro*, Rio de Janeiro, 18 set. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3mW6p15>. Acesso em: 20 out. 2018.

VITÓRIA, Gisele. A toga e a capa. *Revista de Jornalismo ESPM*, ano 7, n. 22, p. 26-29, 2018.