Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Centro de Educação e Humanidades
Instituto de Letras

José Arnaldo Guimarães Filho

Mentira e pós-verdade: a linguagem nas *fake news*

Rio de Janeiro
2022

José Arnaldo Guimarães Filho

Mentira e pós-verdade: a linguagem nas *fake news*

Tese apresentada, como requisito parcial para a obtenção do título de doutor, ao Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Estudos de Língua.

Orientador: Prof. Dr. André Crim Valente

Rio de Janeiro

2022

CATALOGAÇÃO NA FONTE

UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CEH/B

G963 Guimarães Filho, José Arnaldo.
Mentira e pós-verdade: a linguagem nas fake news / José Arnaldo Guimarães Filho. – 2022.
153 f. : il.

Orientador: André Crim Valente.
Tese (doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Letras.

1. Linguística - Teses. 2. Análise do discurso – Aspectos políticos - Teses. 3. Discurso de ódio na Internet - Teses. 4. Notícias falsas - Teses. 5. Linguagem - Aspectos políticos - Teses. I. Valente, André Crim. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Letras. III. Título.

CDU 82.085

Bibliotecária: Eliane de Almeida Prata. CRB7 4578/94

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta tese, desde que citada a fonte.

_____ _____

Assinatura Data

José Arnaldo Guimarães Filho

Mentira e pós-verdade: a linguagem nas *fake news*

Tese apresentada, como requisito parcial para a obtenção do título de doutor, ao Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Estudos de Língua.

Aprovada em 12 de dezembro de 2022.

Banca Examinadora:

_____

Prof. Dr. André Crim Valente (Orientador)

Instituto de Letras - UERJ

_____

Prof. Dr. André Nemi Conforte

Instituto de Letras - UERJ

_____

Profª. Dra. Denise Salim Santos

Instituto de Letras - UERJ

_____

Prof. Dr. Fábio André Cardoso Coelho

Universidade Federal Fluminense

_____

Profª. Dra. Mariana Morais de Oliveira

Colégio Pedro II

Rio de Janeiro

2022

DEDICATÓRIA

A todos os que não me deixaram esmorecer na longa jornada, com incentivos, carinhos, conversas e mimos.

AGRADECIMENTOS

À Bella, que sempre me incentivou a continuar a pesquisa, nos momentos em que quase desisti.

Aos amigos que me encheram, nos últimos quatro anos, de notícias falsas, trazidas das mais diversas fontes.

Ao meu orientador, André Valente, pela sabedoria, pela paciência, pela generosidade e pela firmeza de princípios e de propósitos, em todos os momentos.

A André Conforte e Fábio André Coelho, componentes da Banca de Qualificação, que, com sua leitura atenta e suas considerações, corrigiram a rota da pesquisa e me apontaram caminhos seguros para terminar o percurso.

A todos os que torceram, mesmo de longe, para que eu, enfim, concluísse o doutorado.

Uma mentira pode dar a volta ao mundo no mesmo tempo que a verdade leva para calçar seus sapatos.

Mark Twain

Crer e opinar são diferentes nisto: às vezes aquele que crê sente que não tem conhecimento daquilo em que acredita — mesmo que não duvide em hipótese alguma que não saiba aquilo que ignora, se crê firmemente.

Santo Agostinho

RESUMO

GUIMARÃES FILHO, José Arnaldo. *Mentira e pós-verdade:* a linguagem nas fake news. 2022. 153 f. Tese (Doutorado em Letras) - Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

Este trabalho apresenta uma análise linguístico-discursiva das *fake news* — neologismo que nomeia abrangentemente notícias falsas de variados formatos. Elas circulam nas redes sociais e nos aplicativos de troca de mensagens nos tempos atuais — a era da pós-verdade. A tese busca estabelecer *fake news* como um gênero discursivo, segundo Marcuschi (2008), Bakhtin (2020), Kress (2010), Miller (2012) e Swales (1990). Focalizam-se neste estudo, sobretudo, mensagens falsas. Muitas delas verbo-visuais, de viés político-partidário e de caráter político-ideológico, replicadas nas redes sociais entre 2018 e 2022. Possuem enorme poder, tanto para construir quanto para devastar a reputação de alguém ou de algo, adversários ou conceitos considerados nefastos. Esta tese investiga marcas linguísticas, formato supratextual e suas intenções discursivas numa abordagem sociorretórica e sociodiscursiva dos gêneros, para também entender o porquê de seu alto grau de convencimento e adesão.

Palavras-chave: Linguística textual. Gêneros textuais. Pós-verdade. Discurso de ódio. *Fake news*.

ABSTRACT

GUIMARÃES FILHO, José Arnaldo. *The lie and the post-truth:* the language of fake news. 2022. 153 f. Tese (Doutorado em Letras) - Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

This thesis presents a discourse analysis on Brazilian fake news, understood as false content shared on social media and instant messaging apps nowadays — the post-truth era. It seeks to establish fake news as a speech genre, according to Marcuschi (2008), Bakhtin (2020), Kress (2010), Miller (2012), and Swales (1990). The subject studied are fake messages, mainly text and images, with clear political and ideological partisan bias — shared between 2018 and 2022. They hold tremendous power, to build as much as to devastate reputations. Could be somebody, something, adversaries, or even concepts considered malefic. This work explores linguistic marks, the supra-textual format, and speech intentions in a sociorrethoric and sociodiscoursive genre approach, to understand as well why they are so believable.

Keywords: Textual linguistics. Text genres. Post-truth. Hate speech. Fake news.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Suposta pesquisa 28
Figura 2 - O Foro de São Paulo 33
Figura 3 - Suposto flagra 36
Figura 4 - Jornal A Verdade 37
Figura 5 - Manipulação do Conteúdo 38
Figura 6 - Quem é o irresponsável? 39
Figura 7 - Cadáveres fakes 40
Figura 8 - Parece mas não é 42
Figura 9 - O primo do porteiro 42
Figura 10 - Não podemos fechar os olhos 44
Figura 11 - Urgente 49
Figura 12 - Plano Ursal 53
Figura 13 - Novo Bill Gates 56
Figura 14 - Dossiê Ursal 58
Figura 15 - Fraude eleitoral 60
Figura 16 - Lei Rouanet 61
Figura 17 - Vcs vão ficar chocados 62
Figura 18 - Um país digno 63
Figura 19 - Fala, Cabral 64
Figura 20 - O economista e a vigarista 66
Figura 21 - Saporé, Papicu 68
Figura 22 - Desconfiado e estranhando 69
Figura 23 - Só nós estamos certos? 71
Figura 24 - Acabou a mamata 72
Figura 25 - 30 anos de promessas 73
Figura 26 - Constitucionalíssimo 75
Figura 27 - Suposta censura 76
Figura 28 - Enganoso 77
Figura 29 - Exploração 78
Figura 30 - Distorcido 78
Figura 31 - Recordar é viver 80
Figura 32 - Complete 81

Figura 33 - Novo golpe....84
Figura 34 - Extra....84
Figura 35 - Ainda são poucas as informações....85
Figura 36 - Saiba....86
Figura 37 - Quem erra....88
Figura 38 - Isso eles não querem que você saiba....91
Figura 39 - Pessoas sérias....92
Figura 40 - Mente doente e perversa....94
Figura 41 - Mais uma lepra....95
Figura 42 - Pátria estúpida....95
Figura 43 - Quadro-exemplo....102
Figura 44 - Fiquem esperto....107
Figura 45 - A cura....108
Figura 46 - Atenção....109
Figura 47 - Verdade???....110
Figura 48 - Aviso final....111
Figura 49 - Se você não encaminhar essa mensagem....112
Figura 50 - E você vai ficar parado?....113
Figura 51 - Martelinho....115
Figura 52 - Ctrl+c, ctrl+v....117
Figura 53 - Misericórdia....118
Figura 54 - Cadê?....122
Figura 55 - Realidade aqui....123
Figura 56 – Aqui a realidade....124
Figura 57 - Maravilha....125
Figura 58 - Censura bíblica....127
Figura 59 - Compartilhem....129
Figura 60 - Difícil....131
Figura 61 - E agora?....133
Figura 62 - Ataca e promete....137
Figura 63 - Atacou trabalhadores....138
Figura 64 - Quadro-resumo....139
Figura 65 - Admite....141
Figura 66 - Cai como uma bomba....142

Figura 67 - Violência 144
Figura 68 - Atentado 144
Figura 69 - Quadro-resumo 145

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 13

1 **O DISCURSO DA MENTIRA NOS TEMPOS DA PÓS-VERDADE** 19

1.1 **A mentira** 19

1.2 **A palavra do ano** 22

1.3 **A digitalização da vida** 23

1.4 **Meio e mensagem** 27

1.5 **As *fake news*** 31

1.6 **Tipos de *fake news*** 36

1.7 ***Fake news*: um gênero?** 40

2 **TEXTO E DISCURSO** 47

2.1 **O texto** 48

2.1.1 Texto, contexto e cotexto 51

2.2 **O Discurso** 55

2.2.1 Formação discursiva, comunidade discursiva, interdiscurso e intertextualidade 65

2.2.1.1 Formação discursiva 65

2.2.1.2 Comunidade discursiva 67

2.2.1.3 Interdiscurso 69

2.2.1.4 Intertextualidade 74

2.2.1.4.1 Intertextualidade temática 77

2.2.1.4.2 Intertextualidade estilística 79

2.2.1.4.3 Intertextualidade tipológica – os modos de organização do discurso 82

2.2.1.4.4 O modo narrativo 83

2.2.1.4.5 Intergenericidade 85

2.3 **O conteúdo temático das fake news** 87

2.3.1 O discurso de ódio 87

2.3.2 As teorias conspiratórias 91

3 **OS GÊNEROS DISCURSIVOS: CONFIGURAÇÃO E FUNÇÃO** 97

3.1 **Fake news e notícias falsas – diferenças genéricas** 106

3.2 **A mentira e suas diversas faces textuais – as notícias falsas** 106

3.3 **Fake news: um gênero discursivo** 119

4 **O DISCURSO DA MENTIRA: A LINGUAGEM DAS FAKE NEWS** 135

4.1 **A face verbal das fake news** 135

4.2 **O papel das imagens nas fake news** 136

4.3 **Fake news em análise** 137

4.3.1 Análise 1 137

4.3.2 Análise 2 140

4.3.3 Análise 3 143

CONSIDERAÇÕES FINAIS 147

REFERÊNCIAS 150

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como objeto notícias falsas que circularam nas eleições gerais do Brasil de 2018, nas eleições municipais de 2020 — e durante toda a pandemia de covid-19, que paralisou o país e o mundo, entre março de 2020 e dezembro de 2021 — e nas eleições gerais de 2022. Debruçamo-nos sobre as *fake news*, a fim de analisar linguística e discursivamente a face verbal dessas mensagens, muitas vezes verbo-visuais, para, em seguida, investigar se elas ou quais delas se constituem como um gênero textual. O estudo que empreendemos está ancorado nos conceitos da Linguística Textual e nas mais recentes teorias sobre gênero.

Interessou-nos de imediato nas *fake news*, como objeto de estudo desta tese, o caráter persuasivo delas, porque nos causava espanto a maneira como as pessoas acreditavam em tais mensagens incondicionalmente. Assim resolvemos investigar essas postagens, para tentar entender o que havia nelas de crível e por que angariavam tantos adeptos instantâneos aos seus apelos. Além disso, percebemos, ao longo do processo, que havia um modo de se construir notícias falsas de grande apelo, além de nascerem das mesmas condições de produção. Há nelas traços que nos pareciam, inicialmente, emanar de um protótipo genérico, como a repetição de procedimentos linguístico-discursivos, o ambiente sociorretórico comum pelo qual circulam, a similaridade de propósitos retóricos e ideológicos, a circulação em uma mesma comunidade discursiva, dotada de uma formação ideológica comum, o que nos levou à hipótese de que alguns desses textos pertenceriam a um mesmo gênero discursivo ou textual, questões que serão discutidas em momento próprio.

O termo *fake news*, que é polissêmico, pois indica a mesmo tempo o fenômeno, qualquer mentira ou desinformação veiculada pela internet ou um gênero discursivo — como se vai demonstrar no capítulo 3 — entrou definitivamente no vocabulário dos jornalistas políticos do mundo inteiro a partir das eleições americanas de 2016. Inaugurava-se ali a era da pós-verdade, que foi escolhida pelo Dicionário Oxford (2016) como a palavra daquele ano.

Conforme Sargentin & Carvalho,

> o epicentro do fenômeno causador das chamadas *fake news* foram as eleições de Donald Trump nos Estados Unidos, quando emergiu a ideia de pós-verdade e de *fake news*. Esses aspectos igualmente se verificaram nas últimas eleições presidenciais no Brasil. (SARGENTIN; CARVALHO, 2021, p. 76)

Na pós-verdade, segundo o Dicionário Oxford, um substantivo “que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião

pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais" (2016, p. 145), valem mais as narrativas, as acusações infundadas e as notícias falsas do que fatos ou verdades.

Segundo Sargentin & Carvalho

> há, portanto, dois possíveis sentidos para a emergência do enunciado da pós-verdade. Um se refere à incapacidade de diferenciação, nos fluxos de informação nas redes, dos relatos baseados em acontecimentos daqueles inventados, sobretudo com finalidades políticas e de luta pelo poder (...). O segundo sentido da pós-verdade se refere à circulação e à recepção desse conteúdo diante do qual as crenças e ideologias do sujeito — que não é mais o receptor passivo de informações no modelo da mídia tradicional — determinam o que ele vai considerar, avaliar, compartilhar, comentar ou, em outras palavras, (re)colocar em circulação (SARGENTIN; CARVALHO, 2021, p. 77).

As notícias falsas são produzidas e espalhadas, nos tempos da pós-verdade, com o intuito de enganar, persuadir o leitor e fazê-lo disseminar o boato. A mentira é modelada cuidadosamente, de forma atraente, para ludibriar quem a receba. Os meios mais comuns para a disseminação das *fake news* são as redes sociais virtuais, como o *Facebook*, o *Twitter* e o *Instagram* e os aplicativos de troca de mensagens, como o *WhatsApp* e o *Telegram*.

Como está em Fontana

> tanto pós-verdade quanto *fake news* parecem fazer parte do que se convencionou chamar de cultura pós-factual. Isso implicaria numa revisão do conceito de verdade ontológico, tradicional, como adequação entre as nossas declarações, nossas informações e o curso dos fatos, ou seja, a realidade tal como ela se apresenta à observação, tudo se passa como se nós estivéssemos vivendo em um tempo em que a própria noção de verdade tenha passado por uma transformação. (GIACOIA, *apud* FONTANA, 2021, p. 98)

As *fake news* espalham calúnias sobre pessoas públicas e empresas, criam falsos novos golpes contra o consumidor, potencializam teorias conspiratórias, amplificam lendas urbanas, alertam sobre doenças e epidemias inexistentes, ou espalham mentiras sobre enfermidades verdadeiras, atiçam o medo das pessoas em relação à segurança pública, manipulam o cenário político, conforme os interesses de quem as crie.

Segundo Biondo (1994), citando Coleman e Kay (1981), a mentira ocorre pela conjunção de três fatores: "(a) P é falso. (b) F sabe que P é falso. (c) F pretende enganar O." Assim, segundo o autor, "uma mentira prototípica é aquela em que o falante diz algo deliberadamente falso e com a intenção de enganar" (BIONDO, 1994, p. 11). Ou seja, "o conteúdo veiculado é falso, o produtor do texto que contém esse enunciado sabe que o seu conteúdo é falso". O enunciador produz um conteúdo mentiroso para fazer com que seu interlocutor não o identifique como sendo falso, e o compartilhe como verdadeiro.

Conforme Fontana

> as chamadas *fake news*, as informações falsas ou ao menos distorcidas espalhadas nas redes sociais se tornaram uma epidemia que percorre o mundo inteiro. Elas

> fazem parte de uma nova modalidade de guerra informativa usada com objetivos políticos que já rendeu grandes benefícios nas últimas eleições dos EUA. O Brasil aparece agora como um perfeito campo de batalha no qual as *fake new*s, que já estão contaminando o debate político no país há algum tempo, sobretudo desde o processo que acabou no impeachment da presidenta Dilma Roussef, podem jogar um papel decisivo. (GIACOIA, *apud* FONTANA, 2021, p. 93).

Além disso, as notícias falsas rendem muitos cliques e compartilhamentos, o que torna esse mercado altamente rentável. Contribui para isso a conivência das plataformas pelas quais circulam as notícias falsas e os linchamentos morais, porque a elas interessam os acessos, os cliques, os likes e o engajamento, que atrai propaganda e, consequentemente, dinheiro.

Conforme Orlandi,

> à procura de um dizer possível, em suas diferentes posições, os sujeitos produzem versões plausíveis, explorando um espaço de significações. Tenta se produzir um efeito de verdade a partir de palavras não asseveradas. Não há um responsável pelo dizer, mas uma figura autor imaginada que joga no seu lugar, lugar presumido de sua responsabilidade. Sem autor, ainda que fantasma, o boato não funciona. Há sempre um suposto responsável numa cadeia de "autores" que não se definem positivamente. O autor se mantém no anonimato e é substituído/simulado por um encadeamento de citações, de menções: é sempre um outro que disse. No silêncio, o autor trabalha no anonimato. Desde que há um autor socialmente visível, e assumido, o boato deixa de ser boato, o comentário passa a palavra autorizada (verdadeira ou falsa). (ORLANDI, 2001, p. 45).

Decidimos, a partir da percepção da decisiva influência das *fake news* em questões cruciais como eleições presidenciais, plebiscitos e na adesão da população a campanhas sanitárias, como se viu na recente pandemia de coronavírus, que faríamos das notícias falsas o objeto a ser estudado, com a intenção de compreender, à luz dos estudos linguísticos e discursivos, como e de que são feitas as notícias falsas e por que geram tanto engajamento.

Assim, esta tese tem por objetivos analisar linguística e discursivamente as mentiras, chamadas genericamente de *fake news*, que circularam livremente nas redes sociais e pelos aplicativos de trocas de mensagens, durante as eleições gerais de 2018, nas eleições municipais de 2020 e durante a pandemia de coronavírus, que se estendeu, no Brasil, de março de 2020 a março de 2022, dando prioridade na análise à face verbal desses textos, muitas vezes verbo-visuais, e apresentar dados que justifiquem classificar algumas *fake news* como um gênero textual.

Na crença, com Possenti, (2009, p. 29), de que "o dado [*corpus*] existe independentemente do pesquisador [mas não] determina as opções e ações do investigador", buscamos nas *fake news* nosso objeto de estudo pelo volume da circulação desse gênero nas redes sociais e aplicativos de trocas de mensagens e pela importância que esse fenômeno tem demonstrado na construção de crenças que decidem eleições e ações, como tomar ou não tomar a vacina contra a covid-19.

O levantamento do corpus de que nos servimos para as análises servirá a outros estudos que vislumbrem nas notícias falsas um objeto relevante para suas pesquisas, em outras áreas do conhecimento como a Comunicação, a Sociologia, a História, e Filosofia e a Antropologia. Além disso, as *fake news* estão entre os assuntos a serem trabalhados em sala de aula, segundo a Base Nacional Comum Curricular do Novo Ensino Médio, que entrou em vigor neste ano (2022).

A análise linguístico-discursiva das *fake news* pesquisadas tem por intuito compreender a estrutura interna dos textos que divulgam notícias falsas — escolhas lexicais, organização sintática, adjetivações, recursos argumentativos —, e as intertextualidades e intergenericidades presentes nesses textos, muitas vezes verbo-visuais, e as construções ideológicas do discurso que se manifestam nesses textos. Decidimo-nos por analisar a face verbal das *fake news* porque ela é construída na e pela língua, que é, como diz Possenti (2009), "o material mais relevante do discurso, e que, portanto, uma análise do discurso deve ter uma boa e adequada teoria de língua, para extrair dela o máximo proveito que puder."

Para cumprir os objetivos traçados por nós — analisar linguística e discursivamente a face verbal das *fake news* e possivelmente comprovar a hipótese de que alguns desses textos configurem-se como um gênero textual —, em primeiro lugar, fizemos extenso levantamento de notícias falsas que circularam entre junho de 2018 a outubro de 2022. Empreendemos conjuntamente pesquisa bibliográfica sobre duas áreas dos estudos linguísticos: a Análise do Discurso e a Linguística Textual, que embasaram nossos estudos e nos permitiram fazer as análises textuais e discursivas a que nos propusemos.

O estudo dos textos feito nesta tese ancora-se em pressupostos da Análise do Discurso encontrados em Pêcheux (1983), van Dijk (2012), Possenti (2009), Charadeau (2009), Maingueneau (2008), Fiorin (2000 e 2018) e Orlandi (1996 e 2001). Para analisar os textos pelo viés da argumentação, colhemos os ensinamentos de Meyer (2008) e Cittelli (2004). Para a comprovação da hipótese de que as *fake news* sejam um gênero textual, baseamo-nos nas abordagens sociorretóricas e sociodiscursivas dos gêneros presentes em Miller (2012), Swales (1990) e Bakhtin (2003, 2012). Para as conceituações sobre texto e discurso, lançamos mão do que está em Koch (2012a, 2012b, 2017) e Marcuschi (2008, 2012).

O corpus analisado linguístico-discursivamente é composto de notícias falsas colhidas em aplicativos de mensagens e em redes sociais desde as eleições gerais de 2018 até as eleições presidenciais de 2022, passando pelas eleições municipais de 2020 e pelo período pandêmico, em que o foco das mensagens falsas tinha como alvo as vacinas, o uso de máscaras, o isolamento social e a suposta eficácia de medicamentos propagandeados por

políticos e personalidades públicas. Decidimos diluir o corpus pela tese, analisando os exemplos colhidos espalhadamente, conforme o tema dos capítulos e seções, deixando as análises mais robustas para o capítulo quarto.

Este estudo busca fazer uma reflexão crítica sobre as *fake news*, buscando entender como esse fenômeno linguístico-discursivo se forja na sua face verbal e trazer para o debate as consequências gravíssimas de seu uso em diversos setores da sociedade brasileira, com ecos perniciosos na educação, na ciência, na política e em questões de saúde pública.

Para a consecução dos objetivos desta tese, fez-se necessário combinar teorias distintas, de áreas diversas, mas não antagônicas, pois sentimos necessidade de dialogar com abordagens diferentes da análise do discurso e da conceituação do gênero, por ser o objeto de estudo que escolhemos analisar ainda novo.

Ressaltamos que o fenômeno *fake news* tem despertado interesse em diversas áreas do conhecimento, em virtude das graves consequências que acarreta e de sua enorme influência em questões cruciais da vida nacional, como as campanhas de vacinação e as eleições, em todos os níveis. O interesse despertado deve-se, também, à hipótese de que parte dessas notícias, por seu formato, pelo estilo de sua construção textual, pelo desempenho de uma função e pelo conteúdo que veiculam possam se constituir um gênero discursivo como tentaremos comprovar no capítulo quatro.

Temos a consciência de que este estudo não esgota o tema, mas modestamente, abre caminho para que outros estudiosos, a partir do que aqui está posto, aprofundem as pesquisas sobre as *fake news* e abordem o fenômeno por outras vias e sob outras perspectivas, para que, quem sabe, encontremos uma maneira de mitigar os efeitos danosos que ele tem até aqui alcançado.

Para apoiar nossas convicções, baseamo-nos nos conceitos de texto, gêneros textuais, modos de organização do discurso, intertextualidade e intergenericidade, caros à Linguística Textual.

Na primeira parte do trabalho, apresentamos um breve histórico da mentira, na política e na vida civil brasileira, e das *fake news*, nos tempos da pós-verdade.

Na segunda parte, apresentamos os conceitos de texto e discurso, que embasaram as análises linguístico-discursivas que empreendemos neste estudo e fazemos um resumo histórico das *fake news*, para entender as condições de produção do discurso desse gênero, analisando concomitante parte do corpus levantado.

No terceiro capítulo, a partir dos pressupostos da Linguística Textual e das abordagens sociodiscursivas e sociorretóricas da teoria dos gêneros, apresentamos e analisamos algumas notícias falsas para fixá-las como um gênero textual.

No último capítulo, analisamos linguístico-discursivamente as *fake news* estabelecidas por nós como um gênero discursivo encontradas na pesquisa prévia, focalizando predominantemente o conteúdo verbal delas e sua composição.

1. O DISCURSO DA MENTIRA NOS TEMPOS DA PÓS-VERDADE

1.1. A mentira

No Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa, de Antônio Geraldo da Cunha (2007), está: "**mentir** vb. 'faltar com a verdade, iludir'. Do b. lat. *mentire* (cláss. *mentiri)* 'mentir', 'imaginar', 'inventar', de *mens -tis*".

No Aurélio (2004), temos que "**mentir** [Do lat. *mentire*], v. int." significa "afirmar coisa que se sabe ser contrária à verdade, dizer mentira(s)". No mesmo compêndio, encontramos "**mentira** [de *mentida,* fem. de *mentido*], S.f. Ato de mentir, engano, impostura, fraude, falsidade".

Em latim, segundo Cunha (2007), *menda* era "defeito, falha, descuido no escrever", do Indo-europeu *mend-*, "defeito físico, falha, aleijão". Uma origem muito adequada, pois uma mentira é de fato um aleijado, sem as pernas da verdade para se sustentar.

Encontramos no Dicionário Houaiss (2009) o seguinte sobre

> **mentira**. S.f. ato ou efeito de mentir, engano, falsidade, fraude. Informação contrária à verdade, a fim de induzir a erro. Aquilo que é enganador, que ilude. (HOUAISS, 2009)

Na mesma obra, vemos que "**mentir** vtd., ti. e int." significa "dizer, afirmar ser verdadeiro (aquilo que se sabe falso)".

Falso, no Aurélio (2004), está assim: "[Do lat. f*alsus*] Adj. Contrário à realidade. Em que há mentira, fingimento, dissimulação ou dolo. S.m. Aquilo que é falso; calúnia, falsidade." Já sobre a palavra "boato" encontramos o seguinte: "[Do lat. *boatu*, mugido de boi] S.m. Notícia anônima que ocorre publicamente sem confirmação."

A mentira tem muitos sinônimos. Nos dicionários pesquisados, encontramos estes: lenda, cascata, lorota, conto, conto da carochinha, conversa, conversa fiada, potoca, mito, engodo, falsidade, entre muitos outros. O mais recente sinônimo é um estrangeirismo — *fake news* —, ainda não dicionarizado, mas já incorporado ao vocabulário dos brasileiros, desde as eleições gerais de 2018.

Registre-se que, além dos sinônimos listados acima, a palavra narrativa tem sido usada com o significado de versão, mentira, falsidade.

Lembremos que palavras, com o tempo, ganham novos sentidos, conforme seu uso e circunstância. A palavra narrativa, por exemplo, tem sido usada para denominar histórias ou

versões de fatos não coadunadas com a verdade, ou, pelo menos, não com toda ela. Torna-se mais um eufemismo para mentira. Exemplifiquemos: num episódio como o da anulação dos processos em que era réu o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, os que são contrários ao petista insistem em considerá-lo culpado, pois ele foi, nos inquéritos contaminados aos quais respondeu, condenado em duas instâncias pela justiça federal; já os seus apoiadores defendem a tese de que Lula é inocente, pois os processos movidos contra ele foram extintos, por conta de ter sido o juiz que os presidiu considerado parcial[1]. Chama-se a isso, nos dias de hoje, guerra de narrativas, em que dois grupos buscam tomar posse da verdade, impondo o seu ponto de vista de um fato, sem que haja consenso ou interseção de ideias. É um ou outro, nada menos do que isso.

O poder da mentira se constata por exemplos clássicos. O bombardeio e afundamento de navios brasileiros, em nossa costa, supostamente ordenados por Hitler — como retaliação ao rompimento de relações diplomáticas do nosso país com a Alemanha —, provocou a entrada do Brasil na 2ª Grande Guerra[2] entre os aliados e contra o eixo formado por alemães, japoneses e italianos. Nos EUA, em 1938, o realismo de uma encenação radiofônica de A Guerra dos Mundos, livro de H. G. Wells, adaptado por Orson Welles[3], levou pânico às ruas de Nova Iorque, porque os ouvintes acreditaram que, de fato, uma invasão de alienígenas estava acontecendo. No meio televisivo, é conhecida a história de um ator de telenovelas em ascensão que teve sua carreira quase destruída por causa de um boato, disseminado por um jornal de grande circulação, de que teria gostos sexuais duvidosos, que incluíam a utilização de raízes e hortaliças, e que teria, por conta desses hábitos, sido internado num grande hospital do Rio de Janeiro, vítima de um autoempalamento[4].

Na política brasileira, é comum o uso da mentira. Ela serve para alavancar os feitos de uma administração ou para atacar adversários, com denúncias falsas de natureza diversa. Mentir com naturalidade à imprensa, em debates ou nos comícios, inventando ou inflando

---

[1]Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62612955. Acesso em: 10 out. 2022.
[2]Disponível em: https://super.abril.com.br/historia/como-um-oficial-nazista-jogou-o-brasil-na-segunda-guerra-mundial/. Acesso em: 10 out. 2022.
[3]Disponível em: https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/almanaque/historia-transmissao-radiofonica-guerra-dos-mundos-estados-unidos.phtml. Acesso em 10 out. 2022.
[4]Lembre-se de que, na Grécia Antiga, se um adúltero (homem tendo relações ilícitas com a esposa, filha, mãe, concubina, irmã de um cidadão) fosse pego no ato poderia ser morto imediatamente não sendo o assassino punido pelo homicídio (tal morte estava inserida dentro dos homicídios considerados lícitos). Ou a vítima, o kýrios desonrado, poderia infligir sobre o agressor determinados maus tratos como violar seu ânus com rabanetes ou arrancar seus pelos púbicos. Além disto, o cidadão ultrajado poderia demandar uma compensação financeira e manter o agressor preso até que ele pagasse a indenização ou desse garantias de que o faria (MACDOWELL, 1986, pp. 124-125).

números da economia, listando obras que nunca saíram/sairão do papel, ou alardeando melhorias na vida da população, não comprovadas nas ruas nem nas pesquisas do IBGE, é uma das habilidades esperadas dos que se lançam na disputa por cargos públicos do legislativo ou do executivo, municipais, estaduais ou federal.

A mentira é também usada como arma, nas acusações sem provas a adversários políticos, sobretudo durante o período eleitoral. A troca de acusações busca elevar o nível de rejeição ao candidato atacado, levando o eleitor e escolher não o melhor candidato, mas o menos ruim, numa espécie de institucionalização do voto útil, em qualquer fase do processo eleitoral.

Em 2010, a candidata do PT nas eleições presidenciais, Dilma Rousseff, foi alvo de intenso ataque de calúnias, que a ligavam a pautas caras ao público religioso, como a liberação do aborto e o casamento entre homossexuais. A enxurrada de mentiras foi tão grande que a candidata teve de escrever uma carta aos evangélicos[5], em que firmava o compromisso contra o aborto e de governar, caso eleita, para as famílias.

Em 2014, a candidata Marina Silva, do PSB[6], sofreu com uma série de mentiras que a ligava aos interesses internacionais e aos banqueiros. Diziam as mensagens falsas espalhadas na internet que se ela fosse eleita, conduziria o Brasil a um período de profunda crise moral e econômica, com consequências graves para a população mais pobre. Outra mentira disseminada na época pelos mentores da campanha do PT apregoava que o Bolsa-Família (benefício de transferência de renda) seria extinto caso qualquer adversário de Dilma Rousseff fosse eleito[7].

Ao fim do pleito de 2014, insatisfeito com o resultado das eleições, o candidato do PSDB, Aécio Neves, questionou a votação e pôs em xeque a confiabilidade do sistema eleitoral[8].

Após as eleições, com Dilma eleita, o PT sofreu com calúnias de todo tipo que, sabe-se agora, preparavam o tereno para seu impeachment, que ocorreria um ano e meio depois: dizia-se que haitianos teriam sido trazidos ao Brasil para votar na candidata do Partido dos

---

[5] Disponível em: https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,em-carta-dilma-assina-compromisso-contra-o-aborto,625257. Acesso em: 13 out. 2022.
[6] Disponível em: https://br.noticias.yahoo.com/a-logica-das-fake-news-foi-inaugurada-a-pedido-do-pt-diz-marina-silva-215651567.html Acesso em: 13 out. 2022.
[7] Disponível em: https://g1.globo.com/sao-paulo/eleicoes/2014/noticia/2014/09/dilma-diz-que-bolsa-familia-vai-acabar-se-adversarios-forem-eleitos.html Acesso em: 13 out. 2022.
[8] Disponível em: https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,psdb-de-aecio-neves-pede-auditoria-na-votacao,1585755 Acesso em: 13 out. 2022.

Trabalhadores, que o filho de Lula era dona da Friboi, que Dilma teria tentado o suicídio e sobrevivia à base de calmantes.

Nas eleições seguintes, em 2018, o aplicativo de troca de mensagens *WhatsApp* ganha protagonismo, tornando-se ferramenta poderosa na disseminação de mensagens falsas. Terreno fértil para a propagação de mentiras e de acusações, o aplicativo foi decisivo na construção das narrativas a favor e contrárias a Bolsonaro[9], já que foi originalmente dominado pelos setores conservadores e da ultradireita.

1.2. **A palavra do ano**

A mentira ganhou um sinônimo novo, um estrangeirismo — *fake news* —, que entrou em nossa língua e logo se adaptou aos costumes brasileiros. Circula desde 2018, muito à vontade e sem cerimônia entre políticos, jornalistas e eleitores desde então.

O Dicionário Oxford[10], todo ano, elege uma palavra da língua inglesa que tenha sido destaque, por seu uso, nas diversas mídias pesquisadas. A palavra escolhida como a mais representativa do ano de 2016 foi *post-truth* (pós-verdade). Como faz anualmente, o dicionário destaca o verbete da palavra escolhida na página inicial de sua plataforma *online*. A palavra *post-truth*, para o referido dicionário, em inglês, é um adjetivo "que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais".

Além disso, conforme Foucault

> cada sociedade tem seu regime de verdade definido pelos tipos de discurso que ela aceita e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros ou falsos e, ainda, as técnicas e os procedimento que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm a função de dizer o que funciona como verdadeiro. (Foucault *apud* SARGENTINI e CARVALHO, 2021, pp. 75-76)

Segundo Castro,

> Foucault distingue entre duas histórias da verdade: por um lado, uma história interna da verdade, de uma verdade que se corrige a partir de seus próprios princípios de regulação; por outro, uma história externa da verdade. A primeira é a que se leva a cabo na história das ciências; a segunda, a que parte das regras de jogo que, em uma sociedade, fazem nascer determinadas formas de subjetividade, determinados

---

[9] Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537997311_859341.html Acesso em: 13 out. 2022.

[10] Disponível em: https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/, Acesso em: 10 mar. 2022.

> domínios de objetos, determinados tipos de saber. (CASTRO *apud* SARGENTINI e CARVALHO, 2021, p. 5),

Arendt diz que

> mesmo que admitamos que cada geração tem o direito de escrever sua própria história, não admitimos mais nada além de ter ela o direito de rearranjar os fatos de acordo com sua própria perspectiva; não admitimos o direito de tocar na própria matéria factual. (ARENDT *apud* ROCHA, 2022, p. 350)

A palavra "pós-verdade" é usada por quem avalia que a verdade está perdendo importância no debate político. Por exemplo: o boato maciçamente divulgado de que o Papa Francisco apoiava a candidatura de Donald Trump[11] tem mais importância do que as fontes confiáveis, inclusive o Santo Padre, que negaram essa história. Percebe-se que a verdade é posta de lado, já que se procuram apenas fatos que, de alguma forma, corroborem as crenças já consubstanciadas pelos sujeitos receptores, porque no ambiente virtual, criaram-se bolhas em que circulam apenas informações compatíveis com os interesses do grupo, como se verá adiante.

Segundo o Dicionário Oxford (2016), o termo "pós-verdade" com a definição atual foi usado pela primeira vez em 1992 pelo dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich. Ele tem sido empregado com alguma constância há cerca de uma década, mas houve um pico de uso da palavra, que cresceu 2.000% em 2016.

Na página *online* do Dicionário Oxford (2016), lê-se, no texto no qual é apresentada a palavra escolhida, que

> pós-verdade deixou de ser um termo periférico para se tornar central no comentário político, agora frequentemente usado por grandes publicações sem a necessidade de esclarecimento ou definição em suas manchetes. (OXFORD, 2016)

A ascensão dos termos pós-verdade e *fake news* tem a ver com a digitalização da vida, de que falaremos na seção a seguir.

1.3. **A digitalização da vida**

[11] Disponível em: https://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/noticias-falsas-sobre-eleicoes-nos-eua-superam-noticias-reais.html, Acesso em: 10 mar. 2002.

O desenvolvimento exponencial das tecnologias da informação, ocorrido nas últimas três décadas, permite-nos acessar diversos serviços pelo *smartphone.* A digitalização da vida, que nos permite, por exemplo, fazer compras, pedir um táxi ou uma refeição por aplicativos de celular, gerou a dataficação[12] de nossos hábitos. Surgiu, assim, a cidadania digital e, consequentemente, o *machine learning* — aprendizado de máquina — que nada mais é do que a capacidade de se extrair padrões dos dados que deixamos atrás de nós sempre que acessamos a grande rede. Pelo conjunto de rotinas logicamente encadeadas, os algoritmos[13] mapeiam nossos rastros digitais na internet. Os dados colhidos e analisados pelas empresas viraram arma muito eficaz para conquistar consumidores e angariar votos, a partir das redes sociais e dos aplicativos de interação social via *smartphones*.

Isso ocorre pelas características de um dos suportes por onde transitam as mensagens que enviamos/recebemos, as redes sociais.

Conforme Recuero,

> Os sites de redes sociais são frequentemente apontados como novas esferas públicas na acepção de Habermas (1989), principalmente pela criação do espaço comum e pela abertura cada vez mais ampla à participação (...) e pelas trocas comunicativas. (Isso se deve à) capacidade de a mensagem ser rapidamente difundida e ampliar a sua visibilidade, escalando seu alcance (escalabilidade); a presença e permanência das mensagens publicadas no ciberespaço (persistência); a fácil reprodução dessas mensagens (reprodutibilidade) e, finalmente, a possibilidade de essas mensagens serem buscadas, encontradas e recuperadas por sistemas de busca (buscabilidade). (RECUERO, 2016, pp. 18-19)

Buzato afirma que

> (nas redes) seus usuários produzem uma grande quantidade de "rastros" de interações entre atores sociais (pessoas, instituições, grupos) que, no passado, não se podia obter em tamanha extensão, nem com a mesma facilidade. (BUZATO, 2016, p. 37)

As redes sociais permitem o anonimato dos criadores de conteúdo, o que torna esse ambiente propício à criação de conteúdo falso de toda natureza. Qualquer pessoa com acesso à internet pode criar uma notícia falsa e compartilhá-la nas redes. Elas são ambientes de interação, não apenas de participação. Recuero (2016, p. 83) lembra que "os atores sociais

---

[12] A dataficação se dá no rastreamento das relações sociais mediadas por plataformas digitais e como "requisição" do mundo sob a forma de dados operacionalizáveis em dois amplos domínios: a natureza e o conhecimento. Disponível em: https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/39638 Acesso em: 15 abr. 2022.

[13] Um algoritmo é uma sequência de raciocínios, instruções ou operações para alcançar um objetivo, sendo necessário que os passos sejam finitos e operados sistematicamente. Um algoritmo, portanto, conta com a entrada (input) e saída (output) de informações mediadas pelas instruções. Disponível em: https://rockcontent.com/br/blog/algoritmo/ Acesso em: 20 mar. 2022.

usuários das redes é que são as redes.” As redes somos nós, diz a autora. Segundo ela, os sites de redes sociais atuam como suporte para as interações, mas não são, por si só, redes sociais.

A virtualização das relações sociais e pessoais gerou uma desintermediação da comunicação, inclusive na política. A mídia tradicional deixou de ter a importância que tinha, ou pelo menos deixou de ser hegemônica no tráfego das informações, que voam mais rapidamente nas redes sociais e nos *apps* de mensagens.

Como se lê em Barton e Lee,

> a tecnologia faz parte das experiências vividas pelas pessoas em todos os contextos, desde engajar-se numa infinidade de sites de redes sociais com amigos, até o trabalho, o estudo ou a participação na vida familiar. De fato, é difícil encontrar uma área da vida que não tenha mudado. Pouco a pouco as pessoas veem como absolutamente normal a transformação digital das atividades cotidianas. Isso é muitas vezes referido como domesticação da tecnologia (...) conceito que captura o processo pelo qual as tecnologias são integradas à vida das pessoas e as medeiam (BARTON & LEE, 2015, pp. 1-2)

A autonomia dos sujeitos nas redes gerou a figura dos *influencers*, pessoas que têm milhões de seguidores no *Twitter*[14], no *Instagram*, no *Facebook*[15] e no *Youtube* e cujas ideias e crenças são ouvidas com atenção, assim como as gerações anteriores faziam diante do Repórter Esso ou do Jornal Nacional. A existência desses formadores de opinião deve-se a estarmos na era da pós-verdade, em que vigora a primazia da emoção sobre a razão. Esses importantes personagens da cena nacional valem-se da polarização da opinião pública que tomou conta do debate político. Cada um deles passa a ser, dentro de suas respectivas bolhas o porta-voz de sua comunidade, aquele que alimenta o ideário do grupo que o segue fielmente, comentando, curtindo e compartilhando suas postagens, elevando o alcance do seu discurso.

Conforme Lago,

> o elemento de personificação e efeito de celebridade da mídia social fornecem uma espécie de ponto focal em torno do qual a multidão pode se reunir e milhões de indivíduos insatisfeitos, e privados de qualquer afiliação organizacional comum, podem se reunir para reconhecer seus interesses e desejos compartilhados. (LAGO, 2022, p. 39)

---

[14] O Twitter é uma ferramenta com características de site de rede social que permite a seus usuários construir um perfil e postar mensagens públicas ou privadas de até 280 caracteres. Essas mensagens são recebidas pelos “seguidores”. Ao mesmo tempo é possível, é possível também “seguir” outros usuários. Nesse âmbito, um usuário pode também retuitar (repassar uma mensagem recebida das contas que segue para seus seguidores, que podem ou não seguir a conta original) (RECUERO, 2016, p. 21)

[15] O Facebook é um site de rede social criada em 2004 por universitários americanos de Harvard, Mark Zuckerberg, Chris Hughes, Eduardo Saverin e Dustin Moskovitz, com o intuito de agregar fotos e nomes de todos os estudantes daquela universidade. Agrega hoje, no Brasil cerca de 139.000.000 de usuários no Brasil, em números de dezembro, de 2020. Disponível em: https://www.internetworldstats.com/. Acesso em: 15 mar. 2022.

Esses *influencers*[16] digitais comunicam-se utilizando as mesmas técnicas de oratória dos líderes religiosos televisivos, que arregimentam milhares de seguidores e milhões em dízimos, mensalmente, com essa retórica, marcada pela subjetividade e pelas súplicas emocionais e apelos tangidos pela emoção e pelo espalhafato discursivo. Seus seguidores aceitam suas verdades sem contestação, talvez porque os encarem como arautos do bem e do divino. O que divulgam em seus vídeos, tuítes e postagens finca-se no senso comum que, como diz Galo

> se constrói à medida que conceitos e pensamentos filosóficos são incorporados por ativistas e militantes dos mais diversos espectros políticos (...) carregado de moralismo, isto é, de um julgamento especulativo derivado de normas de comportamento. Se a lógica opera a partir da dicotomia verdadeiro/falso, se o direito opera a partir do legal/ilegal, a moral opera a partir do bem/mal. (GALO, 2022, p. 24)

Contribui para isso o fato de que os seguidores de um *influencer* se comportam como numa multidão organizada, em que o indivíduo se despe de suas vestes civilizatórias e age conforme o ritmo e a direção do grupo de que faz parte, acriticamente. Suas ações são instintivas e espelham o que fazem os que estão à sua volta. Some-se a isso o poder que o avanço tecnológico propiciou a quem domine sua arquitetura e saiba usar as ferramentas de comunicação disponíveis na grande rede.

Conforme Galli,

> a comunicação virtual introduz um conceito de descentralização da informação e do poder de comunicar. Todo computador ligado à internet possui capacidade de transmitir palavras, imagens e sons. Não se limita apenas aos donos de jornais e emissoras; qualquer pessoa pode construir um site na Internet, sobre qualquer assunto e propagá-lo e maneira simples. (...) Esse espaço abre possibilidade de comunicação completamente distinta da mídia clássica. (GALLI, 2010, p. 152)

Cada pessoa que tenha uma conta no *Instagram* ou no *Facebook* ou um perfil no *Twitter* é capaz de conquistar seguidores, conforme o discurso que despeje em sua rede. Institui-se, no dizer de Lago, o "império da opinião, em que tudo se tornou opinião, todas equivalem e não há marchadores de certeza" (2022, p. 42). As plataformas estimulam que seus usuários expressem seus valores e seus desejos, para agrupar outros usuários que manifestem comportamento e valores semelhantes, o que aumenta o potencial de recepção das mensagens dos enunciadores.

Para Santo Agostinho,

---

[16] Influencer digital é alguém que, por meio da produção de conteúdo na internet, é capaz de influenciar pessoas em termos de consumo, comportamento, religiosidade e posicionamento político. Disponível em: https://rockcontent.com/br/blog/o-que-faz-um-digital-influencer Acesso em: 3 out. 2022.

> não é todo aquele que diz algo falso está mentindo, se crê ou se opina ser verdade o que diz. Crer e opinar são diferentes nisto: às vezes aquele que crê sente que não tem conhecimento daquilo em que acredita — mesmo que não duvide em hipótese alguma que não saiba aquilo que ignora, se crê firmemente. Porém quem opina julga saber aquilo que desconhece. Ora, quem quer que enuncie algo que em sua mente, tenha acreditado ou opinado, mesmo que seja falso, não mente. (...) não mente aquele que não sabe que é falso o que enuncia, se julga dizer a verdade. (AGOSTINHO, 2018, pp. 10-13)

Esse *modus operandi* já era percebido nas propagandas, em que são direcionados para cada usuário, conforme o seu perfil de consumidor, produtos que de algum modo atendam aos seus desejos e condições financeiras.

Assim as pessoas são conquistadas para uma compra na internet ou para acreditarem numa mensagem por meio de uma construção de linguagem que acerta precisamente a emocionalidade delas. Tal como na propaganda, o discurso político ou contrário às vacinas utiliza uma retórica, persuasiva, que apela à emoção das pessoas, para conquistá-las pelo que elas sentem, não pelo que lhes é demonstrado razoavelmente.

Conforme Lago (2022, p. 40), “os sujeitos estão mais focados nas interações do que nas entidades: as pessoas têm mais confiança em seus contatos pessoais (virtuais ou não) do que nas instituições”. E creem mais no que lhes diz um vizinho, um colega de trabalho ou um contato do *WhatsApp* do que no que é dito por um especialista — da economia, da ciência ou da política — num telejornal, por exemplo.

1.4. **Meio e mensagem**

É relevante para a pesquisa investigar por que o canal e o suporte escolhidos para a veiculação das *fake news* são as redes sociais e qual a influência que um e outro exercem sobre esse texto, porque, segundo Maingueneau

> é necessário reservar um lugar importante ao modo de manifestação material dos discursos, ao seu suporte (midium), bem como ao seu modo de difusão: enunciados orais, no papel, radiofônicos, na tela do computador etc. (...) (Ele não pode ser concebido como) um instrumento para transportar uma mensagem estável: uma mudança importante do médium modifica o conjunto de gênero de discurso. (MAINGUENEAU *apud* MARCUSCHI, 2008, p. 173)

Na postagem a seguir, em que se suprimiu uma informação importante, a de que a vantagem do candidato Bolsonaro sobre o candidato Lula na pesquisa espontânea fora

detectada entre os eleitores evangélicos e não sobre todos os grupos sociais ouvidos na pesquisa, percebe-se a divulgação de uma meia-verdade[17].

Figura 1 - Suposta pesquisa

Fonte: KICIS, B. **Nova pesquisa mostra Bolsonaro na frente de Lula.** [*S. l.*], 23 fev. 2022. Twitter: @Biakicis. Disponível em: https://twitter.com/biakicis/status/1555891858349359106. Acesso em: 15 nov. 2022.

Em outro *midium* — numa conversa presencial entre amigos, por exemplo — tal informação poderia ser imediata e facilmente desmentida.

Para Maingueneau, citado em Marcuschi (2008, p. 173), "o *midium* não é um simples meio". É componente importante na configuração do gênero, mas costumávamos desprezá-lo, "porque nos concentrávamos no texto como tal".

Para Marcuschi

> (...) o suporte não é neutro e o gênero não fica indiferente a ele (...) é imprescindível para que o gênero circule na sociedade e deve ter alguma influência na natureza do gênero suportado. (É) um locus físico, ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto. (MAINGUENEAU *apud* MARCUSCHI, 2008, p. 174)

[17] Segundo https://veja.abril.com.br/coluna/maquiavel/nova-pesquisa-mostra-bolsonaro-a-frente-de-lula-em-sao-paulo/, os números da notícia falsa divulgada pela deputada bolsonarista levam em conta apenas os eleitores evangélicos.

Entendemos, com Marcuschi (2008, p. 174), que o suporte é o local, físico ou virtual, "com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como um texto".

Segundo Marshall Macluhan, "o meio é a mensagem"[18]. Não é possível, segundo esse pensamento, separar o conteúdo da mensagem e o meio no qual ela é forjada e pelo qual é transmitida, porque os dois estão imbricados indissociavelmente.

> O meio, ou processo, de nosso tempo — a tecnologia elétrica — está remodelando e reestruturando padrões de interdependência social e cada aspecto de nossa vida pessoal. Por ele, somos forçados a reconsiderar e reavaliar praticamente todos os pensamentos, todas as ações e todas as instituições anteriormente aceitos como óbvios. Tudo está mudando — você, sua família, sua educação, sua comunidade, seu trabalho, seu governo, suas relações com "os outros". E está mudando dramaticamente. (MACLUHAN *apud* BARTON LEE, 2015, p. 11)

Segundo Lago (2022, p. 37), o uso de um dispositivo tecnológico determina os resultados que dele derivam, ainda que, adverte o autor, não é apenas isso que explica a enorme retransmissão de mensagens falsas nas redes sociais e nos aplicativos de trocas de mensagens.

> O populismo de direita brasileiro opera um tipo de mobilização social vertical, baseado em mensagens em redes sociais como Facebook, WhatsApp e Twitter que informa a agenda a ser seguida por seu eleitorado. Sob esse registro, o eleitorado é receptor, mas também divulgador da agenda. Além disso, (...) ativa com intensidade maior do que qualquer outro movimento a prática das fake news na construção de suas narrativas, de tal maneira a produzir uma fronteira antagônica capaz de rejeitar todo o campo progressista. (LAGO, 2022, p. 37)

Os meios mais comuns pelos quais transitam as notícias falsas, de todos os formatos, conteúdos e intenções, são as plataformas de interação chamadas de redes sociais, como *Facebook, Twitter e Instagram* e aplicativos de trocas de mensagens como o *WhatsApp* e *Telegram*, que favorecem, por sua dinâmica e pela atuação dos algoritmos e de robôs a replicação de boatos e mentiras.

Lago nos diz que

> o bom uso das redes sociais para fins eleitorais não pode ser considerado uma novidade. As grandes empresas de tecnologia da informação estão sediadas nos Estados Unidos, e é natural, portanto, que os operadores nos trópicos copiem aquilo que já se provou eficaz naquele país. A campanha de Donald Trump, dois anos antes, já havia testado muito do manual que por aqui foi seguido. (LAGO, 2022, p. 36)

É preciso aqui ressaltar que grande parte dos factoides originados nas redes sociais são compartilhados por conhecidos nos quais os usuários têm confiança, o que aumenta a

---

[18] Marshall McLuhan foi um importante teórico da comunicação canadense, reconhecido mundialmente pelos conceitos de aldeia global e pela famosa frase "o meio é a mensagem".

aparência de legitimidade das histórias. Os algoritmos utilizados pelo *Facebook*, por exemplo, fazem com que usuários tendam a receber informações que corroboram seu ponto de vista, formando bolhas que isolam as narrativas às quais aderem de questionamentos à esquerda ou à direita.

> A valorização extrema das emoções projeta nas práticas discursivas políticas aquilo que é próprio do marketing, privilegiando o seu papel no comportamento dos consumidores que as fazem suas e agem de acordo com elas — já que são manipulados graças a estratégias que favorecem esse resultado. Como a oposição verdade/falsidade não é pertinente, as falsas notícias recorrem, sem controle e em muitos casos sem questionamento, aos meios digitais, e ainda que se chegue a denunciá-las, já exercem a influência pretendida sobre os usuários (ARNOUX, 2021, p. 191).

A criação de bolhas, portanto, acirra o embate e suprime o debate, já que os participantes desses grupos antagônicos não se ouvem, ainda que gritem uns contra os outros, cada qual de sua trincheira virtual. Os membros de uma bolha ouvem apenas o que vem chancelado por outros membros da própria bolha, ainda mais se esses enunciadores estiverem em patamares superiores na hierarquia do grupo, ou que transmitem mensagens que tenham sido supostamente enviadas por autoridades no grupo. Qualquer comunicação que venha de fora da bolha ou de alguém estranho a ela é rechaçada imediatamente, o que impede o trânsito de ideias e inviabiliza o debate.

A chamada Economia da atenção[19] nos faz ficar ligados a todo momento ao *WhatsApp* e às redes sociais, pelas quais interagimos com nossos pares, a partir de estratégias sofisticadas de engajamento que incluem, entre outras coisas, a utilização dos algoritmos e do *bigdata*[20]. Esse movimento serve a outro fenômeno desta época, que é o Capitalismo de vigilância[21], que consiste no controle pelas grandes plataformas de mídia do que fazemos, o que vemos, o que ouvimos, de que gostamos, em que cremos e o que sentimos.

A partir dessas inferências, fruto de emprego de psicometria[22] desenvolvida por empresas como *Cambrigde Analytica*[23], as redes nos servem produtos e serviços que podem

---

[19] A Economia da Atenção é uma forma de gerenciar informações e trata a atenção humana como um bem escasso. Cunhado pela primeira vez em 1971 pelo economista, psicólogo e cientista político, Herbert Alexander Simon, o termo explica como a atenção pode ser capitalizada e tratada como uma mercadoria. Disponível em: https://aun.webhostusp.sti.usp.br/index.php/2021/09/02/economia-da-atencao-e-universo-das-telas-entenda-por-que-e-tao-dificil-se-desconectar/. Acesso em: 20 mar. 2022.

[20] O *bigdata* é um enorme banco de dados com informações de todo tipo — fiscais, comerciais, políticas, sexuais, religiosas — sobre as pessoas.

[21] Capitalismo de vigilância consiste no controle das pessoas, de seus gostos e de seus usos a partir da definição de perfis psicométricos para aumentar o poder de persuasão das mensagens.

[22] Psicometria é a análise feita dos usuários da grande rede a partir de suas escolhas durante a navegação; leva em conta em que imagens o navegante demora em determinadas imagens, em que imagens clica, o que procura nos mecanismos de busca etc.

nos interessar, ainda que não precisemos deles, assim como fazem chegar a cada internauta conectado à grande rede a mensagem apropriada às suas crenças, convicções, tendências ideológicas e opiniões. Isso ocorre porque a digitalização da vida e das informações sobre os usuários de redes sociais e de aplicativos de trocas de mensagens permite que as empresas e os partidos políticos, de posse de nossos dados, analisados pela psicometria, com uso de inteligência artificial, saibam que tipo de pessoas, de cidadãos, de consumidores e de eleitores acessam seus sites ou plataformas. Somos, então, conforme a análise psicométrica dos que interagem nas redes, divididos em bolhas[24], cada uma alocando enormes contingentes de pessoas, cidadãos, consumidores e eleitores com gostos e crenças mais ou menos comuns.

Ressalve-se que o ataque, por meio da divulgação de conteúdos falsos sobre adversários, não é novidade na política, já que a mentira sempre foi arma muitas vezes letal nas campanhas eleitorais. O que há de novo é a possibilidade de uma mentira chegar mais rapidamente e a mais pessoas do que antes, pelas ondas da internet.

Como nos apresenta Arnoux

> (na expansão midiática — audiovisual e sobretudo, digital), a verdade se apresenta como assentada nas crenças e moções do locutor. É esta sua origem que anula a possibilidade de debate. De modo que ela é aceita ou não, mas não discutida. (...) Mais do que no campo do "verdadeiro", o discurso, no que concerne à retórica, assenta-se no "verossímil", por mais que ele possa se apresentar como com índice de possível verdade. Em contrapartida, ainda que o discurso possa recorrer a enunciados reconhecidamente verdadeiros, ele apela fundamentalmente a certezas e a evidências compartilhadas entre interlocutores. (ARNOUX, 2021, p. 189)

1.5. **As fake news**

As *fake news* são fenômeno contemporâneo, mas surgiram em 1894, nos EUA, como mentira política, proveniente do que se chamava "*yellow journalism*"[25], talvez pela cor da

---

[23] *Cambrigde Analytica*, empresa criada e comandada por Steve Bannon, que seria, mais tarde, chefe da campanha de Trump, em 2016, e que teria aconselhado à distância os procedimentos a serem adotados no Brasil, quando das eleições de 2018.

[24] Bolhas, metáfora que demonstra a divisão da população de um país em grupos, conforme suas convicções e gostos pessoais.

[25] Ela foi inspirada na expressão americana *yellow press* ("jornalismo amarelo"), que surgiu no final do século XIX a partir da concorrência entre os jornais *New York World* e *The New York Journal*. Eles haviam entrado em guerra para ter em suas páginas as aventuras de *Yellow Kid*, a primeira tira em quadrinhos da história. A disputa nos bastidores foi tão pesada que o amarelo do cobiçado personagem acabou virando sinônimo de publicações sem escrúpulos. Em língua portuguesa, a expressão teve sua cor alterada no Brasil em 1959, quando a redação do jornal carioca Diário da Noite recebeu a informação de que uma revista chamada Escândalo extorquia dinheiro

tinta desse histórico tabloide americano ou pelo "*yellow kid*"[26], fruto da disputa entre o *New York Journal* e o *New York World*. São descendentes diretas das matérias sensacionalistas, com apelo ao grotesco e ao vulgar, que esses jornais estampavam em suas páginas. O sensacionalismo se constrói pelo apelo à emoção, como se a veracidade não fosse o mais importante, mas sim, o que nos atinge de maneira mais violenta ou que confirma nossas desconfianças. A quantidade de *likes*[27] ou de compartilhamento de uma notícia a faz mais confiável do que o que é divulgado pela imprensa tradicional. Assim, a aprovação de uma postagem, pelos *likes* que recebe, supera a veridicção[28].

De acordo com Barros,

> por meio do contrato de veridicção, o enunciador busca a adesão do enunciatário e determina como ele deve interpretar o discurso e "ler" a verdade. Para tanto, constrói no discurso um dispositivo veridictório, espalhando marcas que devem ser encontradas e interpretadas pelo enunciatário. Para escolher as pistas que serão oferecidas, o enunciador considera a relatividade cultural e social da "verdade", sua variação em função do tipo de discurso, além das crenças do enunciatário que vai interpretá-las. O enunciatário, por sua vez, para entender o texto, precisa descobrir as pistas e compará-las com seus conhecimentos, convicções e sentimentos. A modalização veridictória relaciona-se, assim, tanto ao fazer persuasivo do destinador quanto, ou, sobretudo, no dizer de Greimas e Courtés (2008), ao fazer interpretativo do destinatário, no percurso da manipulação. (BARROS, 2022, p. 1)

Há um quê de verossímil nas mensagens falsas que circulam nas redes sociais porque elas apelam para a veridicção.

Conforme Barros,

> na veridicção, as relações modais entre o ser e o parecer determinam os discursos como verdadeiros (que parecem e são), mentirosos (que parecem, mas não são), secretos (que não parecem, mas são) ou falsos (que não parecem e não são). O destinador do discurso escolhe um regime de veridicção e procura fazer seu destinatário interpretar o discurso segundo o contrato veridictório proposto e nele acreditar ou não. O destinatário, por sua vez, interpreta-os a partir de seus conhecimentos e crenças e da capacidade de persuasão do destinador manipulador. (BARROS, 2015, p. 22)

---

de pessoas fotografadas em situações comprometedoras. Disponível em: https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-surgiu-a-expressao-imprensa-marrom/. Acesso em: 12 mar. 2022.

[26] Na década de 1880, o dono do jornal *New York Word*, Joseph Pulitzer, começou a inovar o segmento com edições aos domingos recheadas de ilustrações e de cores. Apreciador do cartum, Pulitzer passou a exibir em suas páginas o quadro humorístico "Down Hogan's Alley" de Richard Outcault (1895). Na sátira, um garoto de feições orientais que vestia um camisolão fazia severas críticas sociais. Disponível em: https://nanquim.com.br/1895-yellow-kid/. Acesso em: 12 mar. 2022.

[27] É sinônimo de curtida, uma espécie de aprovação, de aceitação ou de elogio a algo postado por uma pessoa nas redes sociais. Disponível em: https://super.abril.com.br/comportamento/a-verdade-sobre-os-likes/. Acesso em: 10 abr. 2022.

[28] Define-se veridicção como o modo de dizer verdadeiro de um discurso. Essa definição difere do conceito ontológico de verdade, por prescindir do referencial extralinguístico. Segundo Greimas, cada discurso estabelece seu quadro veridictório e somente a esse quadro deve prestar conta. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rblc/a/LWdmCGtxFhZq83sVkBNzMLh/#. Acesso em: 16 abr. 2022.

O exemplo a seguir ilustra o que está dito acima:

Figura 2 - O Foro de São Paulo

A CIA (POLÍCIA SECRETA AMERICANA) DIVULGA LISTA DAS MAIS PERIGOSAS E RICAS ORGANIZAÇÕES TERRORISTAS DO MUNDO. SABE QUEM APARECE EM TERCEIRO LUGAR?? 1° Estado Islâmico US$ 2 bilhões; 2° Hamas US$ 1 bilhão; 3° Foro de SP US$ 600 milhões; 4° Hizbullah US$ 500 milhões; 5° Talebã US$ 400 milhões; 6° Al-Qaeda US$ 150 milhões; 7° Lashkar e-Taíba US$ 100 milhões; 8° Al-Shabaad US$ 70 milhões; 9° IRA US$ 50 milhões; 10° Boko Haram US$ 25 milhões

TERRORISTAS MANDAM NO BRASIL!! OLAVO TEM RAZÃO!! FORA FORO DE SP!! FORA PT!!! Foro de São Paulo é uma organização terrorista e fazem parte, entre outros: lula, dilma, ciro, fhc, o povo do petê... A lista é grande!

Fonte: TEIXEIRA, L. B. **CIA não classificou Foro de São Paulo como grupo terrorista milionário.** São Paulo, 15 dez. 2019. Disponível em: https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2019/12/15/cia-nao-classificou-foro-de-sao-paulo-como-grupo-terrorista-milionario.htm. Acesso em: 15 nov. 2022.

Nesse tipo de mensagem falsa, atemoriza-se o destinatário com notícias que parecem ter sido retiradas de fonte idônea. O argumento de autoridade que se usa — a CIA, a central de espionagem americana, conhecida dos brasileiros pelo sem-número de filmes bons e ruins sobre ela — é utilizado em contrapartida aos nomes de organizações consideradas terroristas pelos americanos do norte. No meio dessa lista de nomes conhecidos — e temidos —, inclui-se o Foro de São Paulo, uma suposta organização brasileira de esquerda que estaria se preparando para dar um golpe comunista no Brasil. Os nomes dos participantes do tal Foro de São Paulo, Lula, Ciro, Dilma personificam a ameaça tão temida pelos destinatários e dão rosto ao inimigo que se deve combater.

A proximidade de quem envia a mensagem é também importante para a veridicção. Tal proximidade pode ser construída pelo texto persuasivo e modalizado, como se verá a seguir, como a voz de quem só quer ajudar e fazer um favor.

Cabe pontuar que as notícias falsas, por serem muito curtidas e compartilhadas, geram renda aos seus produtores, já que as redes sociais remuneram os usuários que alcancem mais engajamento[29] em suas páginas.

[29] O objetivo de engajamento foi desenvolvido para fazer com que mais pessoas vejam e interajam com sua página ou sua publicação do Facebook. Com o objetivo de engajamento, você pode criar anúncios para turbinar as suas publicações (Engajamento com a publicação) e promover a sua página (curtidas na página). Disponível em: https://www.facebook.com/business/help/666398006849003?id=1646770532043319 Acesso em: 10 abr. 2022.

Em reportagem do site *The Intercept*[30] sobre a remuneração de blogues e sites que criavam e difundiam notícias falsas, lê-se que

> os blogs do grupo surgiram no levante antipetista e surfaram a onda do impeachment, e depois ajudaram a engrossar o coro lava-jatista e bolsonarista. Hoje, alguns não escondem seu apreço por autoritarismo e intervenção militar, tudo regado a boas doses de sensacionalismo e meias-verdades — ou a mentiras inteiras. Entre os exemplos citados pelo ex-blogueiro, estão os sites Diário do Brasil, Jornal do País, Notícias Brasil Online e Pensa Brasil, ainda no ar, e Brasil Verde Amarelo e The News Brazil, hoje desativados.[31]

Na matéria, assinada por Rodrigo Ghedin, Tatiana Dias e Paulo Victor Ribeiro, lemos que um ex-blogueiro conta que, "entre 2014 e 2016, foi convidado a participar de reuniões de um grupo de blogs de direita". Nesses encontros, trocavam dicas "sobre assuntos que estavam bombando, compartilhavam conteúdos uns dos outros e frequentavam os mesmos eventos". Segundo ele, foram quatro encontros na sede da Google, em São Paulo.

De acordo com o ex-blogueiro ouvido pelos repórteres do *The Intercept*, cada criador de conteúdo "tinha total liberdade para produzir quando quisesse", e que eles "não combinavam previamente sobre quais temas escreveriam, mas aprenderam rápido que tipo de conteúdo bombava". Na semana seguinte a um dos encontros no Google, a manchete em um dos sites era "Dilma Rousseff foi pega comandando pessoalmente esquema de propina de R$ 48 milhões", uma notícia claramente falsa — afinal, tal flagrante não existiu.

Essas atitudes são também fruto da perda de credibilidade das empresas de mídia tradicionais e do chamado jornalismo profissional. O espaço deixado pela ausência de jornais críveis e/ou fidedignos, somado à autonomia que a internet oferece aos seus navegantes, fez com que surgissem sites apócrifos que disseminam negacionismo, promovem cruzadas antigênero, potencializam as teorias conspiratórias, espalham dúvidas sobre acontecimentos históricos etc.

No Brasil, como se sabe, a campanha eleitoral de 2018 foi marcada pelo uso massivo do *WhatsApp* como ferramenta de engajamento político. Enquanto as empresas digitais já exploravam comercialmente a adoção de consumidores aos seus produtos, no ambiente político, só naquelas eleições os partidos, sobretudo os de espectro mais à direita, abraçaram fortemente esses canais de interação. Ainda pairam dúvidas quanto à fiscalização da atuação

---

[30] Disponível em: https://theintercept.com/2019/11/19/fake-news-google-blogueiros-antipetistas/. Acesso em: 10 abr. 2022.

[31] Disponível em: https://theintercept.com/2019/11/19/fake-news-google-blogueiros-antipetistas/. Acesso em: 10 abr. 2022.

de candidatos dentro do aplicativo de mensagens — considerado neste momento o maior canal de disseminação de *fake news*.

> Uma pesquisa de opinião do Instituto DataSenado aponta a influência crescente das redes sociais como fonte de informação para o eleitor, o que pode em parte explicar as escolhas dos cidadãos nas eleições de 2018. Quase metade dos entrevistados (45%) afirmaram ter decidido o voto levando em consideração informações vistas em alguma rede social. E a principal fonte de informação do brasileiro hoje é o aplicativo de troca de mensagens *WhatsApp*, segundo o levantamento. Das 2,4 mil pessoas entrevistadas, 79% disseram sempre utilizar essa rede social para se informar.[32]

Várias empresas de marketing digital ofereceram seus serviços aos partidos políticos e aos candidatos naquele pleito, e aquela eleição tornou-se, por isso, um marco na utilização dessa estratégia de conquista de votos. Pela primeira vez, os cabos eleitorais não precisavam estar nas ruas, a distribuir panfletos promocionais dos candidatos. Bastava a esses atores eleitorais formar grupos no *app* de troca de mensagens e disparar contínua e maciçamente as mensagens de ódio aos adversários, e de louvação aos candidatos com os quais se alinhavam.

Tudo isso é fruto de, segundo Ana Cristina Rego[33], um processo global de construção da ignorância, por meio de estratégias bem-organizadas, que envolve blogueiros, *influencers*, empresas e até o jornalismo convencional.

> Essa construção intencional da ignorância nasce desse processo, mas na atualidade ela tem se potencializado dentro daquilo que chamamos de mercado, que atua no processo criativo de narrativas desinformacionais e que possui grandes redes de distribuição de produção de *fake news*, que teve seu auge no Brasil em 2020, superando, inclusive, o intenso trânsito de desinformação ocorrido no período eleitoral de 2018. As redes de comunicação por onde circulam a desinformação envolvem, potencialmente, sites e perfis nas redes sociais, além de milhares de grupos de distribuição por aplicativos de mensagens. Todavia, não podemos esquecer que parte da mídia em geral e, especificamente, alguns programas jornalísticos também se ocupam da tarefa de produzir e divulgar desinformação. Esse complexo mercado que extrapola a mentira, possui muita potência para produzir e fazer circular determinadas narrativas que podem ser chama das de desinformacionais. É preciso destacar a complexidade das narrativas híbridas com que trabalham os mercadores que operam com desinformação. Não se trata somente de *fakes*, fraudes ou mentiras - essas compõem uma pequena porcentagem das informações falsas que circulam. Trata-se de narrativas dúbias e/ou híbridas, que mesclam fatos e mentiras, apresentam narrativas descontextualizadas, imprecisas e manipuladas, de modo a levar o receptor da mensagem a acreditar na desinformação, pois nela há alguma informação comprovada.[34]

---

[32] Disponível em: https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado . Acesso em: 15 mar. 2022.

[33] Ana Regina Rêgo é professora associada do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (PPGCOM/UFPI), idealizadora da Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCd) e ex-presidenta da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas da Comunicação (Socicom).

[34] Disponível em: https://doi.org/10.29397/reciis.v15i1.2293. Acesso em: 15 mar. 2022.

1.6. **Tipos de fake news**

Os textos chamados genericamente de *fake news* materializam-se em gêneros diversos, como os tuítes, as postagens do *Facebook* e do *Instagram*, ou nas mensagens transmitidas pelo *Whatsapp* e pelo *Telegram*. Seu conteúdo são mentiras, denúncias falsas, boatos, acusações sem fundamento. possuem variáveis em suas formulações semióticas. Podem ser, segundo Sargentini e Carvalho (2021, p. 81), de seis tipos. As notícias falsas clássicas são aquelas em que todo o conteúdo transmitido é falso, "criado para ludibriar e prejudicar". É o caso, por exemplo, do que vai a seguir:

Figura 3 - Suposto flagra

Fonte: PIRAN, A. **Suposta traição em motel de Belém viraliza;** "Quem tiver agora no Valency agora, não saia ainda. Só um conselho". Belém, 9 abr. 2022. Disponível em: https://www.folhadoprogresso.com.br/suposta-traicao-em-motel-de-belem-viraliza-quem-tiver-agora-no-valency-agora-nao-saia-ainda-so-um-conselho. Acesso em: 15 nov. 2022.

A foto de um homem parado em frente a um motel foi o bastante para que se criasse o boato: o de que ele estaria esperando a esposa sair do local, onde ela supostamente estaria acompanhada de um amante. Quando a verdade veio à tona, pelo desmentido do homem

fotografado que, aliás, estava acompanhado da esposa, com ele (na foto, de vestido rosa), a postagem já tinha sido compartilhada milhares de vezes, e a reputação do casal já estava arranhada. Temos, portanto, um exemplo do que se denomina *fake news* a partir de um conteúdo fabricado.

O segundo tipo de *fake news* listado pelos autores (SARGENTINI e CARVALHO, 2021, p. 81), é aquele em que uma notícia falsa é emoldurada por simulacros de sites verdadeiros, como portais de notícias, páginas de jornais e revistas da imprensa tradicional, como se vê adiante.

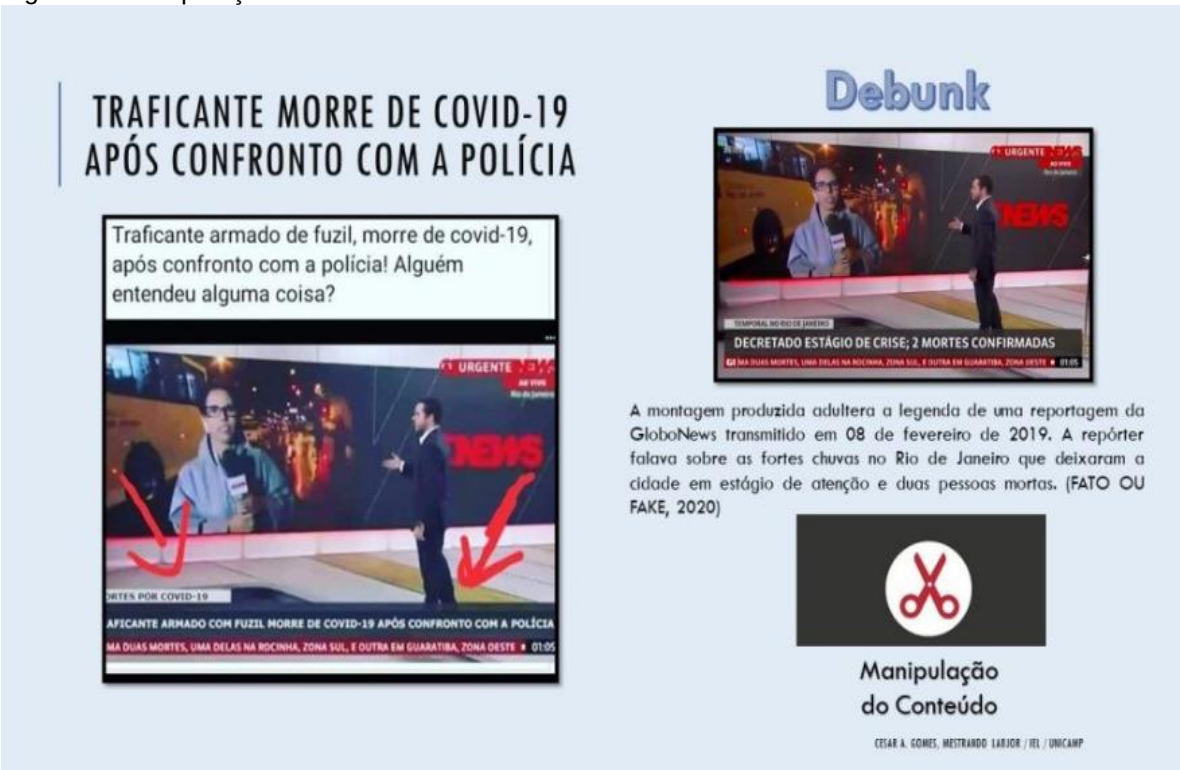
Figura 4 - Jornal A Verdade

Fonte: JORNAL DA CIDADE ONLINE. **Na mira do FBI:** Revista faz revelações graves envolvendo o PT. [S. l.], 4 abr. 2022. Disponível em: https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/37956/na-mira-do-fbi-revista-faz-revelacoes-graves-envolvendo-o-pt. Acesso em: 15 nov. 2022.

Percebe-se que a *fake news* é do tipo conteúdo impostor, pois simula uma capa de revista, pela diagramação, pela escolha e disposição das imagens, pelas cores escolhidas, pela posição do título, o lugar de destaque em que está estampado e pelas fontes utilizadas. O conhecimento prévio, como leitores/consumidores de revistas semanais dos possíveis receptores, como Veja, Isto é, Época, associado à predisposição para acreditar nas notícias que recebe leva o usuário a crer que a mensagem é verdadeira, pois, além de tudo, teria saído na imprensa tradicional.

Outro tipo de *fake news* recorrente é aquele em que se faz “uso enganoso de informações para enquadrar uma questão ou indivíduo”, como nos explicam Sargentini e Carvalho (2021, p. 81). Tal procedimento pode ser exemplificado pela seguinte *fake news*.

Figura 5 - Manipulação do Conteúdo



Fonte: GOMES, C. A. Os 7 tipos de Fake News sobre a Covid-19. Campinas, 21 maio 2020. Disponível em: https://www.blogs.unicamp.br/covid-19/os-7-tipos-de-fake-news-sobre-a-covid-19/. Acesso em: 12 nov. 2022.

Como se vê, a imagem é verdadeira, mas o conteúdo que é atrelado a ela não é. Ocorre, então, a manipulação do conteúdo e a utilização da tela de uma tevê frisada no momento em que uma outra notícia era veiculada, o que pode emprestar um verniz de veridicção para a narrativa.

Outra forma de ludibriar os receptores, conforme os autores acima citados (2021, p. 81) é veicular uma notícia falsa pelas redes sociais, utilizando-se “manchetes ou legendas (que) não confirmam o conteúdo” a que se tem acesso em seguida.

Figura 6 - Quem é o irresponsável?

Fonte: GOMES, C. A. Os 7 tipos de Fake News sobre a Covid-19. Campinas, 21 mai. 2020. Disponível em: https://www.blogs.unicamp.br/covid-19/os-7-tipos-de-fake-news-sobre-a-covid-19/. Acesso em: 12 nov. 2022.

O presidente Bolsonaro decretou estado de emergência em saúde pública no dia 03/02/2020[35] para a contratação temporária de agentes de saúde pública, a aquisição de equipamentos e a contratação de serviços emergenciais, mas tal decreto não mencionava o isolamento social ou a instauração de quarentenas pelo Brasil. Temos, portanto, o que Sargentini e Carvalho (2021, p. 81) chamam de falsa conexão.

A postagem que se constrói a partir de uma falsa contextualização da informação ocorre “quando o conteúdo genuíno é compartilhado com informação contextual falsa”, como explicam Sargentini e Carvalho (2021, p. 81).

É o que se observa a seguir:

[35] Disponível em: https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/12/02/caiu-na-rede-bolsonaro-emergencia-covid/ Acesso em: 11 abr. 2022.

Figura 7 - Cadáveres fakes

Fonte: GOMES, C. A. Os 7 tipos de Fake News sobre a Covid-19. Campinas, 21 maio 2020. Disponível em: https://www.blogs.unicamp.br/covid-19/os-7-tipos-de-fake-news-sobre-a-covid-19/. Acesso em: 12 nov. 2022.

A cena de fato ocorreu, mas em 2017, quando a polícia civil de São Paulo investigava, na cidade de São Carlos, fraude contra corretoras de seguros.[36]

1.7. *Fake news*: um gênero?

As *fake news* são escritas e espalhadas com o intuito de enganar, persuadir o leitor e fazê-lo disseminar, em seguida, o tal boato. A mentira é modelada cuidadosamente, de forma atraente, para ludibriar o receptor. Caracterizam as *fake news* um suposto altruísmo de quem as envia ou cria a mensagem e, também, a urgência das comunicações. Para caracterizar o apelo e a persuasão e aguçar a curiosidade dos que vão ler, e replicar, inocentemente ou não, as mensagens, carrega-se nas tintas do conteúdo disseminado, com procedimentos típicos da

[36] Disponível em: https://g1.globo.com/sp/sao-carlos-regiao/noticia/policia-civil-investiga-4-por-golpe-do-seguro-de-vida-e-descobre-caixao-sem-corpo.ghtml. Acesso em: 11 abr. 2022.

linguagem dos jornais sensacionalistas e das propagandas que oferecem produtos milagrosos, cuja venda se encerrará em pouco tempo — impressos ou veiculados no rádio ou na TV.

Segundo Nascimento,

> compreendem-se as *fake news* como um elemento de instrumentalização e organização da mentira por uma produção que afeta o espaço público. A disseminação de informações e notícias fraudulentas não se restringe à política, incidindo também sobre o conhecimento e a produção científica. A desordem informacional pelas *fake news* ganha cada vez mais velocidade com as Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), implicando no comprometimento ético e responsável que os educadores devem possuir ao apresentar o mundo comum, história e a cultura, às crianças na sala de aula. Nessa circunstância, as *fake news* representam um novo desafio à educação. (NASCIMENTO, 2020, p. 245)

Há um quê de verossímil nas mensagens falsas que circulam nas redes sociais. Usam-se cenários reais para localizar os acontecimentos (vias expressas, bairros, comunidades, praças públicas e shoppings muito conhecidos). Outro procedimento que dá aparência de verdade a muitas *fake news* é a afirmação de que tais notícias foram veiculadas por uma grande rede de televisão ou de rádio, por um âncora idôneo, por um grande jornal ou revista, por um colunista influente, como um argumento de autoridade. Para isso, os criadores desse suposto gênero estampam fotos dos personagens “citados” ou simulam graficamente os sítios das publicações em que as tais notícias teriam sido divulgadas em primeira mão. Em seguida, ocorre um reenquadramento da mídia alternativa, que ganha uma capa de verniz, uma reorganização, e a *fake news* passa a se parecer com a mídia tradicional, com citação e padrão jornalístico, saindo das sombras, assumindo-se como fonte confiável em blogs e sites supostamente jornalísticos.

É o que se exemplifica com a figura a seguir.

Figura 8 - Parece mas não é

Fonte: ESTADÃO CONTEÚDO. **Marina diz considerar ex-presidente Lula corrupto.** [S. l.], 11 set. 2018. Disponível em: https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2018/09/marina-diz-considerar-ex-presidente-lula-corrupto-cjlxstu4t00s301nx351grqof.html. Acesso em: 15 nov. 2022.

Um outro tipo de *fake news* se constrói como apelo, advertência, denúncia, informação sigilosas etc. A linguagem, muito característica, é eivada de termos imperativos: “Evitem!”, “Repassem!”, “Não bebam!”, “Não passem pela Estrada...!”. O caráter supostamente exclusivo da informação (“Só esse meu amigo, que é médico, sabe o que está acontecendo...”) e um quê de “teoria da conspiração” (O governo está proibindo a divulgação dessa notícia...”), são outras marcas desse gênero textual digital.

É o que se percebe, por exemplo, na mensagem a seguir, que circulou em grupos de *WhatsApp* no início da pandemia de covid-19.

Figura 9 - O primo do porteiro

“Gente! O primo do porteiro aqui do prédio morreu pq foi trocar o pneu do caminhão e o pneu estourou no rosto dele. Receberam o atestado de óbito como se fosse a covid-19. Eles estão indignados”.

Fonte: REDAÇÃO VEJA. Fake news do “primo do porteiro” se espalha nas redes sociais. São Paulo, 29 mar. 2020. Disponível em: https://vejasp.abril.com.br/cidades/fake-news-primo-do-porteiro-coronavirus. Acesso em: 15 nov. 2022.

Percebe-se no exemplo apresentado na Figura 9 uma disposição diferente dos exemplos anteriores. A mensagem de *WhatsApp* reproduzida acima, que se aproxima dos gêneros primários (BAKHTIN, 2012), veicula uma mentira simples, cuja intenção era desacreditar os noticiários que alardeavam o aumento exponencial do número de mortos pela covid-19, levando os receptores a crerem que toda e qualquer morte estaria sendo atribuída ao vírus que se espalhava rapidamente pelo mundo.

Apesar do formato e do estilo diferentes, a notícia falsa exibida na Figura 9 aproxima-se das anteriores pela função a que atende: como as demais, o que se pretende é disseminar uma mentira que desacredite o que apregoam as autoridades sanitárias e os cientistas, nos jornais, sobre a gravidade da pandemia e a urgente necessidade de isolamento social.

Ou seja, percebe-se na mensagem uma postura ideológica alinhada ao das autoridades governamentais, que difundiam, por todos os meios, a ideia de que o vírus não era letal como alardeavam os infectologistas a quem a imprensa profissional dava espaço, com o intuito, segundo o discurso governamental, de promover o isolamento social e, consequentemente, prejudicar a economia do país e arranharia a imagem do presidente da república.

Conforme Bronckart

> toda produção ideológica é de natureza semiótica; de fatos, as ideias remetem a referentes, mas esses têm uma realidade independente e são de uma outra ordem, diferente da ordem do mundo dos conhecimentos e, portanto, constituem-se necessariamente, como signos dessas entidades referidas. (...) Esses "signos-ideias" não podem ser provenientes de uma consciência individual: são produto da interação social e são condicionados por essa interação social e, devido a esse estatuto, apresentam sempre um caráter ideológico, inscrevendo-se em um horizonte social e dirigindo-se a um auditório social. (BRONCKART, 2006, p. 127)

Há na construção dessas mensagens a utilização do *marketing* emocional, que dissemina medo e ódio por meio de desinformação e mentira. A linguagem ganha tons de narrativa épica e apocalíptica que convoca os interlocutores para uma guerra cultural contra uma corrente ideológica, o comunismo, e contra aqueles que são supostamente adeptos dessa ideologia e a promovem no mundo inteiro, a esquerda. Um outro campo de batalha para o qual são convocados os combatentes virtuais é para uma cruzada espiritual pela defesa dos valores morais cristãos. Por essa via, entram no rol dos inimigos da guerra cultural ou da cruzada espiritual a China, a Venezuela, o público LGBTQIA+, os políticos de esquerda, os defensores de Direitos Humanos e todos os que de alguma maneira posicionam-se pela renovação dos costumes. Outro alvo dessa artilharia de *fake news* são os corruptos, muitas vezes acusados e levados à execração pública sem comprovação jurídica ou com provas forjadas.

Conforme explica Hermosilla, os enunciadores devem, para alcançar sucesso em sua oratória

> (...) apresentar com energia e vivacidade as coisas que sejam causa das paixões, com as quais se queira comover. Por Figura, para avivar a cólera, o orador fará ver a gravidade da injúria recebida; para infundir temor, representará a grandeza do perigo; para causar a lástima, pintará com cores vivas as desgraças do sujeito etc. (HERMOSILLA *apud* ARNOUX, 2021, p. 210)

É o que ocorre na postagem da Deputada Bia Kicis, sobre a invasão da Ucrânia pela Rússia. A intenção clara da postagem é infundir o temor aos invasores, e conquistar adeptos contra a invasão.

Figura 10 - Não podemos fechar os olhos

Fonte: Twitter (reprodução). KICIS, B. Imagem de embrulhar o estômago pela sua brutalidade. [S. l.], 25 fev. 2022. Twitter: @Biakicis. Disponível em: https://twitter.com/biakicis/status/1497304687523024901. Acesso em: 15 nov. 2022.

Pouco tempo depois, soube-se que o tanque pertencia às forças ucranianas e, desgovernado, passou por cima do carro de um civil.

Interessa-nos, além do fato social importante e característico de nossa época, marcada pela pós-verdade, a linguagem em que são construídas as *fake news*, intersemiótica, multimodal, por juntar muitas vezes duas linguagens, a verbal e a não-verbal (ilustração, foto, vídeo, simulações de capas de jornal ou de revistas etc.) e que encontra apoio em esferas discursivas diferentes, como a jornalística e a da publicidade.

Segundo Nascimento

> nas práticas corriqueiras do dia a dia da sociedade contemporânea, o espaço concedido à imagem ampliou-se consideravelmente. Os documentos textuais presentes nas práticas cotidianas trazem consigo não apenas a linguagem verbal escrita, mas também um amplo contingente de recursos visuais. Partindo desse pressuposto, há um infinito contingente de elementos imagéticos e visuais, que podem ser empregados na composição textual com fins a acarretar determinados efeitos de sentido, como é o caso, da seleção das cores empregadas em um dado

> texto, da seleção do tipo de letra, do formato e da cor etc. A materialização de todo esse contingente de elementos revela as particularidades dos propósitos comunicativos do autor, como postula Silva. (NASCIMENTO *apud* SILVA, SOUZA e CIPRIANO, 2015)

Cabe lembrar que a difusão de mentiras pode enquadrar os enunciadores ou replicadores nos crimes de injúria[37], calúnia[38] e difamação[39], previstos no Código Penal Brasileiro nos artigos 138º, 139º e 140º, estendidos em sua aplicação ao cometimento nos meios digitais[40].

Nas páginas seguintes, investigar-se-ão mais profundamente as *fake news* como um gênero textual. Para embasar nossa análise e, possivelmente, comprovar nossa hipótese — a de que as *fake news* constituem um gênero —, trataremos dos conceitos de texto, discurso e gênero, textual ou discursivo. Abordaremos, ainda, a intertextualidade e a interdiscursividade presentes nesses textos, como elementos constitutivos desses enunciados, para nós, estáveis, frutos de um propósito e historicamente situados.

Investigaremos, nesses textos, a intergenericidade, que é o diálogo firmado entre gêneros distintos, pertencentes a esferas comunicativas diferentes, originados para cumprir propósitos específicos. Os formatos se imbricam para dar conta de novas necessidades comunicativas e interacionais. A associação de dois ou mais deles pode se dar, como veremos, por composição, recomposição ou derivação genérica[41] ou, simplesmente, pelas adaptações

---

[37] Art. 140. Injuriar alguém, ofendendo-lhe a dignidade ou o decoro. Pena – detenção, de um a seis meses, ou multa. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1225916#:~:text=Difama%C3%A7%C3%A3o-,Art.,a%20um%20ano%2C%20e%20multa. Acesso em: 21 mar. 2022.

[38] Art. 138. Caluniar alguém, imputando-lhe falsamente fato definido como crime. Pena: detenção, de seis meses a dois anos, e multa. § 1º Na mesma pena incorre quem, sabendo falsa a imputação, a propala ou divulga. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1225916#:~:text=Difama%C3%A7%C3%A3o-,Art.,a%20um%20ano%2C%20e%20multa. Acesso em: 21 mar. 2022.

[39] Art. 139. Difamar alguém, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação: Pena: detenção, de três meses a um ano, e multa. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1225916#:~:text=Difama%C3%A7%C3%A3o-,Art.,a%20um%20ano%2C%20e%20multa. Acesso em: 21 mar. 2022.

[40] Atualmente, está em andamento na Câmara dos Deputados o projeto de lei das *fake news*. Essa proposta pode de fato nomear um crime novo, o crime de *fake news*, caso seja aprovada. Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2022/03/21/fato-ou-fake-criar-e-compartilhar-fake-news-e-crime.ghtml Acesso em: 21 mar. 2022.

[41] Essa nomenclatura merece ainda respaldo da comunidade científica e dos que tiverem acesso a este trabalho. Ressalte-se que não se pretende com a criação desses termos aumentar ainda mais a metalinguagem dessa linha de pesquisa; o que se deseja é a clareza da construção das teses aqui defendidas.

obrigadas pela mudança de suporte ou canal, num processo que chamaremos aqui de transuportização ou transcanalização, ou, ainda, de metassuportização[42].

Abordaremos, adiante, o teor ideológico das *fake news*, os propósitos a que servem e os destinatários a que se dirigem, para compreender a constituição da comunidade discursiva, apoiado em Bakhtin (1998) e Swales (2013), ambiente sociorretórico em que nascem e circulam as *fake news*, para buscar entender sua importância para o surgimento do gênero, para sua constituição e para a recepção calorosa que costuma ter.

Por último, também refletiremos sobre os matizes de veridicção e de verossimilhança presentes nas mensagens mentirosas que trafegam aos milhares, diariamente pela internet, para entender as razões que levam os receptores aos quais são direcionadas as *fake news* a crerem nelas, a ponto de compartilhá-las imediata e indiscriminadamente, pelos aplicativos de trocas de mensagens e nas redes sociais.

[42] É a mudança de suporte que altera o gênero, que mantém características fundamentais do gênero original, mas assume novas feições, conforme o canal/suporte/domínio no qual passa a vigorar: carta vira e-mail; teatro que vira radioteatro; radioteatro que vira teleteatro e, em seguida, novela. (MARCUSCHI, 2008, p. 132)

2. TEXTO E DISCURSO

As *fake news*, objeto de análise deste estudo, são textos, orais ou escritos, verbais ou verbo-visuais, veiculados, como mostramos no capítulo anterior, pelas redes sociais e por aplicativos de trocas de mensagens, notadamente *Telegram* e *WhatsApp*, este muito popular no Brasil, onde tem o segundo maior contingente de usuários no mundo[43], e por plataformas de interação social como Facebook, Instagram e Twitter.

O texto, para Beaugrande (*apud* MARCUSCHI, 2008, p. 72), é um evento comunicativo em que convergem ações linguísticas, sociais e cognitivas. Para Marcuschi, ele pode ser tido como um tecido estruturado, uma entidade significativa, uma entidade de comunicação e um artefato sócio-histórico. Ele é, no dizer desse autor (idem), uma (re)construção do mundo e não uma simples refração ou reflexo.

Na era digital, os textos ganham novas camadas, subjacentes e adjacentes à superfície verbal, estruturada linguisticamente, adequado a um sistema linguístico, oral ou escrito. São textos verbo-visuais, intersemióticos, pois coadunam as linguagens verbal e não verbal. Circulam na grande rede textos híbridos como anúncios publicitários, cartazes de propaganda, fotografias legendadas, filmes, videoclipes, memes, mapas, infográficos, que são textos assim como as revistas em quadrinhos, uma charge, um *cartoon*, um poema, uma conversa entre dois colegas, por um aplicativo de trocas de mensagens ou produzida oralmente, enquanto fazem um lanche.

Assim, qualquer atividade comunicativa humana, mesmo constituída de linguagens diferentes da verbal ou em diálogo com ela, que tenha como objetivo informar, convencer, persuadir, exigir, ensinar, comunicar, produzir sentidos, é um texto, que é, por sua vez, a materialização de um discurso.

Marcuschi (2008, p. 74) afirma que o sentido é um efeito do funcionamento da língua quando os falantes estão situados em contextos sócio-históricos e produzem textos em condições específicas.

Privilegiamos, neste estudo, as notícias falsas constituídas exclusivamente de texto verbal ou a face verbal delas, naquelas em que outras linguagens constituam o discurso, sem desprezar, no entanto, as demais linguagens que as constituem, quando isso nos pareceu

---

[43] Dados tomados em https://www.messengerpeople.com/pt-br/whatsapp-no-brasil/ segundo o qual há no Brasil 120 milhões de contas de *Whatsapp* em nosso país. Acesso em: 23 mai. 2022.

indispensável à análise que propusemos fazer. É necessário, pois, inicialmente, definir o que é texto, segundo os teóricos e as correntes linguísticos em que se baseia nossa pesquisa.

2.1. **O texto**

O texto verbal é "uma unidade da linguística hierarquicamente superior à frase" (MARCUSCHI, 2012, p. 16) e, como todo texto, materializa um discurso, atividade com intuito comunicativo, um tecido em que, com nossa voz ou por ela, outras ecoam, numa reconstrução por meio da linguagem daquilo que compreendemos do mundo, para expressar posições sociais, culturais, religiosas e ideológicas dos sujeitos envolvidos na interação.

Conforme Koch,

> é unidade linguística concreta — perceptível pela visão ou audição — que é tomada pelos usuários da língua — falante, escritor/ouvinte, leitor — em uma situação de interação comunicativa, como uma unidade de sentido e como preenchendo uma função comunicativa reconhecível e reconhecida, independentemente da sua extensão (KOCH; TRAVAGLIA, 1991, p. 10)

A *fake news* a seguir confirmará o que estamos dizendo:

Figura 11 - Urgente

Fonte: DOMINGOS, R. **É #FAKE que g1 publicou reportagem afirmando que Lula disse que, se eleito, irá revogar o PIX.** [S. l.], 6 out. 2022. Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/eleicoes/noticia/2022/10/06/e-fake-que-g1-publicou-reportagem-afirmando-que-lula-disse-que-se-eleito-ira-revogar-o-pix.ghtml. Acesso em: 15 nov. 2022.

Na postagem que a deputada Bia Kicis[44] compartilha, percebemos a voz enunciativa, aquela que projeta nas redes sociais a notícia falsa, e as vozes que se somam a ela, corroborando seu discurso, que mistura mentira e ódio. O ex-presidente Lula, para aqueles que se opõem a ele ideológica e politicamente, tem como epíteto, usado como aposto nessas postagens, entre muitos outros termos igualmente ofensivos, a palavra “ex-presidiário”. O uso desse aposto, associado ao nome Lula, é uma espécie de código para a identificação de iguais, numa comunidade discursiva, pois, conforme Bakhtin (1998), “as linguagens sociais organizam-se atendendo a necessidades de grupos sociais”, como se verá mais detalhadamente adiante. A *fake news* expressa, ainda que pela mentira, a posição ideológica de quem a produziu, de quem a recebe e de quem a compartilha, na identificação do inimigo comum — o ex-presidente petista — representante humanizado, personificado do inimigo

[44] Procuradora do Distrito Federal por 24 anos, ativista e atualmente deputada federal pelo PSL/DF. Disponível em: https://twitter.com/biakicis. Acesso em: 5 abr. 2022.

abstrato, ideológico que se quer combater, o comunismo, de maneira específica, ou a esquerda, de maneira mais genérica.

Na face verbal do texto, que simula uma notícia oriunda de coluna jornalística ou de um blogue de notícias, temos a presença de elementos pertencentes a gêneros dessa esfera: um título, em negrito, em letras maiores, um subtítulo ou linha fina, em que se reproduz uma suposta declaração do petista, a data e a hora da pseudopublicação e, até o nome do fictício jornalista que teria escrito a matéria, Astolfo Mota, como um argumento de autoridade. Na verdade, porém, o autor é, como a notícia, também *fake*, como já foi comprovado pela agência de checagem[45] da revista Piauí, e seu nome não foi encontrado em nenhum veículo de imprensa. Todos os elementos dos gêneros jornalísticos são utilizados com o intuito de emprestar veracidade à publicação, num procedimento em que o que se pretende é a veridicção.

O texto verbal, como já dito, constitui uma unidade linguística e está num nível mais alto do que o da frase, objeto da gramática. É por meio de textos verbais que interagimos socialmente com os semelhantes que dominem o mesmo sistema linguístico. Quando interagimos com outras pessoas por meio da linguagem, escrita ou falada, produzimos textos, adequados à situação que nos envolve, aos sujeitos da enunciação e à finalidade do evento comunicativo. Portanto, um texto verbal, como diz Fiorin (2000, p. 11), "não é um aglomerado de frases", não é meramente linguístico, gramatical, estrutural. Todo texto, "é um pronunciamento dentro de um debate de escala mais ampla" (FIORIN, 2000, p. 13), porque os homens, como nos diz Max Weber, "são animais que se sustentam em redes de significação que eles próprios tecem." [46]

Tais significados são compartilhados por meio da linguagem, que tem finalidade comunicativa e, por meio dela, as pessoas produzem textos para determinadas situações, para interlocutores específicos.

Conforme Koch, (2002, p. 26), "os textos são resultados da atividade verbal de indivíduos socialmente atuantes (...) a fim de alcançar um fim social". Logo, "todo texto é uma manifestação verbal constituída de elementos linguísticos selecionados pelos co-enunciadores, durante a atividade verbal" (KOCK, 2002, p. 27). Por ser uma atividade interativa e dialógica "constitui uma proposta de sentidos múltiplos" (idem, p. 27). Tais sentidos, que não são prévios, são negociados por quem fala/escreve e por quem ouve/lê, nas

---

[45] Disponível em: https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2022/03/07/verificamos-lula-pix/. Acesso em: 5 abr. 2022.
[46] *Apud* Marcuschi, 2012, p. 31.

relações estabelecidas discursivamente entre eles, inseridos que estão numa situação social e comunicativa da qual fazem parte. “O texto”, portanto, “não tem um único sentido”; ele é sempre “plurilinear na sua construção, porque o sentido não está no texto, mas se constrói a partir dele” (idem, p. 30).

Segundo Bronckart (2006, p. 142), “os locutores de uma língua são capazes de distinguir um texto daquilo que não o é, com, pelo menos, a mesma eficiência com que são capazes de distinguir uma frase gramatical de uma não-frase”.

Marcuschi (2012, p. 22) define texto inicialmente, olhando-o do ponto de vista imanente ao sistema linguístico, “como uma sequência coerente de sentenças”. Para Van Dijk (*apud* MARCUSCHI, 2012, p. 27), o texto “é uma estrutura superficial governada por uma estrutura semântica profunda motivada”, isto é, “um conjunto ordenado de sentenças da estrutura profunda”. Para Azeredo,

> os textos são entidades construídas por meio de palavras (...) e são objetos linguísticos investidos de função social, no amplo e complexo jogo das interações humanas. (AZEREDO, 2018, p. 40)

Fundamental para a constituição dos significados num texto é o ambiente, histórico e linguístico, que o cerca, como veremos na seção seguinte.

2.1.1. Texto, contexto e cotexto

Nesta seção, levantaremos o que é consenso sobre contexto e cotexto, estabelecendo as diferenças entre os conceitos e sua importância para a produção de sentidos no texto.

Percebe-se uma relação semântica entre os termos “estrutura profunda” e “estrutura superficial”, usados por van Dijk, citado por Marcuschi (2012), e “interação social” e “objetos linguísticos”, termos usados por Azeredo (2018). Ambas as referências se coadunam, respectivamente, com as noções de contexto e cotexto.

Para Petöfi,

> Cotextualidade quer dizer, com respeito à gramática, que ela opera na análise apenas com suas próprias informações internas... e informações que podem ser obtidas do texto a ser analisado. (...) Contextualidade quer dizer, com respeito à semântica, que a informação referida acima fornece apenas as condições necessárias e suficientes que serão fornecidas extratextualmente. (PETÖFI *apud* MARCUSCHI, 2012, p. 27)

Se, por um lado, o texto se realiza nas sentenças, o cotexto, conjunto que estrutura a massa textual que produz sentidos, é a textura, ou seja, o todo, que o distingue como tal,

conforme nos explicam Hasan & Halliday (*apud* MARCUSCHI, 2012, p. 28). Tal estrutura, o cotexto, "é a unidade linguística maior onde se encaixa uma unidade linguística menor", como reproduzimos de Fiorin (2000, p. 12), ali em cima.

Além da estrutura superficial, todo texto está ligado a uma situação histórica, cultural e social que o envolve, o Contexto, ao qual pertence e que representa.

Contexto, conforme Siegfried Schimidt (*apud* MARCUSCHI, 2012, pp. 27-28), diz respeito à semântica e se refere ao que está em volta do texto. É a esfera extratextual a que se referem os signos, as sentenças e o texto em si.

Para Azeredo,

> "O contexto sociocomunicativo é o condicionamento psicológico ou mental que nos predispõe ao comportamento discursivo adequado e pertinente, e o cenário físico e social é parte desse condicionamento. O componente crucial é a imagem que os interlocutores fazem um do outro, o papel social que cada um atribui ao outro enquanto atores do evento comunicativo." (AZEREDO, 2018, p. 42)

Segundo Volochinov,

> toda produção ideológica é de natureza semiótica; de fato, as ideias remetem a referentes, mas esses têm uma realidade independente e são de uma outra ordem, diferente da ordem do mundo dos conhecimentos e, portanto, constituem-se necessariamente, como signos dessas entidades referidas. Esses signos-ideias (...) são produto da interação social e são condicionados por essa interação e, devido a esse estatuto, apresentam sempre um caráter dialógico, inscrevendo-se em um horizonte social e dirigindo-se a um auditório social (...) (VOLOCHINOV *apud* BRONCKART, 2006, p. 17)

Volochinov (2006) adiante acrescenta:

> Os signos emergem em definitivo do processo de interação entre uma consciência individual e uma outra e dirigindo-se a um auditório social: (...) toda palavra comporta duas faces. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede de alguém, como pelo fato de que é dirigida a alguém. Ela é exatamente o produto da interação do locutor com o ouvinte. (VOLOCHINOV *apud* BRONCKART, 2006, p. 127)

O reconhecimento pelo falante do que seja um texto, para Bronckart, tem a ver com a percepção dele da estrutura linguística à qual a matéria verbal está alinhada, com a qual se constrói, mas também à aderência do que está dito com o que o cerca histórica, cultural e socialmente. Ou seja, a ideologia que constrói os textos e que emana deles é reconhecida pelo pesquisador.

Observe-se a seguir um texto de larga circulação nas redes sociais e muitas vezes compartilhado nos aplicativos de trocas de mensagens quando das eleições de 2018.

Figura 12 - Plano Ursal

"Sabemos que votar em eleições não é a melhor forma de tirar a esquerda do poder, até mesmo porque foi a própria esquerda criminosa que implantou as urnas eletrônicas altamente fraudáveis no Brasil agindo com a complacência, conivência e cumplicidade do TSE. Todavia, se no atual momento não há outra forma plausível e factível de lutar contra a esquerda, é preciso tentar votar, mesmo sabendo que o seu voto pode ser facilmente fraudado. Portanto, se você quer ver o seu país longe do comunismo e longe da URSAL, apóie os patriotas que denunciaram a URSAL Recentemente, o Bolsonaro também deu um grande exemplo denunciando o Caderno de Teses de PT! Mas... ainda falta ele denunciar o Plano URSAL, que é algo bem mais importante e abrangente que o Caderno de Teses do PT.

Peçam ao Bolsonaro para denunciar também o Plano URSAL/Pátria Grande!

E... o mais importante! Não se iluda. Não se engane. Você já vive num país socialista!

Fonte: TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DA BAHIA. **"Teses sobre fraude nas urnas e manipulação eleitoral têm raízes em ideais autoritários", afirma pesquisadora**. Bahia, 25 jan. 2021. Disponível em: https://www.tre-ba.jus.br/comunicacao/noticias/2021/Janeiro/201cteses-sobre-fraude-nas-urnas-e-manipulacao-eleitoral-tem-raizes-em-ideais-autoritarios201d-afirma-pesquisadora. Acesso em: 15 nov. 2022.

O contexto em que foi construída a conclamação acima tem um elemento fundamental: a escolha e a institucionalização de um inimigo a ser combatido, a esquerda. Esse inimigo, depois de construído e enraizado nos corações e mentes daqueles que se veem sob outro espectro político-ideológico, deve ser eliminado, porque, supostamente, está no poder e tem as piores intenções em relação ao Brasil e ao seu povo. Nesse contexto, somente uma pessoa acima do bem e do mal teria condições de, heroicamente, combater a ameaça que se instalou em nosso país e extirpar o mal que nos assombra.

No contexto, percebemos a repetição da palavra esquerda, que vem acompanhada na segunda ocorrência do adjetivo "criminosa", três vezes no pequeno texto, num gesto claramente retórico. Na conclusão, ela é substituída, coesivamente, por outros vocábulos do mesmo campo semântico, como comunismo", "socialismo" e "PT", numa gradação do mais amplo ao mais específico. Segundo o texto conclamatório, de caráter argumentativo e injuntivo, o TSE seria "cúmplice", "conivente" e "complacente" com a esquerda. Observe-se, ainda, a referência direta ao interlocutor, por meio do pronome possessivo "seu", usado duas vezes no texto, e do pronome de tratamento "você", usado três vezes na exortação, além do emprego da 3ª pessoa verbal, o singular e plural (você e vocês) do modo imperativo. Ressalte-

se o movimento linguístico e claramente discursivo de aproximação do locutor de seu(s) interlocutor(es), pelo emprego do verbo na primeira pessoa do plural em “Sabemos que...” Tal gesto retórico confirma o direcionamento da mensagem a um “auditório social (BRONCKART, 2006), fruto da interação do locutor com o ouvinte

Conforme Arnoux (2021, p. 98), em análise de outro discurso, que aqui se enquadra perfeitamente,

> as emoções expressas pelo locutor não têm, como fonte, crenças legítimas, e somente as estratégias discursivas das quais ele se vale (concessões, adulações) tendem a mobilizar o outro (agitá-lo), despertando-lhe determinadas emoções que degradam o discurso.
> Ab’saber nos ajuda a entender o funcionamento do contexto que emoldura e consubstancia as fake news.
> (...) vimos emergir um sistema de intensidades psicopolíticas e certos circuitos simbólicos que produziram uma configuração extremada e distorcida de realidade política brasileira. Disso decorre a emergência de um extremismo que tem determinadas formas de intensidade e determinadas formas retóricas, imagens do mundo e da política, que produziram a energia política do movimento da opinião pública à direita. (ARNOUX, 2021, p. 45)

Segundo Hasan

> um texto é criado em seu contexto, o ambiente semiótico das pessoas e suas atividades, que concebemos por meio dos conceitos de campo, relação e modo; ele também cria esse contexto. A relação a que nos referimos como “realização” entre níveis de semiose — situação (fazer) realizada no léxico-gramática (dizer) e assim por diante (...) é uma relação dialética. (HASAN, 1995, p. 183)

Para Azeredo (2018, p. 41), os textos podem ser divididos em três classes: a) os utilitários, de viés instrucional ou normativos; b) os de “sentido flutuante”, que são os textos “formadores”, que veiculam, segundo o autor, valores de toda ordem, como os textos de ficção, os de opinião, os textos humorísticos, os poemas e os textos filosóficos; c) a terceira classe seria composta pelos textos cuja finalidade explícita é criar ou influenciar comportamentos, como o horóscopo, a propaganda, alguns textos religiosos, as correntes e as simpatias.

A notícia falsa reproduzida acima encaixa-se na terceira categoria de textos, segundo a classificação formulada por Azeredo. O texto organiza-se de modo argumentativo, para, em primeiro lugar, convencer os interlocutores a crerem em algo, os perigos representados pela Ursal, segundo as crenças de certa parte do eleitorado posicionado ideologicamente mais à direita, uma organização internacional de esquerda que tenciona dominar a América Latina; em segundo lugar, levar os receptores a apoiar, os “verdadeiros patriotas”, que seriam aqueles candidatos de formação ideológica mais conservadora. O apoio pretendido é a adesão às teses defendidas por eles e o voto nesses candidatos considerados pela postagem como os únicos que, no Congresso, combaterão a tal organização criminosa, segundo o autor do panfleto.

Outra ação pretendida pelo enunciador é a conclamação do então candidato Bolsonaro, já naquele momento, líder das pesquisas entre os postulantes ao mais alto cargo executivo nacional a também denunciar a Ursal em seus discursos e comícios.

2.2. **O Discurso**

O raciocínio exposto no item 2.1 leva-nos a outro elemento importante para as conclusões pretendidas neste estudo, o discurso. Nas explicações primárias, ficou subentendido que todo texto marca posição num debate mais amplo na sociedade. Por ele firmamos um propósito, tomamos partido, escolhemos um lado. Assim, todo texto veicula discursos, entendido o discurso como toda e qualquer atividade com intuito comunicativo concebida para produzir sentidos e que se constrói na interação entre os interlocutores envolvidos na situação sociocomunicativa.

O discurso das *fake news* deve ser observado de acordo com quatro elementos, conforme Citelli (2004, p. 53): 1) a **distância**, que se refere ao "sujeito falante exclusivo, com o apagamento dos referentes, tornando a voz do enunciador mais forte dos que os próprios elementos enunciados; 2) a **modalização**, que constitui o modo como o sujeito constrói o enunciado; 3) a **tensão**, em que o sujeito enunciador procura impor a sua fala ao receptor, constituindo-se num eu impositivo, assumindo uma voz de quem comanda; 4) a **transparência**, típica dos discursos autoritários, em geral mais claros do que outros discursos, com um grau de polissemia pequeno, por ter a intenção de ser compreendido rapidamente, para que sua ordem seja imediatamente cumprida.

Textos construídos dessa maneira aproximam-se dos que são veiculados em programas de televisão que focalizam o "mundo cão", em que os apresentadores potencializam os crimes mais horrendos e pedem, aos gritos, histéricos, muitas vezes, punição imediata do assassino covarde e cruel, mesmo que ainda não se saiba exatamente quem cometeu os crimes. São os discursos de verdade absoluta, como alguns do domínio jornalístico e muitos do discurso publicitário.

O texto a seguir, fruto do mesmo ambiente discursivo, apresenta um padrão parecido com o anterior. Como se viu acima, a intenção é demonizar um segmento (político, social, étnico, religioso), para, em seguida, apresentar uma solução encarnada num personagem, num partido, numa ação.

Figura 13 - Novo Bill Gates

FILHO DE LULA COMPRA FAZENDA NA REGIÃO DE ARAÇATUBA POR 47 MILHÕES

Vocês sabiam que o filho do presidente Lula, o Lulinha, que há 05 anos era subempregado do zoológico em São Paulo, acabou de comprar a fazenda Fortaleza (de porteira fechada) localizada às margens da rodovia Marechal Rondon, município de Valparaíso-SP, de propriedade do sr. José Carlos Prata Cunha, um dos maiores produtores de boi Nelore do Brasil, pela simples bagatela de R$ 47.000.000,00 (quarenta e sete milhões de reais), e a imprensa, nada divulgou!!!! como isso é possível???????

Nada contra o pecuarista que é muito conhecido no meio, mas onde o Lulinha arrumou esta grana toda?

Como ele é inteligente, né? Quase um novo Bill Gates!!! De um salário de R$ 1.500,00 para 47 Milhões.

Igual, só o Bill Gates mesmo, que façanha.

Vamos fazer a nossa parte. Denunciem!!!!!!!!

Obs:. Esssa fazenda do Lulinha é a primeira a receber o Certificado de Exportação para Europa.

Que coicidência né!!!

Somos todos passivos, temos que fazer algo e não aceitar isso, que ABSURDO!!!!!

Fonte: ESTADÃO. **Boato falso diz que 'Lulinha' comprou a 'maior fazenda do mundo'.** São Paulo, 30 jun. 2019. Disponível em: https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/boato-falso-diz-que-lulinha-comprou-a-maior-fazenda-do-mundo/. Acesso em: 15 nov. 2022.

Percebe-se no texto reproduzido acima o caráter unidirecional da linguagem e a postura do enunciador, que afirma suas idiossincrasias, preconceitos e valores para uma plateia que, certamente, comunga das mesmas convicções ideológicas. De alguma forma, a pseudodenúncia trazida pelas *fake news* representa as demandas dos destinatários, todos — enunciador, replicadores e receptores pertencentes à mesma comunidade discursiva em que circulam mensagens como essa. Fica clara a aproximação do texto escrito com os padrões da oralidade, num simulacro do que fazem os apresentadores de programas de tv que focalizam o mundo cão, as ações policiais e o crime no varejo, como já foi dito acima.

De novo, temos na paisagem formada pelo texto uma tentativa de se aproximar do discurso jornalístico, partindo-se do princípio que caberiam aos jornais a prerrogativa de divulgarem a verdade, o que não estaria sendo feito quando as notícias são referentes aos políticos da esquerda. Há um título em negrito, em caixa alta, e, em seguida, arrolam-se números, nomes e localidades, para dar o tom de veracidade pretendido pelo enunciador. Note-se que em nenhum momento há referência à origem do fato, de onde foi tirado, quem informou etc. As tais supostas informações constroem uma fachada de realidade ao que está

sendo dito, como se fossem informações retiradas de algum órgão idôneo que, porém, nunca é citado. Em seguida, o enunciador questiona a postura da imprensa que não noticia o fato denunciado, o que gera o clima de conspiração que se quer heroicamente denunciar. Para terminar, a exortação de praxe para que a mensagem seja compartilhada e o negócio escuso seja denunciado, como um dever patriótico.

Quanto ao esquema de Citelli (2004, p. 53), percebemos a **modalização**, pelo excesso de qualificativos e o esvaziamento do que seria fundamental numa mensagem de caráter informativo, caso esse fosse o verdadeiro intuito do texto. As hipérboles também contribuem para a criação do tom alarmista que se pretende construir com a mensagem.

A **transparência** da mensagem é percebida pela superficialidade do texto, o que o torna claro e facilmente codificável pelos enunciatários.

O item **distância** é que nos faz perceber que a voz do enunciador é maior do que o enunciado. Isso se percebe, entre outros procedimentos, pela utilização exagerada dos sinais de pontuação e pelo tom irônico que tenta emprestar ao texto.

Nota-se, para encerrar, o matiz emocional supostamente pincelado pelo impacto da "denúncia" feita. Os números do "negócio", além de altíssimos, são emoldurados por pontos de exclamação, chamam a atenção dos leitores, e encaminham para o tom acusatório do texto, que estabelece a **tensão** que se percebe nele e, ao fim, conclama os destinatários a tomarem providências.

Como se tentou demonstrar, a notícia falsa apresentada aproxima-se, no formato, no construto superficial e nas intenções pretendidas, das notícias sensacionalistas e de cunho policialesco presentes em programas vespertinos da TV aberta. Essa aproximação configura uma outra característica das *fake news*, a sua similaridade, na forma, com outros gêneros, pertencentes a outros discursos, fenômeno que será abordado adiante.

O discurso, portanto, expressa posições sociais, culturais, ideológicas dos sujeitos envolvidos na sociointeração. O texto é a materialização do discurso.

> O discurso não é nem um sistema de "ideias", nem uma totalidade estratificada que poderíamos decompor mecanicamente, nem uma dispersão de ruínas passível de levantamentos topográficos, mas um sistema de regras que define a especificidade de uma enunciação. (MAINGUENEAU, 2008, p. 19)

Segundo Azeredo

> (um discurso) jamais pode ser considerado invenção radical de um cérebro inigualavelmente criativo, ou mesmo obra cem por cento homogênea, exclusiva de um só enunciador. Quando produzimos nossos enunciados/textos, ativamos, mesmo sem nos dar conta disso, nossa memória textual e procedemos a colagens discursivas, (...) que revela a heterogeneidade discursiva, responsável por fazer de nossos discursos um tecido entremeado de vozes. (AZEREDO, 2011, p. 83)

Assim, pode-se dizer que o discurso seja uma reconstrução pela linguagem, em forma de texto, daquilo que compreendemos ser o mundo ou que apreendemos dele. Quem produz discursos, deve levar em conta, segundo Azeredo (2018, p. 92), cinco fatores:

o assunto a ser desenvolvido no ato comunicativo, a ideologia (crenças, convicções, opiniões etc.) a que está social e culturalmente vinculado, o projeto de sentido e os efeitos que pretende produzir, os modos de organização do discurso e o sistema da língua do qual se utilizará para construir a superfície textual.

A *fake news* abaixo ilustra o que está dito acima:

Figura 14 - Dossiê Ursal

Dossiê URSAL

URSAL – União das Repúblicas Socialistas da América Latina

TENTARAM MATAR JAIR BOLSONARO!

Você acha que a esquerda brinca em serviço?

Você está achando que o Plano de Integração da América Latina e Caribe num único bloco comunista mundial é uma piada? Você acha que a organização internacional Foro de São Paulo (composta por inúmeros criminosos, terroristas e narcotraficantes) não tem o objetivo de acabar com a propriedade privada e implantar o comunismo no Brasil e em toda a América Latina? Você está rindo do Plano URSAL e da chamada "Pátria Grande"? Quero ver você rir quando tomarem a sua casa, seus bens, e você virar escravo de um governo comunista totalitarista do qual você tentará fugir, mesmo que seja a pé para outro país, largando tudo pra trás tal como estão fazendo os venezuelanos hoje, que nunca acreditaram que, um dia, isso aconteceria com eles.

Desde que o Dossiê URSAL foi escrito, em 2014, estas são as duas pessoas que tiveram mais coragem de denunciar o Plano URSAL no Brasil: Cabo Daciolo e Jair Messias Bolsonaro!!!

Fonte: DOSSIÊ URSAL. Disponível em: https://www.dossieursal.com/. Acesso em: 15 nov. 2022.

Percebemos nela a presença da “voz da autoridade sobre o assunto” (CITELLI, 2004, p. 52). Como se alguém superior falasse para congregados, ovelhas, ou para os filhos, num procedimento que remete aos sermões de pastores e padres e às ordens de comandantes militares. O discurso, como se observa, “fixa-se num jogo parafrásico, sem polissemia” (CITELLI, 2004, p. 52), num monólogo que invoca o patriotismo e a luta pela soberania nacional contra os que possivelmente desejam desvirtuar a moral e os bons costumes em nosso país e confiscar nossos bens materiais. Revela-se a mesma formação discursiva que

consubstanciou o apoio das classes burguesas ao Golpe de 1964, materializado em Marchas como a da Família com Deus e pela Propriedade.[47]

Percebe-se a retórica persuasiva que visa formar uma opinião, moldar o comportamento, firmar um ponto de vista, induzir a um comportamento, ativar preocupações de menor alcance, limitadas a grupos de pessoas. O tu torna-se mero receptor, com pouca ou nenhuma "capacidade de interferir ou modificar o que está sendo dito" (idem), porque a voz de que jorra o discurso é "exclusivista, pouco afeita a aceitar mediações e ponderações (ibidem).

Continuemos a expor as noções sobre discurso em que ficamos nossas convicções.

Bakhtin (*apud* RODRIGUES, 2005, p. 160) considera o discurso a verdadeira substância da língua, constituído na interação verbal, a língua, em sua integridade concreta e viva, por ser muito complexo e multifacético". O pensador russo afirma que "cada discurso é dialógico, orientado a outra pessoa e a sua compreensão ou potencial resposta".

Nesta parte, cabe esclarecer: em vez de "texto", o russo emprega o termo enunciado que, para ele, é a soma de texto com a situação social de interação.

Em suas palavras:

> O enunciado isolado e concreto sempre é dado num contexto cultural e semântico-axiológico (científico, artístico, político etc.) ou no contexto de uma situação isolada da vida privada; apenas nesses contextos o enunciado isolado é vivo e compreensível: ele é verdadeiro ou falso, belo ou disforme, sincero ou malicioso, franco, cínico, autoritário e assim por diante. (RODRIGUES, 2005, p. 160)

Conforme o sociointeracionista russo

> o discurso só pode existir de fato na forma de enunciados concretos de determinados falantes, sujeitos do discurso. O discurso sempre está fundido em forma de enunciado pertencente a um determinado sujeito do discurso, e fora dessa forma não pode existir (BAKHTIN, 2016, p. 28)

Segundo Charaudeau, na relação do enunciador com o que ele diz, ao falar/escrever,

> o sujeito enuncia a sua posição relativamente ao que diz/escreve sobre o mundo (a proposta referencial), sem que o interlocutor seja implicado por essa tomada de posição. Desse fato, resulta uma enunciação na qual a verdade da proposta enumerada é subjetivamente modalizada, revelando assim o ponto de vista interno do sujeito falante. (CHARAUDEAU *apud* AZEREDO, 2018, p. 93)

Como aponta Kress,

> um texto revela sua organização ideológica (discurso) na seleção/ organização de sua estrutura sintática", (porque) "a significação depende dos discursos em que as palavras e enunciados ocorrem"; (porque) "são certas palavras que fazem, em boa

[47] Disponível em: https://operamundi.uol.com.br/politica-e-economia/34445/golpe-de-64-marcha-da-familia-com-deus-pela-liberdade-completa-50-anos-saiba-quem-a-financiou-e-dirigiu. Acesso em: 12 nov. 2022.

> medida, com que textos sejam considerados racistas, machistas" ou mentirosos etc. 3) Porque "há alguma relação entre o sujeito do discurso e o discurso, mas, no fim das contas, o sentido independe (das intenções) dos sujeitos que produzem os enunciados", porque, como diz, Bakhtin, "o signo não reflete, mas refrata a realidade, tornando-se, por consequência uma arena da luta de classes", já que o emprego de certas palavras mostra a relação desses itens com as formações discursivas históricas nas quais passaram a ter os sentidos que têm. (KRESS *apud* POSSENTI, 2009, pp. 37-38)

Observe-se o texto abaixo:

Figura 15 - Fraude eleitoral

Estão cancelando título de quem tem mais de 70 anos!? Certidão negativa Cartório eleitoral, diz que não devo nada. Mas no rodapé da pág. diz 'inscrição cancelada'! Mais de 70 anos deve verificar se está tudo em ordem com seu título. Milhões [de] aposentadas podem votar Bolsonaro"... - "Atenção: o cadastro eleitoral se encerra em 04 de maio de 2022. Quem não tiver cadastrado a biometria até lá não poderá votar!!!"

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral. **É falso que a Justiça Eleitoral esteja cancelando título de quem tem mais de 70 anos.** Brasília, 25 mar. 2022. Disponível em: https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Marco/e-falso-que-a-justica-eleitoral-esteja-cancelando-titulo-de-quem-tem-mais-de-70-anos. Acesso em: 15 nov. 2022.

A mentira acima rodou nos aplicativos de trocas de mensagens nos primeiros meses de 2022. Disseminada largamente, insinuava que o suposto cancelamento do título dos eleitores com mais de setenta anos visava prejudicar o presidente em sua campanha pela reeleição. A indeterminação do sujeito — "estão cancelando o título de quem tem mais de setenta anos!?" — é típica no discurso daqueles que divulgam boatos, informando um suposto fato, mas sem revelar o agente da ação, ou seja, quem está, no caso da denúncia *fake*, cancelando os títulos eleitorais.

Note-se, mais uma vez, numa recorrente estratégia retórica, o uso do ponto de exclamação, já observado em outros textos do mesmo teor. A estrutura sintática truncada, com justaposições e omissões, e os desvios sintáticos e gramaticais de vária ordem sugerem a pressa e/ou despreparo de quem constrói esses textos.[48]

As intenções são duas: uma, mais visível, é criar alarde e medo entre os mais velhos e, assim, levá-los a crerem num complô contra o presidente; a segunda intenção é subliminar: pretende mobilizar os eleitores da faixa etária supostamente atingida pela manobra denunciada a regularizarem sua situação eleitoral e levá-los ao pleito, para votarem na

[48] Já se fez referência neste estudo ao fato de que a criação de *fake news* e sua disseminação rendem dinheiro a quem se dedica a fazer isso, no mundo capitalizado por likes e engajamento das redes sociais, o que teria levado muitas pessoas, nem sempre as mais competentes no manejo do texto escrito, a se dedicarem à tarefa de criar e disseminar notícias falsas.

reeleição do presidente nas eleições de outubro, porque, supostamente, os eleitores idosos, por natureza mais conservadores, estariam mais afinados com o discurso do candidato à reeleição.

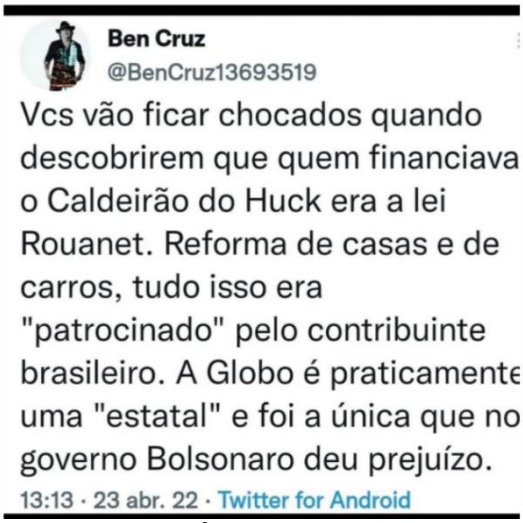
O que dá sentido às palavras é o discurso ao qual elas pertencem, ou seja, se houve condições de produção, suporte de produção sociológico e histórico. (POSSENTI, 2009, p. 40).

Conforme Possenti (2009, p. 45), é a existência do preconceito, por exemplo, que produz os efeitos de sentido de uma palavra ou expressão preconceituosa, mas o discurso retroalimenta o preconceito, pois não há palavras puras. Processo semelhante ocorre com a mentira. É a recorrência das acusações que solidifica as desconfianças, que, em seguida, retroalimentam as falsas denúncias, num círculo vicioso pródigo e farto.

Figura 16 - *Lei Rouanet*

Fonte: BRITO, F. **"Ação social" com dinheiro público**: R$ 20 milhões da Lei Rouanet para Huck. [S. l.], 14 fev. 2018. Disponível em: https://tijolaco.net/neoliberal-com-dinheiro-publico-r-20-mi-da-lei-rouanet-para-huck/. Acesso em: 12 nov. 2022.

Figura 17 - Vcs vão ficar chocados



Fonte: LOPES, P. **É falso que Lei Rouanet financiou o programa Caldeirão do Huck**. Rio de Janeiro, 28 abr. 2022. Disponível em: https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/04/28/lei-rouanet-caldeirao-huck. Acesso em: 5 jun. 2022.

A lei Rouanet[49] tem sido atacada pela direita conservadora desde 2013. Segundo seus detratores, ela nada mais é do que um esquema que visa transferir dinheiro público para artistas e produtores culturais e sociais alinhados com a esquerda que, em contrapartida, em seus projetos, institutos, exposições, shows, peças e filmes, fariam a divulgação das ideias comunistas do PT. O sintagma “projeto social”, ligado a “Lei Rouanet” forma o bojo perfeito para atingir em cheio o público a que se destina. Estão misturadas na mensagem fartamente divulgada em redes sociais as ideias de gastança/desvio de dinheiro público, transferido por meio de projeto social duvidoso, na visão de quem crê nessas denúncias, diretamente para pessoas que receberiam parte desses valores sem mérito ou sem lutarem por eles, servindo de propaganda para quem esteja à frente da produção. No caso das *fake news* analisadas, o apresentador Luciano Huck e a Rede Globo de televisão, alvos da fúria bolsonarista desde a campanha eleitoral de 2018. A outra parte dos recursos que teriam sido conseguidos por meio da lei de fomento à cultura seria, segundo esse pensamento tortuoso, embolsada pelos agentes culturais envolvidos nos projetos. Cabe ressaltar que a denúncia foi checada pela Agência Lupa e considerada falsa.[50]

---

[49] Lei Nº 8.313 de Incentivo à Cultura, sancionada pelo então presidente Fernando Collor em dezembro de 1991. conhecida como Lei Rouanet devido a uma homenagem ao criador Sérgio Paulo Rouanet, na época Secretário da Cultura da Presidência da República.

[50] “A informação analisada pelo site Lupa é falsa. O programa Caldeirão do Huck não era financiado e nunca recebeu recursos da Lei Rouanet. Não é possível encontrar nenhum projeto feito por Luciano Huck, antigo apresentador do

Já é ponto pacífico entre os estudiosos do discurso que ele é heterogêneo. Portanto, o sujeito do discurso não executa seu papel uniformemente. O discurso não é produto de um sujeito uno (POSSENTI, 2009, p. 48)

Portanto, a instância do discurso é social e histórica e tem ingredientes de não consciência:

> (o sujeito) nem sempre tem consciência do que ocorre, quase nunca detém o controle, é constantemente surpreendido ou soterrado por matéria discursiva vertida pelo id, ou é dominado pelo superego ou por alguma instância produtora de discursos que o cerca, domina-o, submete-o, seja ela um episteme, uma teoria, uma doutrina, um locutor indeterminado, enfim, uma instância que é não-eu, que é outro ou Outro (POSSENTI, 2009, p. 49)

Como nos ensina Possenti, certos mecanismos

> detectam a presença de outra voz na voz do enunciador-locutor ou de outro discurso no discurso do locutor. Todos os componentes de um discurso são históricos, (...) seu exterior é densamente povoado por outros discursos e, portanto, sua emergência num determinado texto numa determinada instância nunca é original, mas já antecedida de muitas ocorrências. Portanto, o discurso nunca é originário de um eu, mas de um outro (discurso). (...) Os casos mais evidentes do fenômeno são as ocorrências de enunciados de ampla circulação, digamos, os lugares-comuns, as verdades aceitas por todos, que permeiam os discursos mais variados (POSSENTI, 2009, p. 51)

Vejamos a propaganda a seguir, sem perder de vista a *fake news* anteriormente analisada, com a qual estabelece diálogo interdiscursivo.

Figura 18 - Um país digno

Fonte: TV GGN. **No Fórum de São Paulo, André Basílio [na íntegra]**. São Paulo, 18 fev. 2016. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=0otrZXdtyv8. Acesso em: 15 nov. 2022.

Claramente um simulacro do discurso publicístico, o panfleto de campanha do candidato se aproxima de uma propaganda de detergente, de inseticida ou de creme bucal.

---

programa, que envolva a Globo ou o Caldeirão do Huck no portal Versalic, que compila dados de projetos que captam recursos pela lei." Disponível em: https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/04/28/lei-rouanet-caldeirao-huck/. Acesso em: 5 jun. 2022.

Apresentam-se os perigos que corremos, em casa, no trabalho, na cozinha, para, em seguida, apresentar-se a solução, o voto ou apoio aos candidatos mencionados. A Ursal seria o inseto, a bactéria, o germe, a cárie.

Bakhtin (2016, p. 11), nos ensina que usamos a língua em forma de enunciados "concretos e únicos". Tais enunciados são o resultado das condições especiais em que foram gerados e das finalidades para as quais foram produzidos. Podemos, então, provisoriamente, começar a concluir que, ao produzir textos, levamos em conta os três elementos fundamentais da sua formação: o conteúdo temático, o estilo (escolhas lexicais, construções frasais, usos gramaticais) e a construção composicional. Construímos textos para, através deles, marcarmos uma posição ou para participarmos de um debate travado na sociedade que nos cerca. Logo, um texto não é uma peça isolada ("um amontoado de sentenças"), nem é a manifestação isolada de quem o produziu. Conforme a situação, o contexto, os nossos interlocutores e a finalidade da interação, os textos apresentam forma, conteúdo e estrutura especiais, com objetivos específicos.

É o que se revela na *fake news* exibida a seguir:

Figura 19 - Fala, Cabral

Fonte: NEVES, M. [*S. l.*], 11 abr. 2017. Twitter: @Miltonneves. Disponível em: https://twitter.com/miltonneves/status/851973670788616192. Acesso em: 15 nov. 2022.

Percebe-se, mais uma vez, a acusação sem provas de fraudes e desvios bilionários supostamente cometidos pelos presidentes do PT, Luís Inácio Lula da Silva, de 2003 a 2010, e Dilma Roussef, de 2011 a agosto de 2016. Reforcemos aqui que o Partido dos Trabalhadores é a pessoa jurídica que representa o comunismo na formação discursiva de que o texto acima é fruto e materialização, e Lula e Dilma são as personificações desse inimigo a ser abatido.

O discurso presente revela os fetiches dos interlocutores em relação aos envolvidos na tal denúncia que o ex-governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral[51], estaria prestes a fazer: condenação e morte de Lula, prisão de Dilma e fechamento do STF.

2.2.1. Formação discursiva, comunidade discursiva, interdiscurso e intertextualidade

Conforme Pêcheux (*apud* MAINGUENEAU, 2008), discurso é o efeito de sentido construído de comum acordo entre os interlocutores. O discurso, em que os sentidos se constroem e que os constrói, em via de mão dupla, pela via do texto, é, assim, palavra em movimento, prática de linguagem.

As *fake news* apresentadas até aqui junto com as que ainda serão trazidas para análise decorrem da mesma formação discursiva.

2.2.1.1. Formação discursiva

Uma formação discursiva é, conforme Foucault

> um feixe complexo de relações que funcionam como regra: ele prescreve o que deve ser correlacionado em uma prática discursiva, para que esta se refira a tal ou qual objeto, para que empregue tal ou qual enunciação, para que utilize tal conceito, para que organize tal ou qual estratégia. Definir em sua individualidade singular um sistema de formação é, assim, caracterizar um discurso ou um grupo de enunciados pela regularidade de uma prática (FOULCAULT *apud* MAINGUENEAU, 2008, p. 19)

A *fake news* exibida a seguir nos ajudará a entender o que foi dito.

---

[51] Sergio Cabral foi governador do Rio de Janeiro de 1º de janeiro de 2006 a 3 de abril de 2014, quando renunciou, acossado por acusações diversas de corrupção. Foi preso em 17 de novembro de 2016, alvo da Operação Lava-jato e até este momento, cumpre pena no presídio Bangu-9, do Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/sergio-de-oliveira-cabral-santos-filho. Acesso em 23 mai. 2022.

Figura 20 - O economista e a vigarista

Fonte: PRATA, P. **Frase de prêmio Nobel de Economia com elogios ao Brasil é de 2014.** São Paulo, 14 jul. 2021. Disponível em: https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/frase-de-premio-nobel-de-economia-com-elogios-ao-brasil-e-de-2014/. Acesso em: 20 mar. 2022.

Na face textual da postagem, veiculada indiscriminada e acriticamente nas redes sociais, inclusive por autoridades do governo Jair Bolsonaro e por parlamentares que apoiam o presidente, estão expostos comentários verdadeiros de Miriam Leitão, jornalista de economia do grupo Globo, e de Paul Krugman, Prêmio Nobel de Economia em 2008. O que faz da postagem uma *fake news* é o fato de as declarações terem sido proferidas em momentos diferentes e de se referirem à crise do governo Dilma Roussef. A fala do economista é verdadeira, mas está fora de contexto. Ele fez a declaração que está na Figura 20 em 2014, conforme apurou a agência de checagem do jornal O Estado de São Paulo, a Estadão Verifica,[52] em 14 de julho de 2021.

Na época, as falas antagônicas foram divulgadas pelo PT, como forma de esvaziar as críticas de que era alvo o governo pela má condução da economia em relação à crise que

[52]Disponível em: https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/frase-de-premio-nobel-de-economia-com-elogios-ao-brasil-e-de-2014/. Acesso em: 20 mar. 2022.

assolava vários países. A descontextualização de imagens, de declarações e, até, de fatos, é um dos procedimentos discursivos utilizados na produção de notícias falsas[53].

Registre-se o tosco trocadilho com o qual o enunciador faz referência à jornalista, "Economista de programa", o confronto homem *versus* mulher estabelecido pelos pronomes ele e ela e as imagens que ilustram cada lado da imagem: a jornalista tem a seu lado o símbolo da Rede Globo, emissora de TV em que trabalha há muitos anos; ele tem ao seu lado uma moeda de dólar. Sobre a imagem dela, está escrito "Pessimista", enquanto sobre a imagem dele lê-se "Especialista". Por último, chamemos atenção para o título da publicação: "A diferença entre um economista e uma vigarista", que prescinde de maiores explicações e análise.

A formação discursiva, para Pêcheux, é definida como "aquilo que, numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes determina o que pode e deve ser dito, articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa etc."

Observe-se no texto apresentado como Figura 20 a obediência ao estatuto da formação discursiva em que foi produzido —"o que deve ser dito" — nessa conjuntura, em forma de panfleto. A propaganda eleitoral exibida acima expõe a formação ideológica, que se define através dos interdiscursos que a materializam, e o interdiscurso de que é resultado.

2.2.1.2. Comunidade discursiva

O conceito de Comunidade Discursiva apoia-se na existência de objetivos comuns aos membros, na utilização de mecanismos de intercomunicação acessíveis a todos, no manejo de gêneros apropriados e de um léxico específico, que, de alguma forma, une os componentes do grupo discursivo, no conhecimento compartilhado e, obviamente, um conjunto de crenças, valores e ideias que é comum aos membros da comunidade que se forja em torno de um propósito social comum.

Assim, as opiniões compartilhadas resultam do "cruzamento de diálogos entre vários textos cognitivamente afins ou adjacentes" (CITELLI, 2004, p. 37).

Vejamos mais um texto que confirma nossa proposta:

---

[53] Ver capítulo 1, sobre os tipos de *fake news*.

Figura 21 - Saporé, Papicu

POLÍCIA CIVIL PRENDEU EMPRESÁRIO VALDEMIR FEITOSA, 58 ANOS, NA BOCA DE FUMO SAPORÉ, PAPICU. ELE ESTAVA COM UMA ARMA. VALDEMIR FEITOSA É DE FAMÍLIA POLÍTICA PODEROSA DO CEARÁ. SUA PRISÃO GEROU BARULHO DENTRO DA POLÍCIA.

Em seu poder, foram apreendidas 20 armas de fogo, carregadores e munições. Segundo a Polícia Civil, o arsenal inclui fuzis, pistolas, revólveres e espingardas. A descoberta desse arsenal aconteceu por acaso, quando ele foi levado para seu apartamento na Av. Beira Mar. Lá, os policiais se surpreenderam, pois havia todo esse arsenal de armas, para promover uma **verdadeira** guerra.

Valdemir Feitosa irmão da Guiomar Feitosa esposa do ministro do Supremo Gilmar Mendes.

Só

Silêncio ensurdecedor da mídia!!!

Fonte: MIGUEL, E. [S. l.], 26 mai. 2021. Facebook: @majoredsoniguel. Disponível em: https://www.facebook.com/majoredsonmiguel/posts/2898576270399368/. Acesso em: 15 nov. 2022.

Percebe-se na observação dessa notícia falsa a sua semelhança com as outras mentiras já analisadas neste estudo. As *fake news*, que são discursos persuasivos, como temos procurado demonstrar nesta tese, devem ser vistas, então, como resultantes de conjuntos maiores, a que chamamos de formações discursivas. Elas refletem as instituições, os grupos sociais, étnicos, religiosos, políticos que formam comunidades discursivas em constante diálogo, por meio do interdiscurso, que as perpassa e as conecta, e dão unidade ao que é dito pelos membros dessas comunidades discursivas. Portanto, a mensagem enviada por um aplicativo de troca de mensagens ou postada nas redes sociais não é a construção individual de um enunciador solitário. Ela é a manifestação das posições ideológica do grupo do qual faz parte, e dá continuidade ou coloca em circulação, com maior ou menor consciência, temas, valores, conceitos e preconceitos da comunidade discursiva para a qual é dirigida.

Do mesmo modo, o texto a seguir cumpre o mesmo estatuto e forja-se dos mesmos pressupostos dos textos anteriores.

Figura 22 - Desconfiado e estranhando

ONGs que operam e agem na Amazônia Brasileira, estavam mandando muitos motores para retificar e consertar fora do País. Então, o Exército Brasileiro desconfiado e estranhando o fato de tanta incompetência dos profissionais mecânicos brasileiros, decidiu abrir e cerificar alguns motores, descobrindo o verdadeiro motivo de tantas ONGs do lado Brasileiro estarem mandando os motores para consertos fora do País. Veja que visão maravilhosa de encher os olhos. Compartilhe para todos os seus contatos. Todo o Brasil necessita se maravilhar com visão também!

Fonte: DOMINGOS, R. **É #FAKE que vídeo mostre ouro de ONGs da Amazônia apreendido pelo Exército.** [S. l.], 28 jun. 2022. Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2022/06/28/e-fake-que-video-mostre-ouro-de-ongs-da-amazonia-apreendido-pelo-exercito.ghtml. Acesso em: 15 nov. 2022.

Junto com o texto são apresentadas imagens descontextualizadas.

O texto acima foi compartilhado milhares de vezes em grupos de *WhatsApp* no ano de 2019. O tom de denúncia de uma conspiração silenciosa, capitaneada por ONGs, paira sobre o texto, como o interdiscurso que se materializa nele. As Organizações não Governamentais estão entre os alvos preferidos dos produtores e consumidores de *fake news*, por realizarem, em sua maioria, projetos sociais e/ou ambientais com indígenas, quilombolas e em comunidades carentes das grandes cidades, ações quase sempre percebidas por uma parcela da população de viés ideológico mais conservador como forma de sugar dinheiro público e de disseminar ideias comunistas, que contrariam a lógica meritocrática defendida por essa parcela da sociedade.

2.2.1.3. Interdiscurso

Pode-se explicar **Interdiscurso** como sendo a constituição de um discurso em relação a outro já existente, isto é, trata-se de um conjunto de ideias, organizadas por meio do texto, que se apropria, implícita ou explicitamente, de outras configuradas anteriormente, como se buscou exemplificar nos textos arrolados nesta seção.

Todos os textos compõem juntos um caldo discursivo, que estabelece entre eles a interdiscursividade, ou seja, o discurso comum sobre o qual os textos se apoiam e com o qual dialogam. Todos fazem parte de um mesmo tecido semântico, relacionam-se entre si, e

retroalimentam-se nas práticas sociais entre sujeitos que comungam as mesmas crenças, valores e posturas políticas, e são compostos a partir de pressupostos ideológicos comuns.

Devemos agora entender, no discurso das *fake news*, as vozes presentes nelas, seus propósitos e o ambiente que as gera.

Segundo Maingueneau,

> análise do discurso supõe a colocação conjunta de vários textos, dado que a organização do texto tomado isoladamente não pode remeter senão a si mesmo (estrutura fechada) ou à língua (estrutura infinita).” (...) Interdiscurso — é anterior ao discurso. A unidade de análise pertinente não é o discurso, mas um espaço de trocas entre vários discursos convenientemente escolhidos. Discurso é o conjunto virtual dos enunciados produzidos de acordo com as restrições da formação discursiva (...) Formação discursiva é o sistema de restrições de uma formação semântica (MAINGUENEAU, 2008, p. 20-32)

Pode-se apreender a formação discursiva em um certo número de enunciados, no que se puder perceber como regularidade, ordem, comutações, funcionamentos, transformações, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas. Bakhtin (2016) afirma estar interessado primordialmente nas formas concretas dos textos e nas condições concretas da vida dos textos na sua inter-relação e interação. As formas concretas, vivas do texto são, portanto, os enunciados. Para ele, o ambiente extra verbal em que o texto (enunciado) se realiza inclui o espaço (onde?) e o tempo (quando?) históricos, o tema da enunciação (aquilo de que se fala) e a finalidade do enunciado) e os valores compartilhados pelos participantes do acontecimento. Porém, não se deve entender o discurso e o enunciado como “espelhos” do contexto ou a expressão fiel de algo pronto, mas algo que se constitui e ao mesmo tempo contribui para a constituição do contexto.

Voltemos, agora, para os textos que nos interessam neste estudo, as notícias falsas veiculadas pelas redes sociais e pelos aplicativos de troca de mensagens; elas não são a expressão de um indivíduo, mas de um grupo (social, religioso, político, ideológico) do qual o enunciador faz parte e para o qual e pelo qual fala, numa retroalimentação discursiva, como foi explicado anteriormente.

No dizer de Bakhtin

> o enunciado existente, surgido de maneira significativa num determinado momento social e histórico, não pode deixar de tocar os milhares de fios dialógicos existentes, tecidos pela consciência ideológica em torno de um dado objeto de enunciação, não pode deixar de ser participante ativo do diálogo social. (BAKHTIN *apud* RODRIGUES, 2005, p. 160)

Da mesma forma, a recepção das mensagens alarmantes e alarmistas veiculadas na web, supostamente verdadeiras, tem a ver, em sua adesão imediata e inconteste, com as convicções comungadas pelos sujeitos da enunciação — o locutor e o alocutário, copartícipes

da comunicação por partilharem as mesmas convicções, os mesmos credos, os mesmos temores, as mesmas ideias que estão de alguma forma subjacentes nos conteúdos disseminados.

Para Bakhtin,

> o enunciado conclui determinada situação e cria algo novo" para ela, numa retroalimentação sociodiscursiva. O enunciado, portanto, é a expressão da posição valorativa de seu autor frente ao objeto do seu discurso e aos outros participantes da comunicação discursiva e seus enunciados [já-ditos, pré-configurados]. (BAKHTIN *apud* RODRIGUES, 2005, p. 160)

Vejamos um mais exemplo do dito acima:

Figura 23 - Só nós estamos certos?

Fonte: FOLHA DE LONDRINA. **Folha Confere**: Brasil é o único país a aceitar a prisão apenas em terceira instância? Paraná, 19 set. 2020. Disponível em: https://www.folhadelondrina.com.br/confere/folha-confere--brasil-e-o-unico-pais-a-aceitar-a-prisao-apenas-em-terceira-instancia-3018103e.html. Acesso em: 15 nov. 2022.

No texto acima, ainda que estejamos neste estudo, privilegiando a face verbal das *fake news*, vale ressaltar o mapa, que indicaria visualmente a isolada e discrepante, para os emissores da mensagem, posição do Brasil em relação aos demais países do mundo no que tange ao estatuto da prisão em primeira ou segunda instâncias. Afirmar que somente o Brasil, entre todas as nações do mundo, impede a prisão de um condenado após condenação em primeiro grau não teria a mesma veemência retórica que é emprestada pela imagem. O diálogo entre imagem e texto consuma-se no emprego de letras garrafais, em negrito. Além disso, a indagação, sobre tarja preta, espécie de slogan da propaganda, em letras brancas,

reforça o simulacro de campanhas contra o tabagismo ou o uso de bebida alcoólica antes de dirigir.

Conforme extensa reportagem publicada no site de notícias UOL, em 17/10/2019[54], os países do mundo dividem-se na questão. É fato que muitas nações (Canadá, EUA, Alemanha e Argentina) permitem a prisão, após primeiro julgamento. Mas, mesmo assim, sob determinadas condições — como o pagamento de fiança e o grau de periculosidade do réu —, permite-se que o acusado aguarde os recursos em liberdade provisória ou assistida. Mas há países que, como o Brasil, só levam à prisão os condenados após o trânsito em julgado, como França e Portugal.

Figura 24 - Acabou a mamata

Fonte: MARÉS, C. **Corte do Bolsa Família pago a 2 mil políticos não foi feito no governo Bolsonaro**. Rio de Janeiro, 20 dez. 2019. Disponível em: https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2019/12/20/verificamos-bolsa-familia-bolsonaro. Acesso em: 15 nov. 2022.

Para corroborar o que fora dito durante a disputa eleitoral, explodiram, logo depois da assunção de Bolsonaro, mensagens como essa. A limpeza prometida na campanha estava começando. As palavras corrupto, mamata, safados, políticos e Bolsa-família, ao lado dos números, utilizados como argumento para que se considere o Brasil um "paraíso dos corruptos", engrossam o caldo da notícia falsa. A mentira não está na quantidade de políticos

[54] Disponível em: https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/10/17/como-e-a-prisao-em-segunda-instancia-em-outros-paises.htm Acesso em: 8 jun. 2022.

que se locupletavam com o programa social dos governos petistas e mantido pelo Governo Temer, mas nas ações que teriam sido promovidas para evitar que os recursos destinados à transferência de renda fossem parar em mão erradas.[55]

Segue a mesma linha a próxima *fake news*:

Figura 25 - 30 anos de promessas

Depois de 50 anos, finalmente a BR 163, mais conhecida por TRANSAMAZÔNICA, sendo asfaltada. É o governo BOLSONARO em ação… O Exército Brasileiro está na BR-163, no Pará, para iniciar a pavimentação da rodovia, após 30 anos de promessas de todos os governos que passaram por este país.

Obras paradas há mais de 8 anos já se encontram em fase de conclusão em apenas 1 mês e meio de governo Bolsonaro.

BR 163 Pará - Antes. BR 163 Pará - Agora. Se você não divulgar o que o Exército está fazendo, a grande mídia não divulgará pra você.

Fonte: MENEZES, L. F. **Asfaltamento da BR-163 pelo Exército não começou no governo Bolsonaro.** [S. l.], 22 fev. 2019. Disponível em: https://www.aosfatos.org/noticias/asfaltamento-da-br-163-pelo-exercito-nao-comecou-no-governo-bolsonaro/. Acesso em: 8 jun. 2022.

Após a foto, aparecem imagens de soldados do exército brasileiro trabalhando numa estrada, com máquinas e ferramentas, que são de 2012, quando das obras para a transposição do Rio São Francisco, e de 2016, na pavimentação de uma estrada no Maranhão, conforme checagem das Agências Aos Fatos, Boatos.org e Estadão Verifica.[56]

---

[55] Embora o caso analisado pela Lupa seja verdadeiro, ele não tem nenhuma relação com a gestão do presidente Jair Bolsonaro. As irregularidades foram reveladas em outubro de 2013, ou seja, ainda durante a gestão de Dilma Rousseff (PT). Em fevereiro de 2013, técnicos do Ministério do Desenvolvimento Social (MDS), então responsável pelo programa, encontraram 2.272 políticos eleitos em 2012 na lista de beneficiários do programa. Destes, 10 eram prefeitos, 41 vice-prefeitos e 2.221 eram vereadores. Esses pagamentos foram suspensos. Disponível em: https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2019/12/20/verificamos-bolsa-familia-bolsonaro/. Acesso em: 8 jun. 2022.

[56] O Exército, de fato, assumiu as obras da BR-163, mas em 2017, quando Jair Bolsonaro ainda nem havia sido oficializado como candidato à Presidência da República. Disponível em: https://www.aosfatos.org/noticias/asfaltamento-da-br-163-pelo-exercito-nao-comecou-no-governo-bolsonaro/. Acesso em: 8 jun. 2022.

2.2.1.4. Intertextualidade

Sabemos, os que nos debruçamos sobre textos como matéria de análise científica, que todo texto remete a outro ou a outros, como num diálogo, em que o mais recente responde a um mais antigo, ampliando-o, retrucando-o, citando-o, retificando-o, acatando-o etc.

Como diz Azeredo,

> Nenhum texto veicula informações cem por cento inéditas, assim como nenhum texto é cem por cento novo no formato, ou gênero pelo qual essas informações são veiculadas. Qualquer texto lembra, retoma ou evoca, implícita ou explicitamente, outro texto ou parte de algum texto. (AZEREDO, 2018, p. 47)

E de acordo com Koch,

> A intertextualidade stricto sensu ocorre quando, em um texto, está inserido outro texto (intertexto) anteriormente produzido, que faz parte da memória social de uma coletividade ou da memória discursiva dos interlocutores (...) (KOCH, 2012, p. 17)

Tal conceito é importante para as análises que estamos fazendo, porque é a intertextualidade, ou a presença de textos anteriores, e das supostas informações que apresentam, nos textos novos, que retroalimenta a mentira e, consequentemente, a verossimilhança que ela alcança, tornando-a apta ao compartilhamento e ao engajamento dos que a recepcionam. Os textos que carregam boatos, mentiras, acusações e detratações nos grupos de aplicativos de mensagens e nas redes sociais tornam-se críveis e compartilháveis pela familiaridade que os receptores percebem no formato ou no teor das mensagens, porque, também, em muitas notícias falsas, ocorre uma retextualização de textos prévios (KOCH, 2012), que só promovem uma mudança na força ilocucionária e em seu efeito perlocucionário, no que ele vale e no que ele faz.

Figura 26 - Constitucionalíssimo

Fonte: PORCIÚNCULA, A. [S. l.], 18 jul. 2022. Twitter: @andreporci. Disponível em: https://twitter.com/andreporci/status/1549102431417540609. Acesso em: 15 nov. 2022.

Percebemos, na figura acima, a citação de outro texto, ao qual se contrapõe. A intenção clara é levar aos receptores a crença de que o STF usa de critérios diferentes na avaliação do que pode ou não ser difundido pela internet, pelo Partido dos Trabalhadores e seus adversários políticos.

Figura 27 - Suposta censura

Fonte: KICIS, B. [S. l.], 18 jul. 2022. Twitter: @Biakicis. Disponível em: https://twitter.com/Biakicis/status/1549091205333516294. Acesso em: 24 jul. 2022.

A mentira postada pela deputada Bia Kicis[57] dialoga com as postagens em que o presidente Bolsonaro é chamado de genocida, por sua atuação, ou pela falta dela, durante a pandemia da covid-19, e com as ilações feitas também nas redes sociais, por diversas pessoas,

[57]Disponível em: https://twitter.com/Biakicis. Acesso em: 24 jul. 2022.

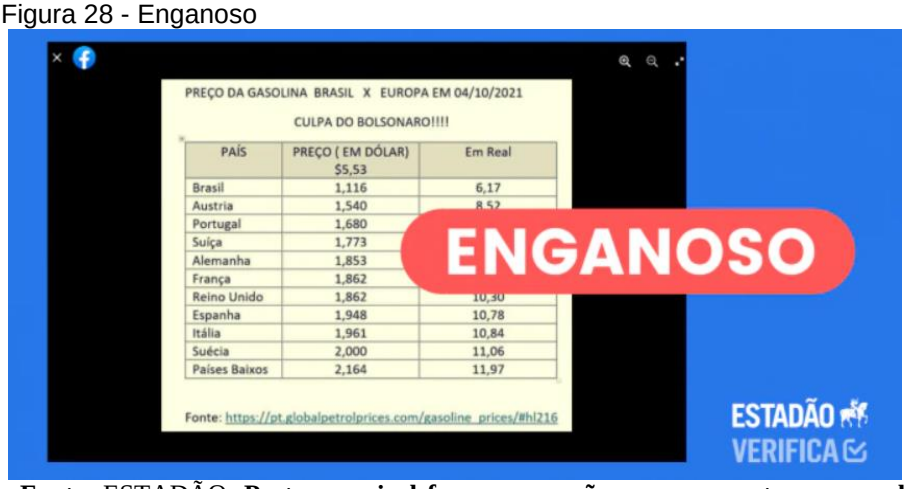
de que o bolsonarismo, pelo incentivo à violência, ao uso de armas, pelo desmonte da Funai[58] e pelo apoio aos garimpeiros, estaria indiretamente ligado ao assassinato do indigenista Bruno Pereira e do jornalista inglês Dom Philips, ocorrido em 5 de junho de 2022, no Vale do Javari, no extremo-oeste do Amazonas.[59]

2.2.1.4.1. Intertextualidade temática

São textos que versam sobre o mesmo tema ou área do saber, ou, no caso das *fake news*, que perambulam pelas mesmas acusações ou pelas mesmas denúncias, ou que reproduzem as mesmas crenças.

As três imagens a seguir — textos verbo-visuais —, dialogam entre si, retroalimentando-se, mas levam adiante inverdades já pautadas em outras mensagens. Assim, forma-se o interdiscurso que plasma as crenças e robustece a carga argumentativa de que se valerão os membros das comunidades discursivas por onde circularem essas mensagens nos embates com pessoas/eleitores de fora da bolha em que vivem, ou de outras bolhas, adversárias ou paralelas.

Figura 28 - Enganoso



Fonte: ESTADÃO. **Postagem viral faz comparação enganosa entre preços da gasolina no Brasil e em países europeus**. São Paulo, 8 de nov. 2021. Disponível em: https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/postagem-viral-faz-comparacao-enganosa-entre-precos-da-gasolina-no-brasil-e-em-paises-europeus/. Acesso em: 13 nov. 2022.

---

[58]Disponível em: https://oglobo.globo.com/opiniao/editorial/post/2022/06/desmonte-da-funai-agrava-drama-dos-povos-indigenas-na-amazonia.ghtml Acesso em: 24 jul. 2022.
[59]Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/mpf-denuncia-tres-pessoas-pelos-assassinatos-de-bruno-pereira-e-dom-phillips/ Acesso em: 24 jul. 2022.

Figura 29 - Exploração

Fonte: UALLACE, M. [S. l.], 20 mar. 2022. Twitter: @moreira_uallace. Disponível em: https://twitter.com/moreira_uallace/status/1505497586626535433. Acesso em: 13 nov. 2022.

Figura 30 - Distorcido

28.out.2021 - Gráfico distorce peso do preço da gasolina no bolso dos brasileiros ao fazer comparação sem levar em conta poder de compra

Fonte: TEIXEIRA, L. B. **Gráfico sobre gasolina no mundo ignora peso da alta de preços no Brasil**. São Paulo, 29 out. 2021. Disponível em: https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2021/10/29/preco-gasolina-brasil-enganoso.htm. Acesso em: 23 jul. 2022.

Os textos mistos apresentados nas Figuras 28, 29 e 30 versam sobre a suposta discrepância entre o preço da gasolina aqui e em outros países. A intenção é mostrar que o produto no Brasil não é mais caro do que em outros lugares do mundo, ao contrário, é até mais barato. A tabela da Figura 28 e o gráfico da Figura 30 emprestam veracidade à

comunicação, funcionam como uma hipotética prova. Conforme a agência de checagem do Portal Uol[60], ocorre uma distorção no que está apresentado, já que os valores estão expressos em dólares, e os trabalhadores daqui recebem em reais. Quanto ao texto que está na Figura 29, segundo o Estadão Verifica[61], o erro da postagem está em não considerar o que representam cem litros de gasolina em relação ao salário médio no Brasil.

A Figura 29 busca fazer crer que o preço dos produtos derivados do petróleo é mais alto no Brasil do que nos EUA, e isto se deve ao fato de que aqui só há uma empresa, estatal, a prospectar e refinar o combustível, enquanto lá, vigora o poder do mercado, e várias empresas lidam com esse produto, o que baratearia o petróleo e seus derivados, pela livre concorrência, pilar das políticas neoliberais.

Neste ponto, cabe lembrar que governos neoliberais prezam a diminuição do Estado e, consequentemente, a privatização de empresas estatais. A Petrobras sempre foi e sempre será alvo de gestores que sigam essa linha metodológica de condução da economia, mas, por ser a maior estatal brasileira e por ser, apesar de tudo, lucrativa, é preciso, antes, descontruir sua imagem de eficiência para, num segundo momento, colocá-la à venda.

2.2.1.4.2. Intertextualidade estilística

Segundo Koch (2012, p. 19), consiste na repetição de procedimentos, para que o texto novo se pareça com outros já abonados pelos membros da comunidade discursiva e que, por isso, circulam nas redes sociais e nos aplicativos de trocas de mensagens com desembaraço.

É o que se mostra com as amostras a seguir.

---

[60] Disponível em: https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2021/10/29/preco-gasolina-brasil-enganoso.htm. Acesso em: 23 jul. 2022.

[61] Disponível em: https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/postagem-viral-faz-comparacao-enganosa-entre-precos-da-gasolina-no-brasil-e-em-paises-europeus/ Acesso em: 23 jul. 2022.

Figura 31 - Recordar é viver

Fonte: UOL. **Tribunal investigou, mas não responsabilizou Haddad por rombo no Fies**. São Paulo, 5 set. 2018. Disponível em: https://noticias.uol.com.br/comprova/ultimas-noticias/2018/09/05/tribunal-investigou-mas-nao-responsabilizou-haddad-por-rombo-no-fies.htm. Acesso em: 15 nov. 2022.

Figura 32 - Complete

Fonte: KICIS, B. [S. l.], 16 jul. 2022. Twitter: @Biakicis. Disponível em: https://twitter.com/Biakicis/status/1548330657889144839. Acesso em 15 nov. 2022.

Os dois textos apresentam supostas denúncias de atos ilícitos do inimigo a ser combatido, o PT, partido que representa, na lógica estabelecida na comunidade discursiva em que as postagens circulam largamente, o mal. Em vez do debate político, a ser feito no terreno do diálogo, pelo confronto de ideias, utiliza-se a acusação, quase sempre sem fundamento, de casos de corrupção e de malversação do dinheiro público.

Estilisticamente, os textos dialogam. Valem-se de uma imagem de proeminentes políticos do Partido dos Trabalhadores, Luiz Inácio Lula da Silva[62], fundador do partido, ex-presidente da república e candidato a novo mandato no executivo federal em 2022, e

[62] Governou por dois mandatos o Brasil, de 1º de janeiro de 2003 a 31 de dezembro de 2010. Disponível em: http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/. Acesso em: 25 jul. 2022.

Fernando Haddad[63], ex-ministro da Educação, entre 2003 e 2009, e candidato à presidência da república em 2018, sobre as acusações, em manchete, coladas na imagem. Nos textos explicativos, em letras menores, em linha fina, como nos jornais, utilizam-se, como argumentos de autoridade, órgãos públicos responsáveis pela fiscalização das contas governamentais, em nível federal, no caso da *fake news* envolvendo Haddad, e do Estado do Piauí[64], na mentira sobre Lula. Neste último caso, há, realmente, a matrícula de duas pessoas já falecidas entre os contemplados com bolsa de educação, e não mil pessoas, como brada a matéria. No primeiro caso, houve de fato uma investigação do TCU por suspeita de que houvesse irregularidades no Fies, Fundo de Financiamento Estudantil, programa dos governos petistas de fomento a estudantes de baixa renda matriculados em universidades particulares, à época em que Haddad era ministro da Educação, mas não foram encontradas irregularidades e, por falta de provas, o processo foi encerrado.[65]

2.2.1.4.3. Intertextualidade tipológica – os modos de organização do discurso

Segundo Beaugrande & Dressler (1981) (*apud* KOCH, p. 76), é pela comparação dos textos a que se acham expostos os falantes, no meio em que vivem e pela subsequente representação na memória de tais características, que eles constroem modelos mentais tipológicos específicos, a que Van Dijk (1983) denomina superestruturas, os quais vão lhes permitir construir e reconhecer as sequências de diversos tipos.

Conforme nos diz Azeredo (2018, p. 45), “os gêneros textuais tendem a se organizar internamente segundo um elenco finito de modelos de encadeamento textual ou modos de organização”.

Para Marcuschi,

> o tipo textual designa uma espécie de construção teórica (em geral uma sequência subjacente aos textos) definida pela natureza linguística de sua composição (aspectos lexicais, sintáticos, tempos verbais, relações lógicas, estilo). O tipo caracteriza-se muito mais como sequências linguísticas (sequências retóricas) do que

---

[63]Foi Ministro da Educação de 29/07/2005 a 24/01/2012. Disponível em: https://www.gov.br/mec/pt-br/acesso-a-informacao/institucional/galeria-de-ministros/ministro-fernando-haddad. Acesso em: 25 jul. 2022.

[64]Disponível em: https://www.gp1.com.br/piaui/noticia/2022/7/11/relatorio-do-tce-aponta-irregularidades-no-proaja-no-piaui-529558.html Acesso em: 24 jul. 2022.

[65]Disponível em: https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/tcu-fez-auditoria-mas-nao-responsabilizou-haddad-por-rombo-no-fies/ Acesso em: 24 jul. 2022.

> como textos materializados; a rigor, são modos textuais. (MARCUSCHI, 2008, p. 154)

Para Charadeau (2009, p. 68), os modos de organização do discurso constituem os princípios de organização da matéria linguística, princípios que dependem da finalidade comunicativa do sujeito falante. Conforme Charadeau (2009, p. 74), os procedimentos que consistem em utilizar determinadas categorias de língua para ordená-las em função das finalidades discursivas do ato de comunicação.

Marcuschi (2008, p. 154) afirma que os tipos textuais abrangem cerca de meia dúzia de categorias conhecidas como narração, argumentação, exposição, descrição, injunção. Bronckart (2006, p. 154) afirma que os gêneros combinam modos de estruturação particularmente heterogêneos (...), materializadas por um determinado conjunto de regras linguísticas.

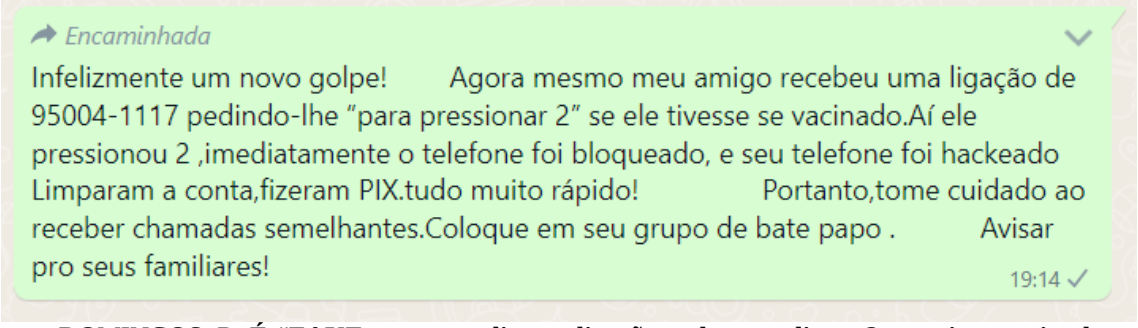
Segundo Beaugrande & Dressler (*apud* KOCH, 2012, p. 76), é pela comparação dos textos a que se acham expostos os falantes, no meio em que vivem e pela subsequente representação na memória de tais características, que eles constroem modelos mentais tipológicos específicos, a que Van Dijk (idem) denomina superestruturas, os quais vão lhes permitir construir e reconhecer as sequências de diversos tipos.

2.2.1.4.4. O modo narrativo

Segundo Platão & Fiorin (2000, p. 289), “texto narrativo é aquele que relata as mudanças progressivas de estado que vão ocorrendo com as pessoas e as coisas através do tempo.”

Conforme Koch (2012, p. 76), as sequências narrativas apresentam uma sucessão temporal/causal de eventos, ou seja, há sempre um antes e um depois, uma situação inicial e uma situação final. Há, segundo ela, predominância de verbos de ação, temos verbais do mundo narrado (cf. Weinrich, 1964), bem como emprego de adverbais temporais, causais e, também, locativos.

Figura 33 - Novo golpe



Fonte: DOMINGOS, R. **É #FAKE texto que diz que ligação pede para discar 2 se estiver vacinado e clona celular**. [S. l.], 24 jun. 2022. Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2022/06/24/e-fake-texto-que-diz-que-ligacao-pede-para-discar-2-se-estiver-vacinado-e-clona-celular.ghtml. Acesso em: 15 nov. 2022.

A mensagem reproduzida utiliza predominantemente elementos que caracterizam a sequência narrativa, referente ao mundo relatado. Repare-se que ocorre, a sucessão temporal/causal de eventos, defendida por Koch (2012) — "Agora mesmo um amigo recebeu uma ligação" e uma situação final "Limparam a conta..." —, entre as quais ocorre algum tipo de modificação de um estado de coisas ("seu telefone foi hackeado"). Constata-se, como reproduzido acima de Weinrich (*apud* Koch), a predominância de verbos de ação, empregados nos tempos verbais do mundo narrado ("recebeu", "pedindo", "pressionar", "limparam", "fizeram") bem como de adverbiais temporais ("agora mesmo") e modais ("tudo muito rápido", "imediatamente").

O personagem que fala na mensagem da Figura 33 não é nomeado e, provavelmente, nem existe, mas diz algo que é crível para os destinatários da postagem.

Figura 34 - Extra

Fonte: TERRA BRASIL NOTÍCIAS. **Extra TBN: Homem, infiltrado na motociata de Bolsonaro, é pego com faca na cintura, VEJA VÍDEO**. [S. l.], 24 jul. 2022. Disponível em: https://terrabrasilnoticias.com/2022/07/extra-tbn-homem-infiltrado-na-motociata-de-bolsonaro-e-pego-com-faca-na-cintura-veja-video/. Acesso em: 15 nov. 2022.

Figura 35 - Ainda são poucas as informações

Um homem foi detido **portando** uma faca na cintura durante motociata do presidente Jair Bolsonaro, realizada neste sábado (23) em Vitória, no Espírito Santo. Ainda são poucas as informações sobre o ocorrido.

Ele teria sido flagrado pela equipe de segurança do presidente, quando estava **cruzando a Terceira Ponte**. Nas imagens ele é abordado e retirado evento. Agente de segurança que conteve o possível agressor, no momento da revista portava uma arma na mão direita e com mão esquerda retirou a faca da cintura do indivíduo.

Fonte: TERRA BRASIL NOTÍCIAS. **Extra TBN: Homem, infiltrado na motociata de Bolsonaro, é pego com faca na cintura, VEJA VÍDEO**. [S. l.], 24 jul. 2022. Disponível em: https://terrabrasilnoticias.com/2022/07/extra-tbn-homem-infiltrado-na-motociata-de-bolsonaro-e-pego-com-faca-na-cintura-veja-video/. Acesso em: 15 nov. 2022.

As Figuras 34 e 35 formam um texto híbrido. Nele, a imagem chama atenção, junto com a manchete, para o texto que vem a seguir que, aliás, pouco acrescenta ao que já está em letras garrafais no título da pseudorreportagem. Para nós, importa-nos perceber os elementos caracterizadores do modo de organização narrativo, como a presença de verbos de ação — detido, flagrado, portando, realizada, cruzando, conteve, portava, retirou —, presença de personagens — o homem com a faca, o agente de segurança —, elementos que marcam a passagem do tempo — neste sábado, quando estava cruzando a Terceira Ponte —, e o local — em Vitória, Espírito Santo, a Terceira Ponte.

2.2.1.4.5. Intergenericidade

Além do interdiscurso, que vimos na seção anterior, percebe-se, em alguns casos, o cruzamento momentâneo de gêneros, ou a intergenericidade. Tal procedimento, para Marcuschi, evidencia-se como uma mescla de funções e formas de gêneros diversos num dado gênero e deve ser distinguida da questão da heterogeneidade tipológica do gênero. (...) já que o predomínio da função supera a forma na determinação do gênero, o que evidencia a plasticidade e a dinamicidade dos gêneros. (2010, p. 33)

Figura 36 - Saiba

Fonte: BOLSONARO, F. [S. l.], 12 set. 2022. Twitter: @FlavioBolsonaro. Disponível em: https://twitter.com/flaviobolsonaro/status/1569419841143988227. Acesso em: 14 set. 2022.

Acima, percebe-se semelhança com o discurso publicista. A captação de elementos desse discurso e de alguns dos seus elementos constitutivos — a disposição e o tamanho das letras, a utilização expressiva das cores, a ilustração do produto, em destaque, as tarjas vermelhas, o apelo direto ao receptor — aproxima o texto do gênero propaganda. A intergenericidade pretendida põe a nu a intenção de persuadir o receptor pela via do apelo emocional.

Como está em Marcuschi (2008, p. 166), o fato de um gênero assumir aspectos formais de outro gênero "não deve trazer dificuldade alguma para a interpretabilidade, já que impera o predomínio da função sobre a forma na determinação interpretativa do gênero". O que se pretende é o convencimento, pela mentira, de que o botijão de gás está caro por razões alheias à vontade do governo federal, que seria o único dos entes federativos a contribuir para o barateamento do preço desse importante item dos gastos domésticos de milhões de brasileiros[66].

[66]Conforme agência de checagem do Estadão, o corte promovido pelo governo Bolsonaro desonerou a cadeia em exatos R$2,18, o que representa 2,6% do preço total do produto. Além disso, a carga tributária dos estados gira em torno de 14/2% do preço, algo em torno de R$12,07 no valor apresentado na *fake news*. Disponível em: https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/post-engana-ao-afirmar-que-preco-do-gas-so-nao-caiu-significativamente-por-causa-dos-governadores/. Acesso em: 13 jun. 2022.

Assim, viu-se neste capítulo que as notícias falsas de variados formatos. Muitas vezes, além do fio verbal, tais textos lançam mão de imagens, ora meramente ilustrativas, ora importantes para a construção do discurso que materializam. Os gêneros pelos quais são transmitidas as mentiras na internet serão vistos no capítulo seguinte, quando tentaremos fixar um formato de texto em especial como o gênero discursivo *fake news.*

2.3. **O conteúdo temático das fake news**

As *fake news* postadas nas redes sociais e compartilhadas em aplicativos de trocas de mensagens, como temos apresentado neste estudo, têm razões diversas: são apelos, advertências, denúncias de conspirações, ataques a pessoas e instituições inimigas, informações pseudossigilosas etc. O conteúdo temático das *fake news* tem a ver com o caráter supostamente exclusivo da informação e a difusão de teorias da conspiração, que são marcas, junto a outras, desse gênero discursivo digital.

2.3.1. O discurso de ódio

Segundo Samanta Ribeiro Meyer-Pflug[67], doutora em Direito, o discurso de ódio é a manifestação de **"**ideias que incitem a discriminação racial, social ou religiosa em determinados grupos, na maioria das vezes, as minorias*"*. Tal definição fixa-se exclusivamente em casos de discriminação racial, social ou religiosa, sem levar em conta outros alvos dos que se manifestam violentamente contra pessoas e instituições na internet,

Daniel Sarmento[68], doutor em Direito Constitucional conceitua o discurso de ódio como "manifestações de ódio, desprezo ou intolerância contra determinados grupos, motivadas por preconceitos.

---

[67]Disponível em: https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/8138. Acesso em: 5 ago 2022.
[68]Disponível em: http://professor.pucgoias.edu.br/sitedocente/admin/arquivosupload/4888/material/a-liberdade-de-expressao-e-o-problema-do-hate-speech-daniel-sarmento.pdf Acesso em: 8 ago. 2022.

As postagens apresentadas aqui como exemplos de discurso de ódio são aquelas que atacam violentamente a honra e a reputação de pessoas que estão em campo ideológico contrário aos dos enunciadores. Na falta de argumentos plausíveis com os quais os adversários possam ser combatidos em suas ideias, criam-se postagens mentirosas, atribuindo aos atacados crimes, desvios de conduta, ações antiéticas, deslizes morais e toda sorte de acusações infundadas.

Note-se, muitas vezes, o ataque nas redes está conectado a agressões reais, como ocorreu com vereadora Marielle Franco. No mesmo dia em que foi assassinada a tiros, numa rua do Centro do Rio de Janeiro, *fake news* sobre um suposto envolvimento afetivo da líder comunitária com o traficante Marcinho VP começaram a circular massivamente nas redes sociais. Houve também postagens, nos dias seguintes ao crime, em que se afirmava que ela teria sido eleita com ajuda do tráfico do Complexo de Favelas da Maré e de que participaria de cultos demoníacos envolvendo menores de idade, antes das eleições de 2016.

Vejamos um primeiro exemplo do que vimos dizendo até aqui.

Figura 37 - Quem erra

Fonte: INSTITUTO MARIELLE FRANCO. **A verdade sobre Marielle Franco**. Disponível em: https://www.institutomariellefranco.org/verdade-sobre-marielle. Acesso em: 18 jun. 2022.

A vereadora Marielle Franco[69], do PSOL, no Rio de Janeiro, foi alvo de inúmeros ataques nas redes sociais quando de sua candidatura. Mulher, negra e homossexual, oriunda

[69]Marielle Franco se formou pela PUC-Rio, e fez mestrado em Administração Pública pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Sua dissertação teve como tema: “UPP: a redução da favela a três letras”. Foi eleita vereadora da cidade do Rio de Janeiro em 2016. com 46.502 votos, e assassinada em um atentado a tiros ao carro

de uma comunidade pobre da cidade, onde era líder comunitária, foi vítima de notícias falsas desde as eleições. Foi executada por milicianos, não se sabe, ainda, por que razão e a mando de quem.

Note-se que, muitas vezes, o ataque nas redes está conectado a agressões reais, como ocorreu com vereadora Marielle Franco. No mesmo dia em que foi assassinada a tiros, numa rua do Centro do Rio de Janeiro, *fake news* sobre um suposto envolvimento afetivo da líder comunitária com o traficante Marcinho VP começaram a circular massivamente nas redes sociais. Houve também postagens, nos dias seguintes ao crime, em que se afirmava que ela teria sido eleita com ajuda do tráfico do Complexo de Favelas da Maré e de que participaria de cultos demoníacos envolvendo menores de idade, antes das eleições de 2016.

Quem produz e quem compartilha uma publicação como essa espera a aprovação imediata dos que formam com eles os grupos discursivos por onde são disseminadas as notícias falsas. É o discurso que se espera nessas bolhas, em que os participantes comungam crenças, opiniões, medos e ódios, que se expressam nos discursos pelos quais se solidarizam. Compartilhar uma mensagem assim atesta o pertencimento ao grupo e o cumprimento de uma missão, que comprovaria o alinhamento do membro aos princípios da comunidade discursiva da qual merece ou quer fazer parte.

O emissor coloca-se no papel de alguém que detém informações privilegiadas, que sabe algo que os demais não sabem. Além disso, o público-alvo é invisível, ainda que reconhecido, estabelecendo-se uma distância social máxima entre os interlocutores, o que permite ao enunciador pronunciar o que quiser, pois não haverá possibilidade de réplica dos destinatários. O gesto esperado é o compartilhamento pelos que crerem na suposta denúncia feita na mensagem, situação comum no canal/suporte pelo qual a *fake news* circula.

Repare-se que o texto é composto por afirmações peremptórias, segundo o enunciador irrefutáveis: “Usuária de maconha”, “Ex-mulher de Marcinho VP”, “Engravidou aos 16 anos”, “Eleita pelo Comando Vermelho”, “Foi defender facção rival no bairro do Acari...”. No interdiscurso que retroalimenta os novos discursos, num dialogismo perverso, citam-se mensagens e postagens que veiculam notícias falsas de que foi vítima a vereadora assassinada: de que teria sido amante de um líder do tráfico muito conhecido, Marcinho VP, de que teria sido financiada em sua campanha à Câmara dos vereadores do Rio de Janeiro, pela facção criminosa mais potente e letal da cidade, o Comando Vermelho etc.

---

em que estava, junto com o motorista Anderson Gomes, no dia 14/3/2018. Disponível em: https://www.institutomariellefranco.org/ Acesso em: 18 jun. 2022.

Como essas e outras mentiras circularam à exaustão nos grupos de *WhatsApp* e nas redes sociais, quando das eleições municipais de 2018, elas são tomadas como verdades estabelecidas, pelos membros da comunidade discursiva que as criam e compartilham. Além disso, emprestam veridicção ao discurso, construindo a verossimilhança que faz as novas postagens críveis aos que as citam, explícita ou implicitamente, num gesto de intertextualidade retórica, ou fazem referência velada a elas, interdiscursivamente. Pela repetição acrítica de tais mensagens ou dos conceitos que veicula, percebe-se um procedimento padrão nessas comunidades discursivas, que é a repetição, pelo compartilhamento e pelo engajamento, das inverdades que espalha, o que comprova a frase de Goebbels, "uma mentira repetida mil vezes torna-se verdade"[70].

Conforme Foucault

> [Cada sociedade tem seu regime de verdade definido pelos] tipos de discurso que ela aceita e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros ou falsos e, ainda, as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm a função de dizer o que funciona como verdadeiro. (FOUCAULT *apud* SARGENTINI & CARVALHO, 2021, p. 76)

O que move o compartilhamento e alimenta o interdiscurso é o desejo comum dos membros da comunidade discursiva de se municiarem contra uma situação, uma instituição, uma classe ou uma personalidade, como se vê na postagem sobre a vereadora assassinada. Marielle foi alvo, metafórica e literalmente, das milícias, digitais ou não, por representar a ascensão de pessoas que devem ser, na ótica desses grupos, subalternas e, consequentemente, silenciosas, ou romperão o trato de convivência dita pacífica que se estabeleceu no Brasil desde os tempos da colonização portuguesa. Evita-se a discussão, que é substituída pelos ataques contaminados de mentiras e ódio aos inimigos, porque o diálogo certamente deixaria clara a postura misógina, homofóbica e racista dos grupos até aqui hegemônicos.

Os que acolhem tais mensagens como verdadeiras demonstram predisposição para acreditar[71] em algo que confirme as suas desconfianças contra uma pessoa ou instituição, porque a mensagem é construída conforme a postura do enunciador sobre o que será dito, mas também segundo as crenças dos que a receberão.

---

[70] Disponível em: https://super.abril.com.br/historia/quem-foi-joseph-goebbels-lider-nazista-citado-por-secretario-da-cultura/ Acesso em: 30 jun. 2022.

[71] Estamos neste estudo entendendo acreditar em uma mensagem como crer numa notícia, que mesmo não sendo verdade, poderia ser verdadeira.

2.3.2. *As teorias conspiratórias*

As postagens chamadas de *fake news* podem espalhar teorias conspiratórias, supostamente denunciando fatos que a mídia tradicional e o jornalismo profissional não divulgam, por estarem atrelados aos conspiradores.

Como está no Jornal da USP de 18/05/2021,

> teorias da conspiração têm um apelo quase irresistível para algumas pessoas. É como se elas abrissem espaço para uma "explicação" paralela da realidade, ou seja, para uma "outra" verdade, na qual os acontecimentos da sociedade e suas consequências têm suas motivações "ocultas" finalmente "reveladas". Vale dizer que toda teoria da conspiração precisa de "notícias" que lhe deem suporte. É aí que entram as fake news. A desinformação, passada adiante como se fosse um fato noticioso verdadeiro, é um ingrediente imprescindível para as teorias da conspiração "pegarem".[72]

Vejamos um exemplo:

Figura 38 - Isso eles não querem que você saiba

Fonte: CHANG-RAM, K. **Ex-primeiro-ministro japonês Shinzo Abe morre após ser baleado durante discurso.** [S. l.], 7 jul. 2022. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/ex-primeiro-ministro-japones-shinzo-abe-morre-apos-ser-baleado-durante-discurso/. Acesso em: 13 jul. 2022.

O ex-primeiro-ministro do Japão Shinzo Abe morreu no dia 8/7, aos 67 anos, após ser baleado durante um discurso na cidade de Nara, no oeste do Japão. Segundo o secretário-chefe do governo, Hirokazu Matsuno, Abe foi atingido pelos disparos às 11h30, no horário do

[72] Disponível em: https://jornal.usp.br/podcast/fake-news-nao-pod-11nas-teorias-conspiratorias-predominam-a-emocao-e-nao-a-razao/. Acesso em: 22 jul. 2022.

Japão.[73] O político japonês tinha perfil conservador e, por isso, recebeu a imediata solidariedade dos conservadores do lado de cá do mundo. Um suspeito do atentado foi preso no local e, ato contínuo, começaram a circular postagens sobre o suposto assassino, ligando-o à esquerda, como se vê na imagem montada tomada como exemplo. A intenção clara é difundir a ideia de que os políticos conservadores, no mundo todo, são alvo de atentados dos extremistas de esquerda, ligando os adversários a atos violentos, como o promovido por Adélio Bispo dos Santos, réu confesso da tentativa de assassinato do candidato Bolsonaro em 2018, como se mostrou acima.

Outro exemplo de *fake news* que se vincula às teorias conspiratórias está descrita a seguir.

Figura 39 - Pessoas sérias

"Esse relatório saiu há alguns dias. Lógico que a imprensa não vai divulgar. Eu tenho três jornalistas que eu converso, não vou falar o nome deles, que são pessoas sérias, né. E já passei para eles. E devo divulgar hoje à tarde. E como é do Tribunal de Contas da União, ninguém queira me criticar por causa disso"

Jair Bolsonaro
presidente, a apoiadores na frente do Palácio da Alvorada, no dia 7 de junho de 2021

Fonte: BERGAMO, M. **Ministros do TCU ficam escandalizados com manipulação de informações da covid que Bolsonaro diz ter passado a jornalistas.** [S. l.], 7 jun. 2021. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2021/06/ministros-do-tcu-ficam-escandalizados-com-manipulacao-de-informacoes-da-covid-que-bolsonaro-diz-ter-passado-a-jornalistas.shtml. Acesso em: 14 nov. 2022.

Segundo reportagem do Nexo Jornal[74], circulava pelo aplicativo *WhatsApp*, em grupos de apoio a Bolsonaro, um documento que teria sido produzido pelo Tribunal de Contas da União, replicado pelo próprio presidente no início de junho de 2021 como suposta prova de que estados e municípios estariam inflando o número de casos de covid-19 no Brasil.

[73] Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/ex-primeiro-ministro-japones-shinzo-abe-morre-apos-ser-baleado-durante-discurso/. Acesso em: 13 jul. 2022.
[74] Disponível em: https://www.nexojornal.com.br/expresso/2021/08/17/Como-Bolsonaro-emula-o-%E2%80%98tio-do-zap%E2%80%99-com-teorias-conspirat%C3%B3rias Acesso em: 22 jul. 2022.

Conforme registro na grande imprensa, o TCU desmentiu a publicação, e o próprio auditor que produziu o texto, Alexandre Figueiredo Costa e Silva Marques, reconheceu, no dia 17/8/21, à CPI da Covid, não haver indícios de fraude nos dados que coletou.

O boato ganhou enorme divulgação a partir do momento em que o funcionário do Tribunal repassou o suposto documento a seu pai, Ricardo Silva Marques, coronel reformado do exército, colega de turma de Bolsonaro, em 1977, na Aman[75]. O militar, que ocupa desde 2019, cargo de primeiro escalão, na Petrobras, postou o relatório em grupos bolsonaristas e o enviou diretamente ao presidente da república, que não titubeou em compartilhá-lo em redes sociais e em conversas com apoiadores, na entrada do Palácio da Alvorada, no lugar a que se convencionou chamar de cercadinho[76].

No comentário do Presidente Bolsonaro feito aos seus apoiadores, percebem-se alguns traços típicos de suas falas: o tom irônico "...ninguém queira (sic) me criticar por causa disso", a modalização "Lógico (marca de interferência no próprio discurso introduzida pelo enunciador) que a imprensa não vai divulgar" e a referência a um suposto segredo "eu tenho três jornalistas que eu converso (sic), que são pessoas sérias, né".

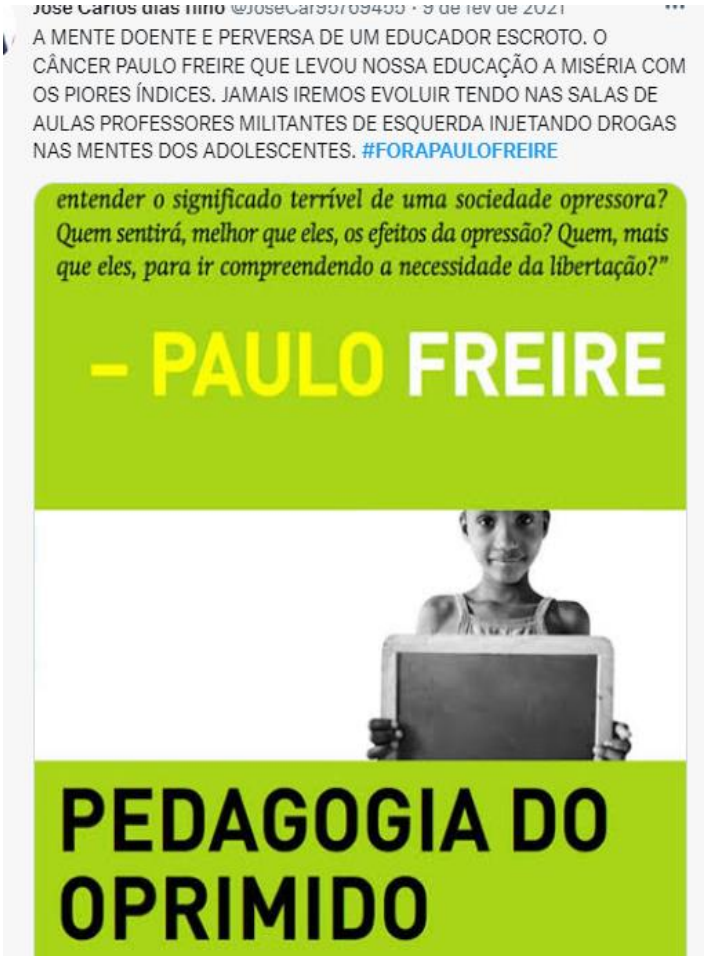
Observemos com atenção as imagens que estão nas Figuras 40, 41 e 42. Elas são reprodução de postagens feitas no *Twitter*.

---

[75] Academia Militar das Agulhas Negras, importante instituição de ensino superior subordinada ao Exército Brasileiro, localizada na cidade de Resende, no Norte Fluminense. Disponível em: http://www.aman.eb.mil.br/. Acesso em 13 nov. 2022.

[76] Disponível em: https://istoe.com.br/cercadinho-de-bolsonaro/. Acesso em: 18 jul. 2022.

Figura 40 - Mente doente e perversa



Fonte: FORA PAULO FREIRE. [S. l.], 9 fev. 2021. Facebook: @Fora-Paulo-Freire. Disponível em: https://www.facebook.com/people/Fora-Paulo-Freire/100067240327020/. Acesso em: 15 nov. 2022.

Figura 41 - Mais uma lepra

Fonte: FORA PAULO FREIRE. [S. l.], 11 nov. 2018. Facebook: @Fora-Paulo-Freire. Disponível em: https://www.facebook.com/people/Fora-Paulo-Freire/100067240327020/. Acesso em: 15 nov. 2022.

Figura 42 - Pátria estúpida

Fonte: FORA PAULO FREIRE. [S. l.], 9 fev. 2021. Facebook: @Fora-Paulo-Freire. Disponível em: https://www.facebook.com/people/Fora-Paulo-Freire/100067240327020/. Acesso em: 15 nov. 2022.

Um dos alvos prediletos da extrema-direita é o educador Paulo Freire. Ataques são postados sobre o idealizador da Pedagogia do oprimido desde sempre, mas multiplicaram-se nos últimos anos, a partir da guinada à direita que se efetuou na política brasileira e que se refletiu nas eleições de 2018 e 2020. Percebe-se, nos exemplos apresentados acima, o discurso autoritário, em que são restritas a chances de o destinatário discordar dos supostos fatos apresentados pelo autor ou de formar opinião diferente da que é expressa na mensagem.

Nos exemplos acima, o enunciador não deixa dúvidas em relação ao seu posicionamento ideológico, que o expressa pela utilização de sequências atreladas ao educador pernambucano e ao seu método pedagógico, como "O maior causador de microcefalia no Brasil", "mais uma lepra", "desastroso", "praga comunista pestilenta", "mente doente e perversa", "professores militantes de esquerda", recheadas de imprecações, e pela utilização predominante das construções ser + atributo/estado: "**é** mais uma lepra", "Se **é** bom", "**é** desastroso", "**é** um dos causadores" e "**foi** pior".

As postagens, além do discurso de ódio que transmitem, estão fincadas em acusações falsas, como "O maior causador de microcefalia no Brasil", "com a pátria educadora o (sic) derrocada foi pior" e "levou nossa educação a (sic) miséria com os piores índices".

O discurso de ódio, como se procurou demonstrar nesta seção, é uma espécie de *fake news* que ultrapassa muitos os limites da liberdade de expressão, estatuto no qual muitos dos que o disseminam tentam se escudar. Ele é nocivo e danoso sob todos os aspectos, e tem merecido atenção redobrada das autoridades jurídicas do país, como se percebe na conduta do Ministro do Supremo Tribunal Federal, Alexandre de Moraes, que é relator do inquérito sobre as *fake news*[77] instalado naquela corte em 14/03/2019.

[77] Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/politica/6-pontos-para-entender-a-investigacao-de-fake-news-no-stf-que-chegou-a-bolsonaro/. Acesso em: 12 jul. 2022.

3. OS GÊNEROS DISCURSIVOS: CONFIGURAÇÃO E FUNÇÃO

A partir deste ponto, passamos à configuração das *fake news* como um gênero discursivo. De acordo com Marcuschi (2008, p. 84), está situado entre o discurso e o texto e é visto por ele como prática social e prática textual-discursiva.

A palavra *gênero*, conforme Bawarshi & Reiff (2013, p. 16), vem de duas palavras do latim: *genus*, que significa espécie, classe de coisas, e *gener*, que significa gerar. São esses dois significados originais que nos permitem compreender a dupla significação dela nos estudos linguísticos. Podemos usá-la para dividir e classificar espécies de textos e outros objetos culturais. Mas também podemos entender gênero como aquilo que gera, forma, consubstancia uma prática. Portanto, os gêneros podem ser entendidos como rótulos e um contributo decisivo para a construção de sentido de um texto, numa situação dada, porque eles tanto organizam os textos e os sentidos atravessados por eles como os geram.

Para Rodrigues,

> os gêneros correspondem a situações de interação verbal típicas (mais ou menos estabilizadas e normativas): cada gênero está vinculado a uma situação social de interação, dentro de uma esfera social; tem sua finalidade discursiva, sua própria concepção de autor e destinatário (...). (RODRIGES, 2005, p. 165)

Assim, preferimos, neste estudo a denominação *gêneros discursivos* à sua concorrente, *gêneros textuais*, por achar a primeira mais afeita ao que se pretende demonstrar aqui.

Toda vez que, ao falar ou escrever, para nos manifestarmos numa situação sociodiscursiva, seja em que ambiente for, fazemos isso por meio de um gênero, pois os gêneros encontram-se vinculados à atividade humana, ao surgimento e à relativa estabilização de novas situações sociais de interação verbal, que exigem novos formatos de textos, com função, destinatário(s), situação e contexto próprios.

Segundo Marcuschi, os gêneros "são entidades sociodiscursivas e formas de ação social incontornáveis em qualquer situação comunicativa".

> Caracterizam-se como eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos. Surgem emparelhados a necessidades e atividades socioculturais, bem como na relação com inovações tecnológicas, o que é facilmente perceptível ao se considerar a quantidade de gêneros textuais hoje existentes em relação às sociedades anteriores à comunicação escrita. (MARCUSCHI *apud* DIONISIO, 2010, p. 19)

Os gêneros circulam em ambientes nos quais estão fincados e em situações para as quais foram criados. Envolvem interlocutores que compartilham mensagens por meio de

textos reconhecidos como legítimos e pertinentes naqueles contextos e que cumprem funções específicas para aquela comunidade discursiva, obedientes ao escopo ideológico dela.

Bakhtin afirma que

> o emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana. Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, mas, acima de tudo, por sua construção composicional. Todos esses três elementos — o conteúdo temático, o estilo, a construção composicional — estão indissoluvelmente ligados no todo do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um determinado campo da comunicação (BAKHTIN, 2016, pp. 11-12).

O gênero é, pois, um evento comunicativo que serve a um propósito. Ou seja, ele está destinado a servir a uma causa, uma finalidade, e tem um endereçamento específico, um destinatário que está apto a receber a comunicação e fazer com ela o que está acordado no ambiente em que circula. Ele tem uma razão/lógica própria e é dotado das convenções esperadas e manifestadas nele. É ainda limitado por restrições de conteúdo e marcado pelo posicionamento ideológico do enunciador, expresso nas escolhas lexicais que são feitas, além de ter uma forma própria, reconhecida na comunidade discursiva na qual nasce e pela qual transita.

As escolhas lexicais e a forma que assume fazem com que a postagem seja reconhecida e aceita pelos membros da comunidade discursiva, portanto, apta ao compartilhamento que se dá a seguir.

Uma mensagem recebida por um receptor e retransmitida (compartilhada) constitui comunicação, pois o compartilhamento é o *feedback*, que se inicia pelas manifestações de concordância com o teor da comunicação, mesmo que por meio de *emojis* e *emoticons* que signifiquem concordância, aplauso e viva adesão ao que está dito nela.

É necessário que o emissor da mensagem saiba quem é o receptor, para adaptar a linguagem, o conteúdo e o formato dela a ele, ou não haverá compartilhamento. O emissor deverá adaptar a linguagem, o ritmo e a qualidade das explicações ao auditório/plateia a que se destina, para adequar suas convicções às possibilidades de apreensão do público. A escolha vocabular deve, portanto, atender a essa estratégia discursiva, utilizando-se termos que agucem o interesse do destinatário ou que lhe sejam caros, por representarem as crenças dos receptores e os mobilizem a participar da militância virtual em que estão todos engajados.

Conforme Bakhtin (2008), o simples ato de retransmitir a mensagem já é marca da subjetividade do interlocutor. Ele “concorda ou discorda do conteúdo (total ou parcialmente), completa-o, aplica-o, prepara-se para usá-lo” (BAKHTIN, 2008, p. 271).

A mensagem passada adiante é a prova de que o destinatário reagiu àquele texto e, portanto, passa a ser autor, produtor de sentido também. E é justamente aqui que a ideia da credibilidade do suporte se encontra com a responsabilidade ética: repassando uma *fake news*, o leitor-compartilhador empresta aspectos da sua identidade, sua credibilidade, sua leitura de mundo, seus anseios e desejos para aquele texto que leu (se leu) e compartilha. Portanto, as *fake news* ressignificam a partir de cada novo compartilhamento.

Como se vê, o gênero é construído para atender às condições específicas e às finalidades do referido campo no qual circula, como está expresso no pensamento de Bakhtin. Os três elementos de que se compõe um gênero, conforme o linguista russo, estão presentes em cada um dos textos mentirosos que circulam abundantemente nas redes sociais e pelos aplicativos de mensagens.

Volochinov assevera que

> a constituição dos gêneros encontra-se vinculada à atividade humana, ao surgimento e (relativa) estabilização de novas situações sociais de interação verbal. Em síntese, os gêneros correspondem a situações de interação verbal típicas (mais ou menos estabilizadas e normativas): cada gênero está vinculado a uma situação social de interação, dentro de uma esfera social; tem finalidade discursiva, sua própria concepção de autor e destinatário. (VOLOCHINOV, 2005, p. 165)

Cada esfera, segundo Rodrigues (2005, p. 165), tem repertório de gêneros particulares que se diferencia e cresce à medida que a própria esfera se desenvolve e se complexifica. Por isso, os gêneros se atualizam continuamente, para atender aos propósitos da esfera a que servem. Bakhtin (*apud* RODRIGUES, 2005, p. 166) diz, a respeito disso, que o gênero sempre é e não é ao mesmo tempo; sempre é novo e velho ao mesmo tempo.

Os gêneros, como se tem procurado mostrar, são atividades sociais da linguagem (FARACO *apud* RODRIGUES, 2005, p. 166), modos de significar o mundo. Pelo gênero, os falantes posicionam-se no mundo em relação ao outro a quem se destina a mensagem que os vincula, o eu emissor e o tu receptor, hierárquica e socialmente. Se para o emissor, o gênero estabelece índices sociais que norteiam construção composicional do texto, para quem recebe o gênero, estabelece-se um horizonte de expectativas discursivas e sociais da significação da mensagem.

Conforme Bakhtin (*apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 42), os gêneros podem ser primários, numa comunicação não mediada, em que há uma relação direta com a realidade, como na carta, no diálogo, nas orações e nos contratos, e secundários, que são mais complexos, como o romance, a pesquisa, o teatro.

Assim, ainda que os gêneros possuam traços que os distinguem mutuamente, um gênero, em algumas situações, por razões diversas, traveste-se de um gênero diferente,

fortuitamente, ou constrói-se a partir de outro, servindo-se de algumas características dessa materialidade original, mas ganhando vida própria, em formato, conteúdo e propósito, pois, como está em Marcuschi (2008, p. 163), citando Bakhtin, “os gêneros se imbricam e se interpenetram para constituírem novos gêneros”.

Para Marcuschi

> os gêneros textuais são os textos que encontramos em nossa vida diária e que apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por composições funcionais, objetivos enunciativos e estilos concretamente realizados na integração de forças históricas, sociais, institucionais e técnicas. (MARCUSCHI, 2008, p. 155)

Os gêneros textuais também são enquadrados, segundo Marcuschi (2008), como um sistema de controle social. Nesse caso, são atividades discursivas socialmente estabilizadas, se prestando aos variados tipos de controle social e exercício de poder. Assim, a ideia de que somos livres é irreal, visto que somos seres sociais e a sociedade nos molda sob vários aspectos, conduzindo-nos a determinadas ações:

> Desde que nos constituímos como seres sociais, nos achamos envolvidos numa máquina sóciodiscursiva. E um dos instrumentos mais poderosos dessa máquina são os gêneros textuais, sendo que seu domínio e manipulação depende boa parte da forma de nossa inserção social e de nosso poder social (MARCUSCHI, 2008, p. 156).

Neste ponto, percebe-se que compreender a língua como um instrumento meramente comunicativo e informacional deve ser deixado de lado, pois as atividades discursivas valem-se da língua para a construção de textos como forma de controle social e cognitivo; ou seja, quando se quer exercer qualquer tipo de poder e influência, recorre-se ao discurso para isso.

O gênero discursivo *fake news* constrói-se, por isso, calcado em outros formatos de textos, atualizando-se quanto à forma, para continuar fiel ao propósito a que tem de atender.
É preciso levar em conta, na determinação do gênero, o contexto cultural e situacional em que o gênero funciona, os propósitos sociais a que serve, de que modo os elementos estruturais refletem suas funções e como os traços linguísticos realizam essas funções. Teríamos então como elementos balizadores na formação desses “tipos relativamente estáveis de enunciados” (BAKHTIN, 2016, p. 12), os gêneros do discurso, o tripé contexto, propósito e estrutura.

Por isso, não nos interessa mais um estudo dos gêneros apenas por seus traços formais, pois eles servem a propósitos sociais e a modos sociais de conhecer e de ser do sujeito que, com eles, por meio de textos tipificados, tornam-se aptos a agir no mundo. Tais textos, os gêneros, estão indissociavelmente relacionados a esses propósitos, desvinculados dos quais perdem sua razão de ser. Além disso, os gêneros circulam em ambientes específicos, nos

quais surgem e aos quais alimentam. Por isso, os falantes de uma língua devem saber quando, por quê e onde usar os gêneros.

Os gêneros discursivos são produtos de atividades sociais e ferramentas para realizar ações, que envolvem propósitos e razões. Os primeiros determinam as intenções, ou seja, para que servem, ou que interesse pretendem atingir. As segundas determinam as motivações, ou seja, por que são realizadas as ações, por meio dos gêneros.

Os gêneros, para Kress, (*apud* BALOCCO, 2005, p. 65) são textos que codificam os traços característicos e as estruturas dos eventos sociais, bem como os propósitos dos participantes discursivos envolvidos naqueles eventos. Diz o autor que "a linguagem sozinha não é mais suficiente (...) para aqueles interessados na construção e reconstrução social do significado." É preciso, segundo ele, "analisar a forma como a linguagem e os elementos visuais articulam-se num texto, funcionando como ancoragens para leituras ideologicamente marcadas."

Em sua obra, depreende-se a concepção da natureza da linguagem como uma prática social, afetada pela ideologia, pela cultura, ou seja, por variáveis históricas e culturais, o que muito nos interessa neste estudo. Percebe-se, por suas análises, que aquilo que é considerado senso comum, em certo momento histórico, numa dada cultura, reflete e constrói os valores de grupos sociais dominantes naquela cultura (*apud* BALOCCO, 2005, p. 68).

Os membros da comunidade discursiva em que a mensagem é compartilhada reconhecem seu propósito e a sua construção como legítimos, o que a aproxima do protótipo esperado para esse tipo de texto, que ganha o salvo-conduto para circular no ambiente e para ser compartilhado em outras comunidades discursivas do mesmo conteúdo ideológico.

Para Campbell e Jamieson,

> os gêneros são identificados como surgindo numa relação dinâmica com situações percebidas e historicamente fundadas. O que confere ao gênero seu caráter distintivo é a "fusão" ou "constelação" de formas substanciais e estilísticas que emergem em resposta a uma situação recorrente" (*apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 88)

E de acordo com Kress (*apud* BALOCCO, 2005, p. 68), "o texto é duplamente determinado: pelos significados sociais dos discursos que nele figuram e pelas formas, significados e restrições de determinado gênero."

As posições do sujeito emergem, segundo Kress, das relações sociais que se estabelecem no discurso. A cada gênero, correspondem papéis do sujeito ou lugares de fala para os participantes do discurso, com direitos e deveres. "Esses lugares de fala são, em grande medida, determinados pelo acesso diferencial dos participantes discursivos a determinados saberes, ou conhecimentos."

Assim, temos, segundo a proposta de Kress para o estudo dos gêneros, e exemplificada nos textos trazidos à discussão, três fatores constitutivos dos gêneros: 1) lugares de fala dos participantes discursivos; 2) propósito ou finalidade reconhecida; 3) organização textual (marcadores temporais, escolhas lexicais, adjetivações).

Miller (2012, p. 29) entende o gênero como ação social. Para ela, os gêneros são ações retóricas tipificadas baseadas em situações recorrentes. Segundo a autora, podemos estabelecer relação entre os gêneros e a maneira como construímos, interpretamos e agimos nas situações para "identificar e localizar os gêneros em seus ambientes de uso, para descrever as ações que os gêneros ajudam os indivíduos a produzir nesses ambientes".

Uma situação recorrente exige resposta em forma de gênero, como uma ação retórica, uma forma de interpretação social. Os gêneros são mediadores entre situações e ações. Conforme Miller (*apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 94), definir os gêneros como ações retóricas significa reconhecê-los como formas de interpretação social que tornam possíveis certas ações.

Para Bitzer (*apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 93), a situação retórica existe *a priori* (é ontológica) em relação ao discurso retórico dos retores. Para a autora, a situação retórica é "uma imperfeição marcada pela urgência (...), um defeito, um obstáculo, alguma coisa à espera de ser feita, algo que não é o que devia ser".

Confira o exemplo no quadro abaixo:

Figura 43 - Quadro-exemplo

Situação	**Ambiente**	**Gênero**	**Ação**
Necessidade de trancar matrícula	Universitário	Requerimento escolar	Pedido do emissor e aceite da instituição e trancamento da matrícula.
Necessidade da poda de árvores de uma rua	Urbano	Requerimento público	Pedido do contribuinte e aceite do órgão responsável pela poda das árvores.
Necessidade de marcação de um exame	Ambulatorial (médico).	Requerimento ao plano de saúde	Pedido do emissor e aceite da operadora, com a consequente autorização do procedimento.

Fonte: O autor, 2022.

Constata-se em Bawarshi & Reiff (2013, p. 103) que os gêneros são ações sociais (como modos tipificados de agir em situações recorrentes e como artefatos culturais que têm algo a dizer sobre como uma determinada cultura configura situações e modos de agir). Assim, para Baltar *et al*.

> As ações humanas devem ser tratadas em suas dimensões sociais e discursivas, considerando-se a linguagem como a principal característica da atividade social

> humana, já que os seres humanos interagem a fim de comunicar, através de atividades coletivas de linguagem e de ações individuais, consolidadas em textos de diferentes gêneros. (BALTAR *et al*. *apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 99)

Como se percebe, a linguagem adapta-se ao contexto da situação, e os gêneros adaptam-se a essa situação, assumindo padrões textuais que proporcionariam os objetivos pretendidos pelo enunciador.

Conforme Halliday, há três variáveis de configuração contextual:

> 1. Campo do discurso ou a natureza da prática social realizada pela linguagem (...); 2. a natureza da relação entre os participantes do discurso e os papéis de agente, controle e distância social (...) e 3. a natureza do modo do discurso, (que leva em conta) o papel desempenhado pela linguagem, o compartilhamento entre os participantes, o canal e o meio. (HALLIDAY *apud* MOTA-ROTH e HEBERLE, 2005, p. 17)

O campo do discurso e o tipo de ato que está sendo realizado por ele, a natureza da relação entre os participantes do discurso (pai e filho, autor e leitor, especialista e plateia, amigo e amigo) e o modo como o discurso se materializa (dialógico ou monológico, escrito ou falado, com ou sem contato visual) "permitem-nos fazer previsões sobre qualquer texto apropriado a um dado contexto e de qualquer texto que possa ser considerado em potencial de um gênero específico. (MOTTA-ROTH e HEBERLE, 2005, p. 17)

Segundo Azeredo,

> Os textos são produzidos para serem recebidos/interpretados por um ou vários destinatários (...) (e) realizam um propósito comunicativo do seu enunciador, mediante a modalidade, que expressa a atitude do enunciador relativamente ao conteúdo ou ao destinatário da mensagem. (AZEREDO, 2018, p. 44)

Os gêneros, ainda que possam ser elásticos na forma, sempre apresentam, segundo Azeredo (2018, p. 69), aspectos organizacionais, temáticos e estilísticos que os padronizam e os legitimam como peças comunicativas pertinentes.

Para Azeredo,

> qualquer evento social — seja um encontro casual entre dois conhecidos que trocam cumprimentos banais, seja uma solenidade de formatura, na qual se façam muitos discursos — se desenrola, portanto, mediante a troca de sinais organizados em sistemas compartilhados por pelo menos dois indivíduos. Em uma dimensão mais ampla, qualquer evento se baseia necessariamente em algum modelo comportamental ou esquema que define papeis sociais, torna previsíveis certos atos e legitima um certo modo de se expressar. (AZEREDO, 2018, p. 37)

Os gêneros, para Swales (*apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, pp. 65-66), "são ações linguísticas e retóricas que envolvem o uso da linguagem para comunicar algo a alguém, em algum momento, em algum contexto e para algum propósito, que é a propriedade privilegiada do gênero".

Segundo o autor (idem, 2013, p. 65), o gênero compreende uma classe de eventos comunicativos, cujos exemplares compartilham os mesmos propósitos comunicativos. Os gêneros, para ele, são eventos linguísticos e retóricos tipificados pelos membros de uma comunidade discursiva, a fim de atender a atingir os objetivos comunicativos compartilhados.

Um evento, para Swales (*apud* HEMAIS & BIASE-RODRIGUES, 2005, p. 112), é uma situação em que a linguagem verbal tem um papel significativo e indispensável, constituído do discurso, dos participantes. Da função do discurso e do ambiente em que o discurso é produzido e recebido.

Assim, pode-se dizer, com Bawarshi & Reiff (2013, p. 94), que os gêneros são ações retóricas e formas de interpretação social que tornam possível certas ações. Bronckart (*apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 99), entende que as ações humanas devem ser tratadas em suas dimensões sociais e discursivas, considerando-se a linguagem como a principal característica da atividade social humana. Segundo ele, os seres humanos interagem a fim de se comunicar, através de atividades coletivas de linguagem e de ações individuais, consolidadas em textos de diferentes gêneros.

Burke (*apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 84) entende o uso da linguagem como um meio simbólico de induzir à identificação e à cooperação seres que por natureza reagem a símbolos. Na guerra cultural incessante que se trava no Brasil, neste momento, a simbologia tem papel fundamental. As camisas amarelas da seleção brasileira caracterizam os eleitores de direita e se contrapõem às camisas vermelhas dos eleitores de esquerda. O gesto que simula uma arma, de apoio ao presidente Bolsonaro, ou o gesto que indica apoio ao ex-presidente Lula dividem os simpatizantes de um e de outro candidato à eleição de 2022.

Para Valente (1997), chama-se semiologia ou semiótica, a ciência geral dos signos. O primeiro termo foi utilizado por Ferdinand de Saussure, linguista genebrino; o segundo pelo norte-americano Charles Sanders Peirce. Saussure e Peirce foram contemporâneos e desenvolveram seus estudos no final do século XIX e início do século XX, sem que um tomasse conhecimento da obra do outro. (1997, p. 14)

Conforme Bakhtin,

> é impensável afastarmos do estudo das ideologias a reflexão acerca dos signos, visto formarem, praticamente, uma unidade. Há entre eles tal relação de dependência que a possibilidade de compreender os valores e ideias contidas nos discursos implica reconhecer a natureza dos signos que os constroem. (BAKHTIN apud CITELLI, 2004, p. 27)

Uma situação retórica, para Bitzer é

> um complexo de pessoas, eventos, objetos e relações que apresentam uma exigência real ou potencial, que pode ser removida completa ou parcialmente se o discurso

> introduzido na situação pode constranger a decisão ou a ação humana de tal forma a gerar uma modificação significativa na exigência. (BITZER *apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 86)

Segundo Meyer (2008, p. 57), a informação implícita ou pressuposta nunca é, por definição, apresentada como conteúdo essencial da reflexão. Se não há uma tese expressa, o destinatário encontra dificuldades para contestá-la, pois essas objeções não poderão incidir sobre algum ponto nitidamente exposto, mas sobre dados bastante vagos que se encontram, muitas vezes, na base do raciocínio, obrigando-o, assim, a questionar todo o sistema de valores do locutor.

Garcia (2002, p. 380) ensina que texto argumentativo é aquele em que defendemos uma ideia (uma opinião ou ponto de vista, uma tese), procurando (por todos os meios) fazer com que o nosso ouvinte/leitor a aceite, creia nela. Argumentar é convencer ou tentar convencer mediante a apresentação de razões, em face da evidência das provas e à luz de um raciocínio lógico e consistente.

Portanto, para convencer, empregamos estratégias argumentativas, que são todos os recursos (verbais e não verbais) utilizados para envolver o leitor/ouvinte, para impressioná-lo, para convencê-lo, para persuadi-lo mais facilmente, para gerar credibilidade etc. Como peças argumentativas, as *fake news* são organizadas para convencer os destinatários a ponto de levá-los ao compartilhamento das postagens que lhes chegam em suas redes sociais ou em seus *smartphones*.

Nesse ponto, é preciso retomar o que nos disse Ab'Saber no capítulo 2:

> (...) vimos emergir um sistema de intensidades psicopolíticas e certos circuitos simbólicos que produziram uma configuração extremada e distorcida de realidade política brasileira. Disso decorre a emergência de um extremismo que tem determinadas formas de intensidade e determinadas formas retóricas, imagens do mundo e da política, que produziram a energia política do movimento da opinião pública à direita. (AB'SABER, 2021, p. 45)

Para Abreu, argumentar

> é colocar-se no lugar do outro e constituir-se do espaço do outro, tudo de uma forma colaborativa para assim chegar no êxito do que se quer atingir, neste sentido entendo que argumentar é convencer o outro, e assim construir sua verdade em cima da verdade do outro. Argumentar é, pois, em última análise, a arte de, gerenciando informação, convencer o outro de alguma coisa no plano das ideias e de, gerenciando relação, persuadi-lo, no plano das emoções, a fazer alguma coisa que nós desejamos que ele faça. (ABREU, 2013)

Não se pode deixar de lado a "vontade de verdade" a que se referem Sargentini e Carvalho:

> Nos últimos anos, os regimes de verdade passam por mudanças referentes sobretudo aos mecanismos e às instâncias de verificação da veracidade dos discursos. A proliferação de notícias contestáveis, de enunciados produzidos em situação de falso

> contexto ou de falsas conexões atende a vontades de verdade sustentadas pelo mercado, pelos grupos religiosos, pelos poderes dominantes. (SARGENTINI & CARVALHO, 2021, p. 76)

Segundo Burke (2013, p. 84), a retórica permite que os seres humanos atuem na realidade social e que a construam, usando a linguagem simbolicamente para estabelecer identificação e induzir à cooperação. Os gêneros atuam como meios simbólicos de estabelecer identificação e cooperação social. São, segundo Miller (2012, p. 15), modos de reconhecer, responder e agir de maneira significativa e consequente em situações recorrentes e ajudando a reproduzi-las. São, ainda, modos retóricos tipificados de interagir em situações recorrentes.

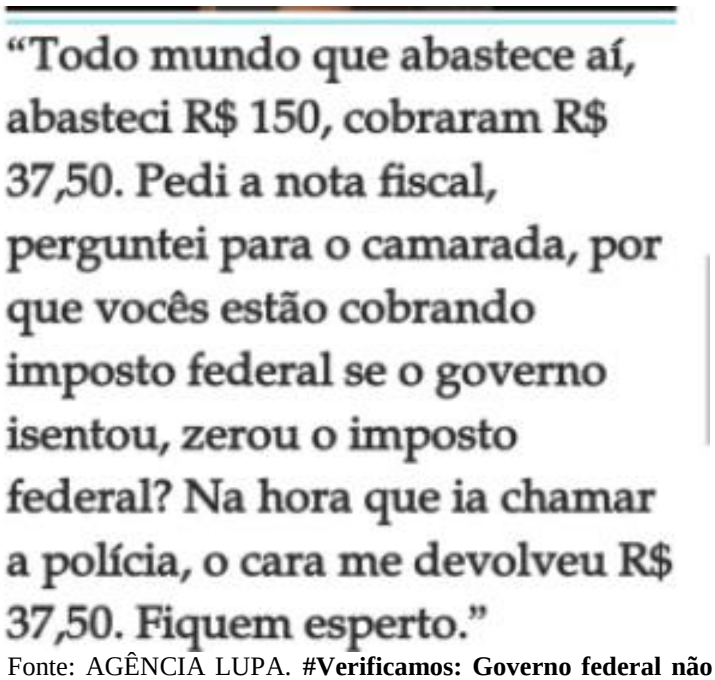
3.1. **Fake news e notícias falsas – diferenças genéricas**

A mentira circula nas redes sociais e pelos aplicativos de trocas de mensagens em textos de variados formatos. Ela pode ser proferida na forma de um gênero primário, em mensagens no *WhatsApp*, em textos escritos especificamente para o *Facebook*, num tuíte ou numa postagem do *Instagram* e, até mesmo, em textos audiovisuais, próprios para plataformas de vídeo como o *Youtube*. Pode-se contar uma mentira, espalhar um boato ou divulgar uma falácia de várias maneiras, em gêneros diversos, como nas conversas ao telefone, numa roda de amigos, num bar, por meio de bilhete, de anúncios publicitários, em memorandos e por e-mail. Portanto, a mentira tem muitas faces textuais, mas nem todas consideraremos *fake news*, que buscaremos configurar como um gênero discursivo na próxima seção.

Apresentaremos, a seguir, textos que, em gêneros diferentes, veiculam mentiras e que são de modo geral, chamadas de *fake news*, nomeação que usaremos apenas para os as comunicações que considerarmos pertencentes ao gênero discursivo *fake news*, apresentados na segunda parte desta seção.

3.2. **A mentira e suas diversas faces textuais – as notícias falsas**

Figura 44 - Fiquem esperto



Fonte: AGÊNCIA LUPA. **#Verificamos: Governo federal não zerou impostos de etanol e gasolina para postos de combustíveis.** [S. l.], 11 mar 2021. Disponível em: http://minaspetro.com.br/noticia/verificamos-governo-federal-nao-zerou-impostos-de-etanol-e-gasolina-para-postos-de-combustiveis/. Acesso em: 13 jun. 2022.

A mensagem reproduzida acima apresenta o suposto depoimento de um consumidor que teria testemunhado, ao abastecer seu veículo num posto de gasolina, um golpe, com o acréscimo, no preço final do produto, de valores indevidos, já que, segundo a crença da bolha a que se destina essa comunicação, teria havido um corte nas taxas federais que incidem sobre o preço dos combustíveis. A linguagem descomprometida, próxima da oralidade e dos gêneros primários, tem a intenção de revelar a urgência de um cidadão em alertar seus pares para o cometimento de um crime contra o consumidor, com a intenção subliminar, segundo o enunciador, de prejudicar a imagem do presidente Bolsonaro. Repare-se na referência indireta à Petrobras[78], pela utilização do slogan de propaganda de seus postos, o "abastece aí!"[79]

O motivo da mensagem é, supostamente, alertar os pares para a cobrança indevida de um valor no preço final da gasolina. A intenção — o propósito — é mobilizar apoiadores do presidente, para que compartilhem a mensagem e mobilizem outros membros da comunidade discursiva para o suposto ilícito.

---

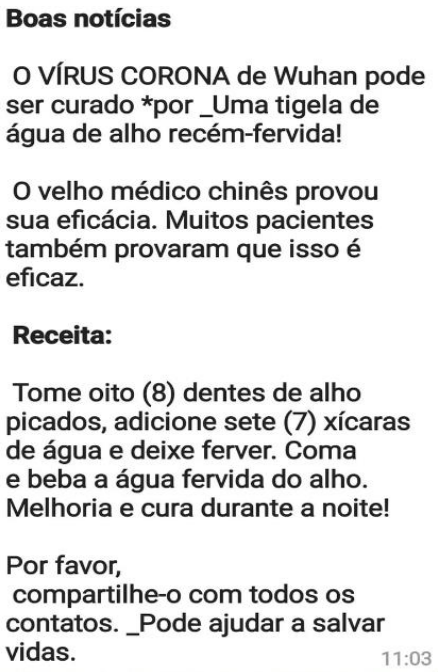
[78] O presidente da empresa estatal no último ano do Governo Bolsonaro entrou em rota de colisão com o chefe do executivo por adotar política de custos atrelada aos valores do petróleo no mercado internacional, o que elevou o preço do diesel e da gasolina nas bombas a níveis estratosféricos.

[79] Disponível em: http://minaspetro.com.br/noticia/verificamos-governo-federal-nao-zerou-impostos-de-etanol-e-gasolina-para-postos-de-combustiveis/. Acesso em: 13 jun. 2022.

Não nos parece que a mensagem reproduzida acima, que veicula uma mentira, possa ser considerada pertencente ao gênero discursivo *fake news* que, como tentaremos demonstrar adiante, apresenta ordenamento linguístico-discursivo diferente. Esse texto, apesar de o conteúdo dele ser mentiroso, não constitui uma *fake news*, o gênero discursivo que estamos buscando categorizar nesta seção. Ele pertence ao gênero mensagem de *WhatsApp*, constituído por texto breve, com traços de oralidade, dirigido a um destinatário específico, conhecido, ou a um grupo de pessoas igualmente conhecidas — colegas de trabalho, familiares, membros de uma congregação religiosa, vizinhos etc.

Vejamos outro exemplo de notícia falsa, veiculada por gênero específico.

Figura 45 - A cura

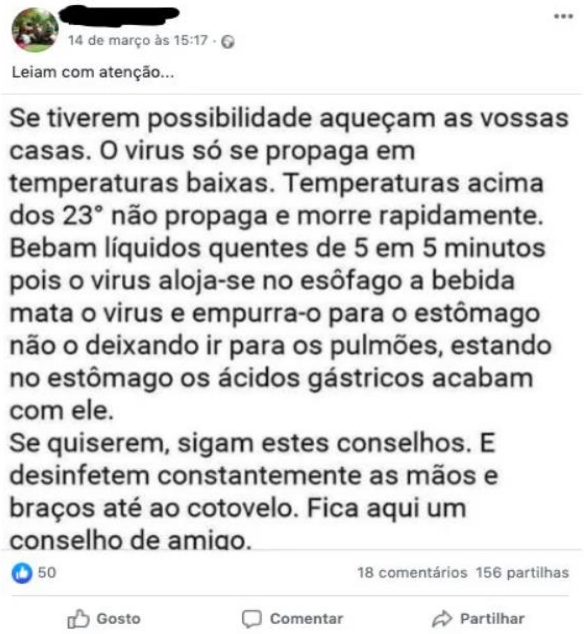


Fonte: PENELA, R. **Fact Check.** Coronavírus pode ser curado com uma tigela de água de alho? Aplicativo de mensagens instantâneas (reprodução). [S. l.], 6 fev. 2020. Disponível em: https://observador.pt/factchecks/fact-check-coronavirus-pode-ser-curado-com-uma-tigela-de-agua-de-alho/. Acesso em: 15 nov. 2022.

A mensagem na Figura 45 cria e espalha um boato sobre a suposta propriedade curativa do alho em relação ao covid-19. O eu emissor posiciona-se diante do tu receptor como alguém que detém uma informação a que o destinatário não tem acesso: a possibilidade de curar-se do vírus que atemorizava a todos, no ano de 2020, pelo uso de uma receita caseira simples. Notem-se os termos “Vírus Corona de Wuhan” e a utilização de um argumento de autoridade, o “velho médico chinês”, que daria veracidade à informação.

Aprofundaremos adiante um procedimento comum às mentiras que circulam nas redes, o de assumirem características de outros gêneros em sua composição e das razões para esse procedimento retórico. Na Figura 46, temos uma postagem para o *Facebook*, com as características dos textos que circulam nessa plataforma. Vale também ressaltar que a mensagem é híbrida: há uma suposta informação na primeira parte do texto e, na segunda parte, o texto assume a forma de uma receita, gênero bastante conhecido pelos falantes.

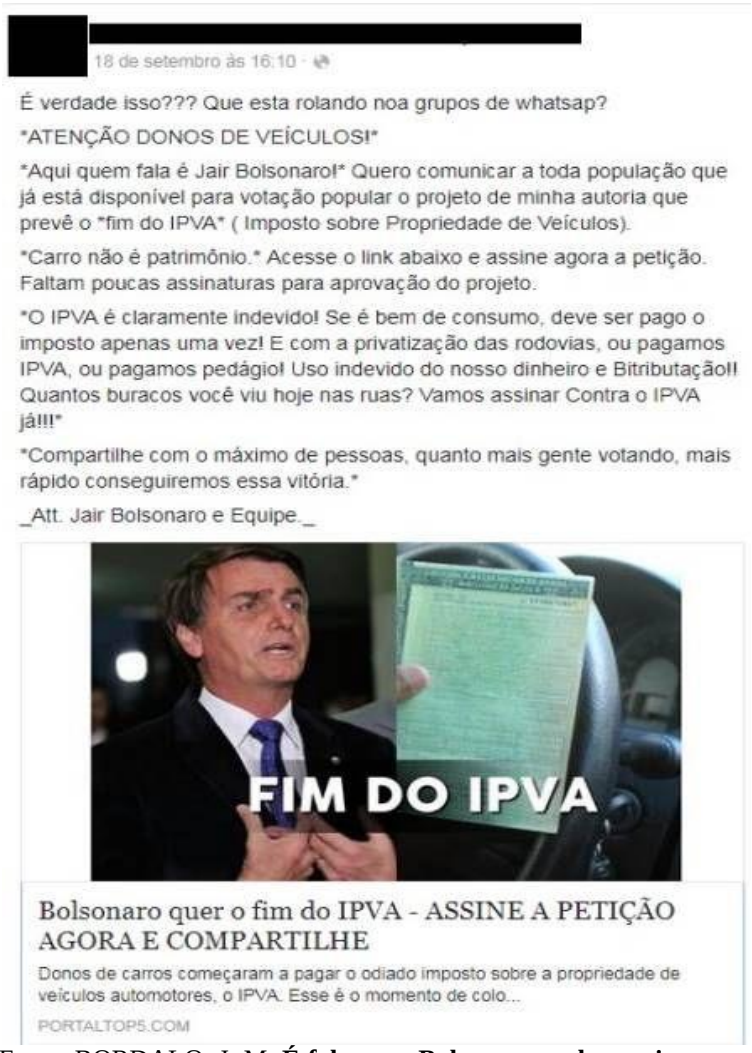
Figura 46 - Atenção



Fonte: G1. **É #FAKE texto que manda beber água quente para evitar coronavírus.** [S. l.], 3 fev. 2020. Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2020/02/03/e-fake-texto-que-manda-beber-agua-quente-para-evitar-coronavirus.ghtml. Acesso em: 14 nov. 2022.

Na Figura 46, temos uma mensagem que cumpre o propósito de difundir uma estratégia de combate ao vírus da covid-19. O texto, divulgado à exaustão por aplicativos de mensagens no ano de 2020, é o clássico boato de outrora, agora potencializado pelas redes sociais. O medo que o surgimento do vírus incutiu nas pessoas e as notícias desencontradas que circularam no início da pandemia sobre como combatê-lo propiciaram a tramitação de mensagens que apresentavam receitas e fórmulas aparentemente simples de combater a doença. Percebem-se, ainda, os procedimentos retóricos já vistos em outras mensagens como essa, como a demarcação clara dos papeis sociorretóricos dos envolvidos na interação, o eu e o tu do discurso hierarquicamente apartados, o tom de aconselhamento do emissor, que se traveste de sobre o destinatário por estar de posse de uma informação que ninguém mais tem e que ele, o enunciador, disponibiliza desinteressadamente.

Figura 47 - Verdade???



Fonte: BORDALO, J. M. **É falso que Bolsonaro tenha projeto para acabar com IPVA; imposto é competência estadual**. [S. l.], 21 jul. 2021. Disponível em: https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/e-falso-que-bolsonaro-tenha-projeto-para-acabar-com-ipva-imposto-e-competencia-estadual/. Acesso em: 13 jun. 2022.

Essa figura é reprodução de um *tuíte* — gênero discursivo estabelecido e reconhecido pelos usuários da plataforma em que circula, o *Twitter*, pelas limitações de caracteres que impõe a seus usuários, entre outros fatores. Nela o emissor replica uma suposta fala do Presidente Bolsonaro, a defender o fim do IPVA (Imposto sobre Propriedade de Veículos Automotores) por meio de um projeto de lei que estaria em tramitação na câmara, o que já se comprovou ser a mais deslavada mentira[80]. O propósito e a razão dessa mensagem prescindem de maiores explicações.

[80] Disponível em: https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/e-falso-que-bolsonaro-tenha-projeto-para-acabar-com-ipva-imposto-e-competencia-estadual/. Acesso em: 13 jun. 2022.

As Figuras 46 e 47 mostram, ainda, o diálogo entre postagens, muito comum na disseminação de notícias falsas. Um post do *Twitter*, do *Facebook* ou do *Instagram* é replicado no *WhatsApp*, ou uma mensagem que circula nos aplicativos de troca de mensagens é compartilhada nas redes sociais. Nas transcanalização ou transsuportização, muitas vezes a mensagem sofre alterações, para se adaptar ao canal, veículo ou suporte pelos quais vai agora ser espalhada, adaptando-se às ingerências dessa nova forma de transmissão.

Isso se vê na circulação das notícias falsas, como as que apresentamos a seguir.

Figura 48 - Aviso final

WHATSAPP PAGO - Este é o aviso final!

Olá a todos, parece que todos os avisos eram reais, o uso do WhatsApp custava dinheiro a partir do verão de 2017. Se você enviar esta string para 20 diferentes na sua lista, seu icone será azul e estará livre para você. Se você não acredita em mim ver amanhã às 6 da tarde terminando WhatsApp e tem que pagar para abri-lo, isso é por lei.

Esta mensagem é para informar todos os nossos usuários, nossos servidores foram recentemente muito congestionados, por isso estamos pedindo para ajudar nos resolver esse problema. Exigimos que nossos usuários ativos encaminhem esta mensagem para cada uma das pessoas em sua lista de contatos para confirmar nossos usuários ativos usando o WhatsApp, se você não enviar esta mensagem para todos os seus contatos, o WhatsApp começará a cobrar você. Sua conta permanecerá inativa com a consequência de perder todos os seus contatos.

Fonte: DOMINGOS, R. **É #FAKE mensagem em que diretores do WhatsApp avisam que serviço será encerrado ou passará a ser pago**. [S. l.], 4 jul. 2019. Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2019/07/04/e-fake-mensagem-em-que-diretores-do-whatsapp-avisam-que-servico-sera-encerrado-ou-passara-a-ser-pago.ghtml. Acesso em: 15 nov. 2022.

Na Figura 48, temos a mensagem — gênero discursivo que se origina no bilhete e/ou no aviso —, de alguém a seus contatos, em que o sujeito enunciador informa que o *WhatsApp* passará a cobrar, a partir da manhã do dia seguinte, pelo serviço que prestava gratuitamente. Para evitar o que parece ser um disparate sem tamanho, os destinatários devem enviar a mesma mensagem, numa espécie de corrente, a todos os seus contatos, o que, segundo a comunicação falsa, evitaria a cobrança que está prestes a ser posta em prática.

Como prova do que está a dizer, o emissor simula reproduzir, toscamente, um aviso supostamente enviado por um funcionário da empresa que administra o aplicativo, que clama aos receptores que compartilhem sua exortação, sob pena de perderem acesso ao aplicativo e de terem, a partir do dia seguinte, de pagar pelo serviço, para recuperá-lo. Para além dos

muitos desvios gramaticais e das incongruências sintáticas, comuns na construção de muitas notícias falsas, pelos motivos já expostos nos capítulos anteriores, detectamos o caráter urgente da comunicação, o despropósito do que, segundo a mensagem, está prestes a acontecer, e o engajamento que promove entre os destinatários, usuários contumazes do aplicativo.

O lugar de fala do sujeito na "pseudocomunicação" do *WhatsApp* é de alguém que tem ascendência sobre os interlocutores. O papel social e discursivo do emissor do segundo texto é de alguém superior aos destinatários, o que se revela na linguagem autoritária — "exigimos", "encaminhem", "se você não enviar..." — que dá ordens e faz ameaças a sujeitos subalternos e submissos, possivelmente sem condições de perceber as incongruências do texto e as falhas estruturais que apresenta.

Com mensagens como a exibida acima, pretende-se atemorizar os usuários do aplicativo de troca de mensagens. Pelo medo e pela solidariedade comunicativa, cria-se entre eles uma corrente discursiva que, mais tarde, se fechará numa bolha ideológica, a ser utilizada para outros fins.

Figura 49 - Se você não encaminhar essa mensagem

ATENÇÃO! Mensagem de Jim Balsamic (CEO do Whatsapp)

Tivemos um uso excessivo de nomes de usuários no whatsapp Messenger. Estamos solicitando que todos os usuários encaminhem essa mensagem para toda a sua lista de contatos. Se você não encaminhar esta mensagem, ela será considerada inválida e será excluida nas próximas 48 horas. Por favor, NÃO ignore esta mensagem ou o whatsapp não reconhecerá mais sua ativação. Se você deseja reativar sua conta depois que ela for excluida, uma cobrança de 25,00 será adicionada à sua fatura mensal. Também estamos cientes do problema envolvendo as atualizações de fotos que não estão sendo exibidas.

Estamos trabalhando diligentemente para consertar este problema e ele estará pronto e funcionando o quanto antes. Obrigado pela sua colaboração da equipe do Whatsapp "

O WhatsApp vai nos custar dinheiro em breve. A única maneira de ficar livre é se você for um usuário freqüente, ou seja, você tem pelo menos 10 pessoas com quem está conversando. Para se tornar um usuário frequente, envie esta mensagem para 10 pessoas que a recebem (2 ticks) e o seu logotipo do WhatsApp deve ficar azul para conectar seu whatsaap com o log do facebook aqui https://apps.facebook.com/witoapps/22page/?i=729300

Encaminhar esta mensagem para todos os contatos do WhatsApp.

Fonte: DOMINGOS, R. **É #FAKE mensagem em que diretores do WhatsApp avisam que serviço será encerrado ou passará a ser pago**. [S. l.], 4 jul. 2019. Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2019/07/04/e-fake-mensagem-em-que-diretores-do-whatsapp-avisam-que-servico-sera-encerrado-ou-passara-a-ser-pago.ghtml. Acesso em: 15 nov. 2022.

Na notícia falsa ora apresentada, outra mensagem de *WhatsApp*, o locutor atribui-se o lugar de fala daquele que tem autoridade para enunciar pelo conhecimento de algo a que os receptores não têm acesso. O alocutário (receptor, interlocutor) é colocado no lugar daquele que está apto a receber a suposta informação e a sancioná-la por meio do compartilhamento e dos comentários de aprovação da mensagem, textualmente ou por símbolos de comunicação internáutica (*emojis*, *emoticons*[81]). Além disso, a organização textual, como se tem buscado demonstrar, atende também à proposta de Kress (apresentada no capítulo anterior, por estar repleta de ameaças aos destinatários e de exortações ao compartilhamento imediato da mensagem aos seus pares).

No exemplo a seguir, perceberemos outra diferença entre as notícias falsas de variado formato e aqueles textos que tentaremos categorizar como gênero discursivo.

Figura 50 - E você vai ficar parado?

FILHO DO LULA COM UMA FERRARI DOURADA NO URUGUAI!
E VOCÊ VAI FICAR PARADO?
VAI DEIXAR ISSO ACONTECER NA SUA FRENTE?
E NÃO VAI FAZER NADA?
COMPARTILHE ESSE VÍDEO E VAMOS MOSTRAR AO BRASIL
QUEM É O LULA E SUA FAMÍLIA!
Divulgue sem dó.
Ajude a viralizar.
Mande para vinte pessoas.
Quero 1 milhão de compartilhamentos, meus amigos.
O movimento só deve parar quando todos forem expulsos.
Vamos ficar dia e noite de vigília!
O país vai parar.
Os caminhoneiros também vão parar e vamos participar juntos.
Todo brasileiro por um só país!!!

Fonte: Aplicativo de mensagens instantâneas (adaptado). SILVA, M. S. **Filho de Lula ostentou no Uruguai com uma Ferrari banhada a ouro?** São Paulo, 25 jul. 2017. Disponível em: https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2017/07/25/filho-de-lula-ostentou-no-uruguai-com-uma-ferrari-banhada-a-ouro.htm. Acesso em 26 jun. 2022.

O texto acima circula desde o ano de 2017, acoplado a um vídeo em que um homem corpulento desce as escadarias de um hotel com um amigo e, em meio a uma multidão, entra

[81] Um *emoticon* é um pictograma criado através dos sinais de pontuação, números e caracteres especiais. Já o *emoji* é um ícone ilustrado, geralmente embutido nos teclados dos smartphones atuais. Ambos são considerados uma forma de comunicação paralinguística, ou seja, complementam a linguagem verbal revelando ações e emoções de forma simples e facilmente identificável. Disponível em: https://www.diferenca.com/emoticons-e-emoji/. Acesso em: 26 jun. 2022.

em uma Ferrari modelo 458 Spider, toda banhada a ouro[82]. O tal homem, para quem criou a notícia falsa, era um dos filhos do ex-presidente Lula, apesar da dessemelhança gritante entre o dono do automóvel e o Lulinha.

Apesar da incongruência da informação, desvinculada da realidade, quem recebe tal mensagem espalha-a entre os seus, disseminando a mentira, não só porque crê nela acriticamente, mas também porque entende que o que se diz na mensagem poderia ter acontecido, em se tratando dos personagens representados nela, porque eles seriam, sim, capazes de cometerem os delitos de que são acusados. Não esqueçamos de que, na guerra cultural em curso, os inimigos declarados dos possíveis destinatários da mensagem são o PT, a esquerda, os comunistas, Lula, Dilma e todos os filiados e políticos dos partidos de perfil progressista.

Para conquistar o engajamento dos destinatários de uma mensagem que veicule a mentira, o enunciador lança mão, muitas vezes, em mensagens verbo-visuais, de símbolos facilmente reconhecíveis como bons ou ruins. A face imagética do texto, por meio de caracterização simbólica, toca emocionalmente os membros da comunidade discursiva, e os faz crer, tomados pelo sentimento de revolta com o que se propaga, nas supostas denúncias que estão no bojo do texto.

Já para Foucault (1986), toda comunicação reside nas relações de poder e saber, que contaminam os enunciados. Os textos e os gêneros nos quais se materializam constituem práticas sociais vinculadas às relações de poder, que se interpenetram e se retroalimentam. Logo, discurso não se limita a referenciar o mundo e as coisas que estão nele; ele vai além de palavras e frases, e apresentam características próprias.

> Certamente os discursos são feitos de signos; mas o que fazem é mais que utilizar esses signos para designar coisas. É esse mais que os torna irredutíveis à língua e ao ato da fala. É esse mais que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever (FOUCAULT, 1986, p. 56).

Peirce (*apud* Valente, 1997, p. 13) dividiu o signo não-verbal em três tipos: ícone, índice e símbolo. É algo que está no lugar de outra coisa, representando o conceito da coisa que substitui.

O símbolo, para Valente (1997, p. 32), constitui-se na semelhança por convenção, porque apresenta uma relação convencional entre o significante e o significado. Para o autor, ele não é gratuito. Existe uma ligação entre as duas faces do símbolo que se dá pela

---

[82] A *fake news* foi desmentida por várias agências de checagem e por plataformas de notícias. Disponível em: https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2017/07/25/filho-de-lula-ostentou-no-uruguai-com-uma-ferrari-banhada-a-ouro.htm. Acesso em: 14 jun. 2022.

conotação. O processo da construção da mensagem com figuração de sentido é que explica a presença de símbolos (VALENTE, 1997, pp. 32-34).

O conceito de signo é definido por Eco (*apud* VALENTE, 1997, p. 14), da seguinte maneira: “Propomos, destarte, definir como signo tudo aquilo quanto, à base de uma convenção social previamente aceita, possa ser entendido como algo que está no lugar de outra coisa”.

As notícias falsas dispõem de poderoso armamento simbólico para construírem-se e para atacar os inimigos, aqueles que se opõem às premissas ideológicas disseminadas e compartilhadas pelos membros de uma comunidade discursiva. Como um gênero, elas informam as intencionalidades dos que a criam ou replicam e confirmam a ideia de Miller (2012) de que os gêneros são ações sociais, “como tipificações socialmente derivadas, intersubjetivas e retóricas.”

Vejamos a mensagem a seguir para exemplificar o que foi dito acima.

Figura 51 - Martelinho

Fonte: MENEZES, L. F. **Campanha de Manuela D’Ávila não fez post com foice e martelo de brinquedo no Dia da Criança**. [S. l.] 13 out. 2020. Disponível em: https://www.aosfatos.org/noticias/campanha-de-manuela-davila-nao-fez-post-com-foice-e-martelo-de-brinquedo-no-dia-da-crianca/. Acesso em: 15 nov. 2022.

A notícia falsa na Figura 51, composta de imagens e de texto verbal, circulou largamente nas redes sociais às vésperas das eleições de 2020 para a prefeitura de Porto Alegre em que Manuela D’Ávila era candidata. Juntaram-se na composição da *fake news*: a foto dos brinquedos, que circula nas redes russas desde 2017, o banner da campanha oficial da candidata do PCdoB e

uma publicação da candidata dias antes sobre o dia das crianças, em que não havia imagem alguma, além da frase “Feliz dia das crianças!!!”

Note-se na composição da mensagem a utilização das imagens da foice e do martelo cruzados, conhecidos no mundo inteiro como símbolos do regime soviético e utilizados, no Brasil, como marca dos partidos comunistas. Se eles estão numa mensagem dirigida a crianças, como faz parecer a *fake news*, presume-se que tais partidos queiram expandir seu domínio e perpetuar, cooptando o público infantil para as ideias que disseminam.

Ao vermos a foice e o martelo, recuperamos a ideia que a antiga União Soviética desejava transmitir, de que o governo de lá era exercido por trabalhadores, do campo, representados pela foice, e da cidade, representados pelo martelo.

Para Bakhtin,

> Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo; mas, ao contrário destes, ele também reflete a refrata uma outra realidade, que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia. (BAKHTIN *apud* CITELLI, 2004, p. 28)

Os símbolos foice e martelo, por fim, numa comunicação destinada a crianças, causam tanta indignação aos destinatários ideais dessa mensagem quanto o kit *gay*[83], e a mamadeira fálica[84], largamente citados em *fake news* nas eleições presidenciais de 2018, no Brasil.

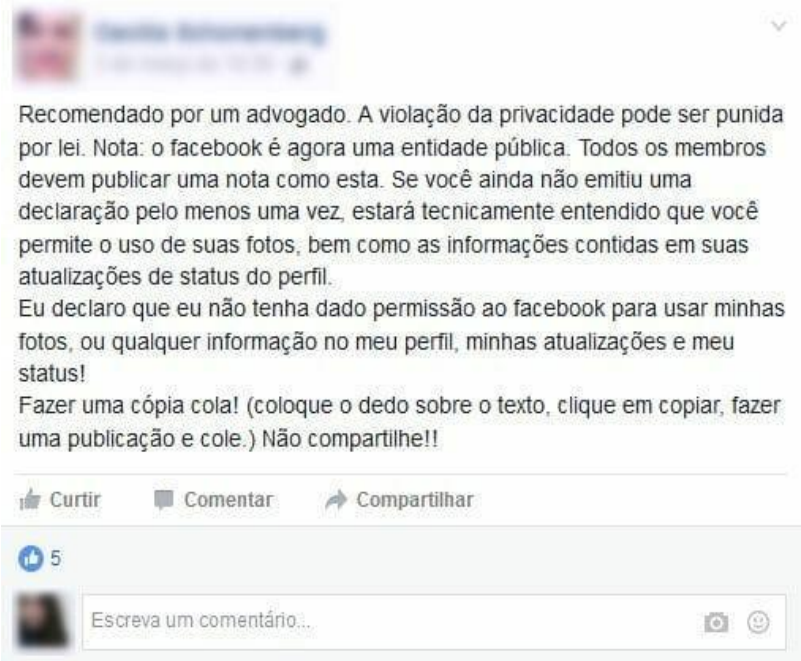
Por último, vejamos uma mensagem postada na rede social *Facebook* em que se alertam os seguidores para uma suposta violação de privacidade da plataforma.

---

[83] Disponível em: https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/educacao/kit-gay-nunca-foi-distribuido-em-escola-veja-verdades-e-mentiras/ Acesso em: 15 nov. 2022.

[84] Disponível em: https://br.noticias.yahoo.com/checamos-mamadeiras-em-formato-de-penis-nao-foram-distribuidas-em-creches-154523095.html. Acesso em: 15 nov. 2022.

Figura 52 - Ctrl+c, ctrl+v

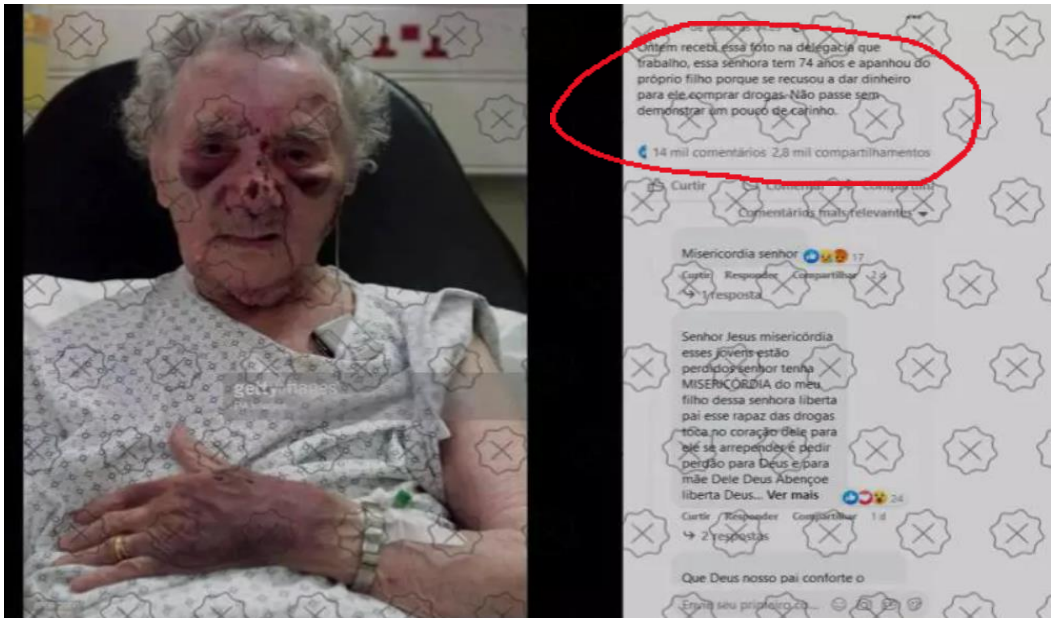


Fonte: Facebook (reprodução). HARADA, E. **Não caia nessa: mensagem antiga do Facebook volta a assombrar o feed.** [S. l.], 14 mar. 2017. Disponível em: https://www.tecmundo.com.br/facebook/106715-nao-caia-mensagem-antiga-facebook-volta-assombrar-feed.htm. Acesso em: 15 nov. 2022.

Os membros da comunidade discursiva pela qual perambulam mensagens como essa, em busca de compartilhamento e de engajamento, em suas redes, reconhecem-na como prototípica e, portanto, digna de crença engajadora e de disseminação robusta. Temos o parco, mas presente, argumento de autoridade — “Recomendado por um advogado” —, os verbos no imperativo — “Fazer uma cópia cola!” (sic), “Todos os membros devem publicar uma nota como esta.”, “Não compartilhe!!” —, a ameaça — “Se você ainda não emitiu uma declaração pelo menos uma vez...” — e a informação que só o enunciador tem — “o *Facebook* agora é uma entidade pública”.

Circula nas redes sociais a foto de uma mulher idosa com o rosto machucado. Ela tem hematomas abaixo dos dois olhos e ferimentos no nariz. De acordo com a legenda que acompanha a imagem, a senhora tem 74 anos e as lesões foram provocadas por agressões cometidas pelo próprio filho. Isso porque ela teria se recusado a dar dinheiro para que ele comprasse drogas.

Figura 53 - Misericórdia



Fonte: Aos fatos (reprodução). MENEZES, L. F. **Idosa que aparece em foto não foi agredida pelo filho por causa de drogas**. [S. l.], 10 jun. 2022. Disponível em: https://www.aosfatos.org/noticias/idosa-que-aparece-em-foto-nao-foi-agredida-pelo-filho-por-causa-de-drogas/. Acesso em: 15 nov. 2022.

Acompanhada à imagem, temos a seguinte mensagem:

> Ontem recebi essa foto na delegacia que trabalho, essa senhora tem 74 anos e apanhou do próprio filho porque se recusou a dar dinheiro para ele comprar drogas. Não passe sem demonstrar um pouco de carinho.

A idosa, na verdade, foi agredida, dentro de sua residência, por um invasor que ela encontrou vasculhando o armário do quarto da sua casa no bairro de East Ham, em Londres, na Inglaterra. Segundo ela, o homem a agrediu várias vezes no rosto após ser flagrado. O caso foi relatado pela imprensa local na época. Dois homens suspeitos do crime foram presos.

A publicação dessa *fake news* no *Facebook* até 16h do dia 13 de junho de 2022 tinha sido compartilhada 525 vezes.

Schutz (BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 90) chama de estoques de conhecimentos o que dirige nossa apreensão dos objetos. Nossas percepções das coisas são mediadas por nossos estoques de conhecimento, que são regras, máximas, estratégias e receitas de comportamento e ação socialmente derivadas e confirmadas em situações típicas.

Assim, os usuários de aplicativos de mensagens de mais idade, chamados grosseira ou carinhosamente de “tios e tias do zap”, por simpatizantes ou combatentes das causas conservadoras, idosos e muitas vezes solitários, recebem mensagens como uma revelação do mundo que confirma seus temores e a crença de que as novas gerações estão contaminadas pelas drogas e pela permissividade dos costumes e pela apologia às drogas vindas da TV. O que se prepara é o caldo ideológico que os fará votar em candidatos ao Congresso e ao

executivo mais afinados com causas mais centrípetas, que privilegiam a família, a religião e a propriedade e que combatam os políticos que supostamente defendem teses contrárias a essas.

Meyer considera

> como pressupostas todas as informações que, não sendo abertamente formuladas, ou seja, sem constituírem em princípio o verdadeiro objeto da mensagem por transmitir, são automaticamente carreadas pela formulação do enunciado, no qual elas se encontram intrinsecamente inscritas, seja qual for a especificidade do contexto enunciativo. (MEYER, 2008, p. 155)

A mentira expressa na Figura 51 desenvolve essa linha argumentativa. As inferências são feitas pelos destinatários a partir das poucas informações transmitidas. A mensagem parece ser transmitida por um agente de segurança pública — "na delegacia que trabalho" (sic) — e o que se pede como resposta é o engajamento por meio de mensagens de conforto à vítima, além, óbvio, de compartilhamento.

> O pressuposto é, de certo modo, a negação da argumentação, pois apresenta uma noção sem a demonstrar, pretextando ser ela evidente ou conhecida. (...) Seu efeito, portanto, é mais sub-reptício e eficaz porque o destinatário, tendo dificuldades para detectá-los, não terá a ideia de refutá-los. Para ser eficaz, o pressuposto precisa ser compartilhado pelo emissor e pelo receptor; voltamos aqui à necessidade de o locutor conhecer bem o público e seus valores, para poder utilizar (com muita discrição) técnicas que lhe serão mais úteis quanto mais impercebidas passarem. (MEYER, 2008, p. 156)

Como se pretendeu demonstrar nesta seção, a mentira pode ser disseminada por textos de variado formato, cada uma encaixada num gênero diferente, conforme o canal/suporte por onde é enviada e a quem se destina. O discurso da mentira, portanto, materializa-se em textos diversos, podendo estar num *tuíte*, numa postagem do *Instagram* ou F*acebook*, numa mensagem enviada pelo *WhatsApp*.

Veremos na próxima seção quando a mentira toma forma de *fake news*, que se estabelece como um gênero, resultado de transformações diversas, travestindo-se de notícia e assumindo um discurso próprio da esfera jornalística para servir a um propósito específico.

3.3. **Fake news: um gênero discursivo**

As *fake news*, gênero discursivo, pertenceriam ao grupo dos gêneros secundários porque, conforme Rodrigues (2005, p. 169), surgem nas condições da comunicação cultural mais complexas, no âmbito das ideologias formalizadas e especializadas que, uma vez constituídas, medeiam as interações sociais. Bakhtin (*apud* RODRIGUES, 2005, p. 169)

salienta que muitos gêneros secundários absorvem e reelaboram diversos gêneros primários, nascem de hibridismos de outros gêneros.

Assim, um dado importante na observação das *fake news* como um gênero discursivo é a assimilação em muitos desses textos de características formais de outros gêneros, pertencentes a outros ambientes ou esferas discursivas.

É importante salientar também que as mensagens trocadas no *WhatsApp* e no *Telegram* replicam, como vimos na seção anterior, pelo menos dois gêneros: os bilhetes de outrora e a conversa *tete-à-tete*, com adaptações de ordem composicional, estilo de linguagem e recursos linguísticos empregados na construção do texto. A mensagem do *WhatsApp* é um gênero, mas as *fake news* que circulam nesse aplicativo formalizam um gênero de outra ordem. Ele nasce com formato, função, conteúdo temático, destinatário, ambiente de circulação e construção composicional próprios, que simulam outros gêneros pretéritos, como os avisos, os reclames, as notícias, num híbrido composicional, que lança mão, quase sempre, de texto verbo-visual, em que predomina muitas vezes a função apelativa da linguagem, em muitos casos, ocorre a intertextualidade e a intergenericidade e se percebe o modo de organização argumentativo como a tipologia preponderante, traços que serão abordados com mais profundidade mais adiante.

Marcuschi (2008) avalia que a interação sociodiscursiva na internet pode acelerar a evolução dos gêneros. Nesse sentido, um novo meio tecnológico, que traz mudanças de forma significativa em nossas interações sociais, também interfere na natureza do gênero que, por sua vez, é denominado a partir dos critérios: (1) Forma Estrutural; (2) Propósito Comunicativo; (3) Conteúdo, (4) Meio de transmissão; (5) Papéis dos interlocutores; (6) Contexto situacional. O que constitui, para nós, o gênero discursivo *fake news*, aquele que simula uma notícia veiculada na grande rede, e replicada pelos seus receptores por outras mídias, contempla essas características, como se verá adiante.

Percebemos na pesquisa empreendida que os textos pelo quais se veiculam mentiras, boatos e notícias falsas cristalizou-se, o que nos levou a levantar a hipótese de que possam constituir um gênero discursivo, com formato próprio, conteúdo específico, propósito característico, meio apropriado, contexto inerente e interlocutores comuns. Consideraremos, portanto, pertencente ao gênero discursivo *fake news* os textos que se aproximam, no formato, das notícias veiculadas nos portais jornalísticos, ou seja, aquelas que se travestem de notícia verdadeira e que utilizem em sua constituição elementos do discurso jornalístico e dos gêneros que circulam nessa esfera.

As notícias por apresentarem uma estrutura estável, quase sempre formadas por textos verbo-visuais, constituem um gênero bastante estável, do qual os usuários esperam mais ou menos as mesmas configurações e a mesma qualidade de informações dispostas mais ou menos na mesma ordem. Sobre isso, Silva diz:

> Existe, portanto, uma superestrutura da notícia, que confere a esse texto uma certa regularidade de forma e conteúdo, uma vez que as categorias esquemáticas são "preenchidas" por proposições semânticas, as quais são responsáveis pelo elo — link — entre as categorias da superestrutura, que são abstratas, e a superfície do texto, ou seja, as palavras e sentenças (SILVA, 2007, p. 41)

Silva (2007) se propõe a fazer uma tipologia textual do gênero "notícia". Para esta autora, os aspectos que diferenciam este de outros gêneros textuais são linguísticos, mas estão aliados a aspectos imagéticos: textos como a notícia, gênero jornalístico de grande ocorrência, [pode] ser constituída ora apenas por signos linguísticos e ora por estes e imagens (fotos, gráficos, mapas, esquemas etc.), que auxiliam no estabelecimento da coerência, funcionando como contextualizadores (SILVA, 2007, pp. 15-16).

Por ser um gênero dos mais recorrentes e presentes na vida das pessoas, Silva (2007) entende que qualquer usuário da língua seja capaz de considerá-la, mesmo entre outros textos da esfera jornalística. Essa capacidade de identificação do gênero notícia se deve, principalmente, à sua estrutura convencional, que permite que a reconheçamos, mesmo havendo variações regionais e nacionais.

Segundo Van Dijk (1986), há uma superestrutura convencional que organiza as notícias do jornal impresso, definida pelo autor como

> "propriedades estruturais abstratas do discurso, como representações, e como sistemas de regras, normas ou estratégias socialmente compartilhadas para o uso da notícia" (VAN DIJK, 1986, p. 155, *apud* SILVA, 2007, p. 8).

Vejamos o texto a seguir.

Figura 54 - Cadê?

Fonte: COLABORADORES YAHOO ESPORTES. **Bandeiras do arco-íris podem ser retiradas dos torcedores na Copa do Mundo no Catar.** [S. l.], 1 abr. 2022. Disponível em: https://esportes.yahoo.com/noticias/bandeiras-do-arco-iris-podem-ser-retiradas-dos-torcedores-na-copa-do-mundo-no-catar-. Acesso em: 15 nov. 2022.

Na notícia falsa trazida à discussão, parte-se de uma declaração verdadeira[85] do diretor do Departamento de Cooperação Internacional e presidente do Comitê Nacional de Contraterrorismo do Ministério do Interior, Abdulah Ansari — "Se você quiser expressar suas opiniões sobre a causa LGBT, faça-o em uma sociedade onde isso é aceito" — mas omitem-se partes importantes dela e acrescentam-se outras que dão o tom que se quer veicular nas redes, o da intolerância e da arbitrariedade contra os diferentes. Em seguida, num movimento discursivo já exposto neste trabalho, elegem-se os inimigos a serem combatidos — a Rede Globo de Televisão e os ativistas pelas causas LGBTQIA+ — e para eles voltam-se as metralhadoras de ódio e de mentiras das milícias digitais, ávidas por participar do linchamento moral de personalidades e instituições tidas como nefastas e contrárias aos bons costumes e à democracia. Lembremos, ainda, o que foi exposto no capítulo primeiro deste

[85] Disponível em: https://esportes.yahoo.com/noticias/bandeiras-do-arco-iris-podem-ser-retiradas-dos-torcedores-na-copa-do-mundo-no-catar-. Acesso em: 15 nov. 2022.

trabalho: o rendimento monetário que *likes* e compartilhamentos dão aos criadores dessas mensagens, que atendem perfeitamente ao desejo do público ao qual são destinadas.

Note-se que nos grupos de *WhatsApp* ou do *Telegram* por onde circula a mensagem reproduzida na Figura 54 há aversão à causa LGBTQIA+, porque seus componentes entendem que ela é inimiga da família tradicional cristã e ofensiva aos valores morais que defendem.

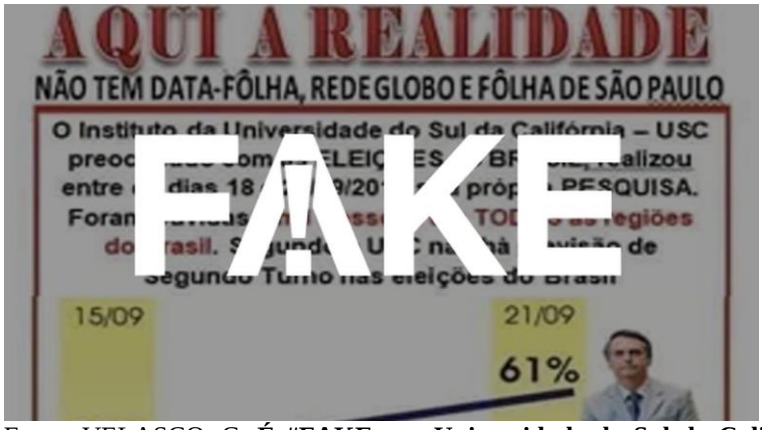
Como forma de ação social que é o gênero *fake news*, a mensagem acima reproduzida cumpre o propósito, que é manter os membros do grupo unidos pelas crenças e ideias comuns e prontos para o bom combate.

O texto reproduzido acima (Figura 54), por sua forma estrutural, pelo estilo adotado nela, pelo meio de transmissão utilizado para transmiti-lo, pelo propósito comunicativo e por seu conteúdo temático atende aos paradigmas pré-estabelecidos no grupo e é, por isso, considerado crível pelos receptores, membros da comunidade discursiva.

Seu formato assemelha-se a uma matéria de jornal veiculada pelos portais de notícias. Mistura imagem e texto verbal, destina-se a um grupo específico de pessoas que formam uma comunidade discursiva, movimenta-se em contextos específicos e é próprio para o compartilhamento em redes sociais e nos aplicativos de trocas de mensagens.

Postura semelhante ocorre no exemplo a seguir.

Figura 55 - Realidade aqui



Fonte: VELASCO, C. **É #FAKE que Universidade do Sul da Califórnia fez pesquisa apontando que não há previsão de 2º turno na eleição presidencial**. [S. l.], 2 out. 2018. Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/02/e-fake-que-universidade-do-sul-da-california-fez-pesquisa-apontando-que-nao-ha-previsao-de-2o-turno-na-eleicao-presidencial.ghtml. Acesso em: 20 jun. 2022.

Figura 56 – Aqui a realidade

"AQUI A REALIDADE – Não tem data-fôlha (sic), Rede Globo e Fôlha (sic) de São Paulo. O Instituto da Universidade do Sul da Califórnia, USC, preocupado com as eleições no Brasil, realizou entre os dias 18 e 20/09/2018 sua própria pesquisa. Foram ouvidas 5 mil pessoas em todas as regiões do Brasil. Segundo o USC não há previsão de segundo turno nas eleições do Brasil".

Fonte: VELASCO, C. **É #FAKE que Universidade do Sul da Califórnia fez pesquisa apontando que não há previsão de 2º turno na eleição presidencial**. [S. l.], 2 out. 2018. Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/02/e-fake-que-universidade-do-sul-da-california-fez-pesquisa-apontando-que-nao-ha-previsao-de-2o-turno-na-eleicao-presidencial.ghtml. Acesso em: 20 jun. 2022.

A notícia veiculada com ares de verdade[86] até hoje é utilizada por aqueles que comungam da ideia de que o Presidente Bolsonaro teria vencido as eleições de 2018 no 1º turno. Nela percebem-se os procedimentos já característicos desse gênero discursivo: o tom de denúncia de uma suposta conspiração, a utilização de padrões gráficos e formais de outros gêneros, como os veiculados em portais de notícias, a detenção pelo enunciador de uma verdade à qual ninguém mais tem acesso, só ele a tem e por ele se pode ter, e o apoio num argumento de autoridade, flagrantemente falso, a Universidade do Sul da Califórnia.

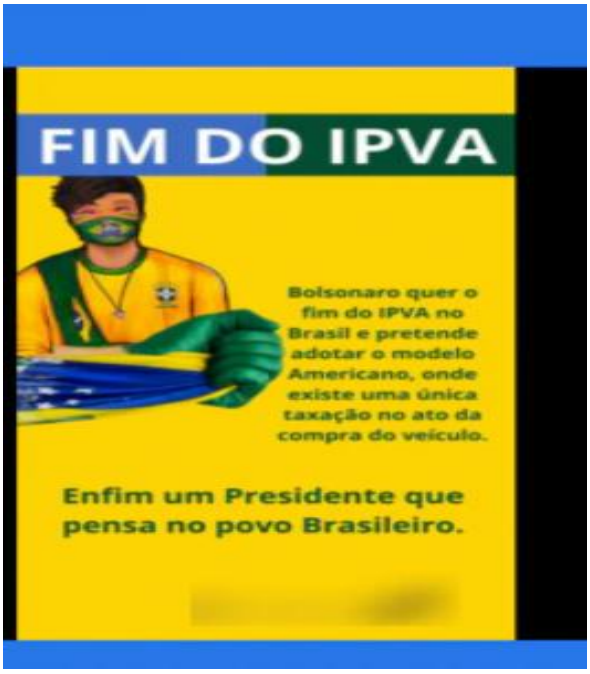
Deve-se chamar atenção para a semelhança da notícia falsa que está na Figura 55 com os textos que são veiculados pelos portais de notícias. Não é gratuito o simulacro: quem constrói a notícia falsa lança mão dos elementos que normalmente estão presentes nas notícias verdadeiras, originárias das plataformas alimentadas pelo chamado jornalismo profissional. No texto, temos o título, em letras garrafais, a linha fina do subtítulo e o texto informativo, dentro do quadro, sobre um gráfico, que simula o dos telejornais, em que se apresenta um suposto e acelerado crescimento do então candidato Bolsonaro na eleição de 2018. Assim, as *fake news* são um gênero do discurso por serem parte e arcabouço linguístico de uma prática social vinculada a um momento histórico, numa determinada cultura, que reflete os valores dos grupos sociais que as criam e as disseminam nas comunidades discursivas em que o texto produza sentido para os interlocutores. Isso ocorre porque, como temos tentado demonstrar,

[86] Conforme checado por diversas agências de checagem, é falsa a informação veiculada maciçamente nos meses de setembro e outubro de 2018. Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/02/e-fake-que-universidade-do-sul-da-california-fez-pesquisa-apontando-que-nao-ha-previsao-de-2o-turno-na-eleicao-presidencial.ghtml Acesso em: 20 jun. 2022.

os destinatários já estão predispostos à aceitação da notícia como passível de ser verdadeira e, como consequência, ao compartilhamento da mensagem, que é o propósito delas.

Observa-se o que está dito acima na mensagem apresentada a seguir:

Figura 57 - Maravilha



Fonte: Aplicativo de mensagens instantâneas (reprodução). QUATRO RODAS**. Isso é fake news: Bolsonaro quer acabar com o IPVA**. [S. l.], 24 ago. 2018. Disponível em: https://quatrorodas.abril.com.br/noticias/ainda-tem-gente-que-acredita-bolsonaro-quer-acabar-com-o-ipva/. Acesso em: 15 nov. 2022.

Na Figura 57, temos, como apontado por Kress (*apud* BALOCCO, 2005, p. 65), a linguagem e os elementos visuais articulados num texto, a funcionar como âncoras para "leituras ideologicamente marcadas". Percebe-se o que está dito em Kress. A linguagem, "uma prática social afetada pela ideologia", dá à luz um texto constituído de uma parte verbal e de outra, não verbal, que se apoia no apelo ao patriotismo, pela utilização das cores da bandeira brasileira — azul, amarelo, verde e branco — que se vê na composição da imagem. Registre-se a figura simbólica do patriota, com a camisa amarela da seleção brasileira que, desde os protestos pelo impeachment da ex-presidenta Dilma Roussef, em 2015, vinculou-se a uma parcela da população mais à direita no espectro político-ideológico nacional da sociedade brasileira nestes tempos, que se engajou nas manifestações supostamente para combater a corrupção, que vinha à tona à época, pelos vazamentos da operação lava-jato, comandada de Curitiba pelo Juiz Sergio Moro e pelo procurador Deltan Dallagnol, e imediata e retumbantemente divulgada, nos jornais televisivos, em horário nobre.

As *fake news*, enquanto gênero discursivo, *são unidades retóricas, geralmente híbridas, com um propósito determinado.* Segundo seus enunciadores, elas revelam

informações que a mídia não disponibiliza, notícias que os jornais não divulgam; fatos escondidos conscientemente por alguém ou por uma instituição. Alimentam as teorias da conspiração e valem-se dos que creem nelas para que circulem, ganhando engajamento nas redes sociais.

Segundo Citelli,

> caberia à retórica não assumir uma atitude ética, dado que seu objetivo não é o de saber se algo é ou não verdadeiro, mas sim analítica — cabe a ela verificar quais os mecanismos utilizados para fazer algo ganhar a dimensão de verdade (CITELLI, 2004, p. 10)

Como se percebe, observa-se nas notícias falsas, de qualquer formato, a busca da adesão a uma tese, perspectiva, conceito, entendimento etc. (CITELLI, 2004, p. 14), pelo caminho da persuasão. Há um tom de aconselhamento na mensagem, significação que está embutida na palavra persuadir.

Usa-se para isso a verossimilhança, ou seja, com Citelli (2004), algo que brinca de verdade, que se assemelha ao verdadeiro, num processo que faz o *símile* confundir-se com o *vero*.

Citelli ensina que

> verossímil (...) é aquilo que se constitui em verdade a partir de sua própria lógica. Daí a necessidade, para se construir o "efeito de verdade", da existência de argumentos, provas, perorações, exórdios (...). Persuadir não é apenas sinônimo de enganar, mas também o resultado de certa organização do discurso que o constitui como verdadeiro para o destinatário. (CITELLI, 2004, p. 14)

Sendo assim, não existe o verdadeiro ou o falso no plano argumentativo, como ocorre na lógica formal, mas, sim, a verossimilhança, porque as opiniões são valorizadas, e a força delas é que irá conduzir o auditório para uma ou outra tese. De outra maneira, no momento de exposição dos argumentos, o que tiver mais força persuasiva conduzirá o auditório para uma "verdade" ou, melhor dizendo, para um acordo provisório. Provisório porque em outro momento o mesmo auditório poderá ponderar de maneira diferente, dependendo dos condicionantes da argumentação. Considerando, portanto, a retórica um importante instrumento persuasivo, Perelman e Olbrechts-Tyteca (CARVALHO, 2005, p. 131) optaram por ressignificar a abordagem aristotélica, denominando-a de Nova Retórica.

Vejamos o exemplo a seguir.

Figura 58 - Censura bíblica

BRASÍLIA – O deputado federal Jean Wyllys, do PSOL, apresentou na tarde de hoje um projeto de emenda ao texto da Bíblia que pretende tirar do livro sagrado dos cristãos os trechos considerados "homofóbicos".

A proposta causou polêmica mesmo antes de sua apresentação, levando vários membros da bancada evangélica a tentarem articular com a mesa da Casa legislativa a rejeição sumária de proposta.

O autor do projeto, já precavido das reações contrárias, ocupou a tribuna para considera-lo.

"Desde o início eu sabia das reações que os setores fundamentalistas iriam protagonizar. Mas vejam vocês que até mesmo do livro do Monteiro Lobato foi extraído um trecho racista, por qual motivo não podemos fazer o mesmo com a Bíblia?", questionou.

A proposta não especifica os trechos que seriam retirados das escrituras, pois para tanto, seria formada uma "Comissão de notáveis", que decidiriam quais passagens são homofóbicas.

"Já consultei vários teólogos especialistas em pederastia e vou sugerir vários nomes para essa comessão.. digo, comissão", revela o parlamentar.

Não é a primeira vez no Brasil que trechos da Bíblia causam polêmica no mundo do homossexualismo.

Em 2011 a justiça determinou a retirada de outdoors de Ribeirão Preto com passagens bíblicas por considera-los ofensivos aos gays.

Caso a proposta seja aprovada pela Comissão de Constituição e Justiça, será levada a plenário e submetida a votação em dois turnos.

Se aprovada, será enviada ao Senado onde passará por votação em dois turnos, após os quais entrará em vigor independentemente de sanção da presidente Dilma, por se tratar de Projeto de Emenda à Bíblia.

Fonte: WYLLYS, J. **Jean Wyllys apresentou um projeto de lei para alterar a Bíblia?** [S. l.], 2 jan. 2018. Facebook: @jean.wyllys. Disponível em: https://www.facebook.com/jean.wyllys/videos/1659527454095255/. Acesso em: 15 nov. 2022.

O exemplo apresentado simula ser uma notícia extraída de um veículo de imprensa, o que configura a intergenericidade (apresentada na seção 2.2.1.4). Nela, em vez das exortações de outras *fake news*, temos um texto que tenta se travestir de outro gênero, a matéria jornalística[87], na forma e na construção sintática, com predomínio da função referencial da linguagem e a preponderância do modo de organização expositivo, o que lhe emprestaria imparcialidade e objetividade aparentes.

A forma, no entanto, não esconde a função e o propósito do texto; mesmo disfarçada de notícia, a mentira cumpre o papel de atemorizar os destinatários, para levá-los ao

[87] Imagem publicada no Facebook que, até 16h30 do dia 20 de dezembro de 2019, tinha sido compartilhada por mais de 200 pessoas.

compartilhamento em massa da mensagem, o que só faz aumentar a bolha por onde circulam tais textos e o engajamento dos componentes da comunidade discursiva na guerra cultural[88] que está sendo travada nas redes sociais e nos aplicativos de mensagens. Destina-se a grupos de eleitores de viés cristão e conservador, temerários da implantação entre nós de governos de esquerda, propagadores de ações que ferem os tais bons costumes tão prezados por cidadãos desse espectro ideológico. Esse é o auditório a que se destina.

Entenda-se o conceito de auditório como a união das pessoas — comunidade discursiva — a que o orador se dirige a fim de fazer crer (convencer) e de fazer fazer (persuadir). Abreu (2013) afirma que aquele que vai argumentar precisa adaptar-se ao seu auditório, isto é, utilizar-se do conhecimento das pessoas às quais destina-se a comunicação, para conseguir delas o engajamento de que as *fake news* se valem para espalharem-se pelo mundo virtual desenfreadamente.

O deputado Jean Wyllys, do PSOL, militante da causa LGBTQIA+, tem sido, desde que se candidatou ao Senado Federal, em 2010, alvo de ataques das chamadas milícias digitais[89], por seus posicionamentos políticos e por sua orientação sexual. É uma das personificações do inimigo que se deve combater, pois faria parte de uma conspiração para o espalhamento do comunismo do mundo que, por consequência, além das mudanças políticas que implantaria, como a reforma agrária, a estatização de empresas, bloqueio de bens privados e socialização das riquezas — temor de todo eleitor de direita — promoveria, também, um esgarçamento moral da sociedade, pelo combate à religião e aos religiosos de uma maneira geral.

No campo do discurso de uma notícia falsa, percebem-se supostas denúncias, relatos de acontecimentos prejudiciais às pessoas, aos bons costumes, aos valores cristãos e à nação, de um modo geral, e os participantes compartilham o desejo de se municiarem contra uma situação, uma instituição, uma personalidade, uma classe, uma ideologia etc.

Examinemos a *fake news* a seguir, para confirmar o que nos ensina Azeredo.

---

[88] O termo guerra cultural dá conta das lutas travadas nas redes sociais para a substituição de uma cultura chamada de esquerda ou esquerdizante, por uma de direita, com valores conservadores ditos cristãos, neoliberais e individualista. Disponível em: https://www.burkeinstituto.com/blog/guerra-cultural/o-que-e-guerra-cultural/ Acesso em: 16 jun. 2022.

[89] O termo milícias digitais corresponde a organizações digitais que atuam nas mídias sociais e em aplicativos de trocas de mensagem com o objetivo de influenciar resultados políticos por meio da mentira, da violência e da intimidação por meios digitais. Disponível em: https://lula.com.br/o-que-sao-milicias-digitais-e-como-elas-corroem-a-democracia/ Acesso em: 16 jun. 2022.

Figura 59 - Compartilhem

Fonte: FARIAS, V. **É #FAKE que pesquisa aponte Bolsonaro como líder em todos os estados em abril de 2022.** [S. l.], 12 abr. 2022. Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2022/04/12/e-fake-que-pesquisa-aponte-bolsonaro-como-lider-em-todos-os-estados-em-abril-de-2022.ghtml. Acesso em: 15 nov. 2022.

A mensagem simula reproduzir os resultados de uma pesquisa eleitoral, já detectada como falsa[90] que apontaria a vitória do presidente Bolsonaro no 1º turno nas eleições de 2022. Além dos números aleatoriamente postados, com casas decimais, para dar ares de verdade à suposta informação, notam-se erros grosseiros de diagramação, de abreviações e no emprego dos sinais de pontuação. A exortação final apresenta linguagem típica desses textos, que circulam livre e maciçamente nas redes sociais.[91] Estão nela os verbos no imperativo — compartilhem, mostrem, fiscalize — a denúncia de uma possível fraude eleitoral — "Se tiver segundo turno é fraude" —, caso o que está demonstrado na pesquisa não se concretize nas urnas eletrônicas. Mais uma vez, a voz de quem emite a mensagem é de alguém que se coloca

[90] Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2022/04/12/e-fake-que-pesquisa-aponte-bolsonaro-como-lider-em-todos-os-estados-em-abril-de-2022.ghtml. Acesso em: 15 nov. 2022.
[91] No dia 26/6/2022, a *hashtag* #bolsonaronoprimeiroturno foi a que mais alcançou engajamento nas redes sociais, sobretudo no *Twitter*.

diante do destinatário como portador da verdade a que ninguém mais tem acesso, o que torna o compartilhamento dela pelo enunciatário um dever cívico, para que mais pessoas saibam o que supostamente está acontecendo.

Acrescente-se o alto poder de disseminação e de convencimento das *fake news* com a informação de que no último fim de semana de junho, em que circularam em várias plataformas o mesmo tipo de informação falsa, a *hashtag*[92] #bolsonaronoprimeiroturno entrou para o *trending topics*[93] no *Twitter*.

Conforme Azeredo,

> escolhemos diferentes formas de textos de acordo com as intenções e finalidades de nossos atos comunicativos. (...) Qualquer texto destinado a convencer ou persuadir, seja ele jornalístico, político, publicitário, litúrgico, pedagógico ou epistolar, deve ao aparato retórico a sua eficácia junto ao ouvinte/leitor (AZEREDO, 2018, pp. 69 e 73)

Na Figura 59, o formato do texto foi escolhido para persuadir o receptor da mensagem, ao assumir a forma utilizada pelos telejornais nas matérias em que se divulgam pesquisas eleitorais. A profusão de números confunde o leitor crédulo pois seu aparato retórico contém uma quantidade de informações aleatórias, apresentadas na reprodução da suposta pesquisa.

---

[92] Palavra-chave antecedida pelo sinal “jogo da velha” difundida nas redes sociais com o intuito de agregar mais pessoas que comentem o mesmo assunto. Disponível em: https://www.significados.com.br/hashtag/ Acesso em: 27 jun. 2022.

[93] Temas mais comentados no *Twitter*. É uma espécie de pesquisa que mostra o engajamento dos internautas em uma discussão ou um assunto.

Figura 60 – Difícil

Fonte: UOL. **Drone atira fezes e urina em apoiadores de Lula e Kalil antes de evento.** São Paulo, 15 jun. 2022. Disponível em: https://www.uol.com.br/eleicoes/2022/06/15/drone-ataca-fezes-e-urina-em-apoiadores-de-lula-e-kalil-antes-de-evento.htm. Acesso em: 17 nov. 2022.

Na notícia falsa acima apresentada, cujo propósito é fazer graça com o ataque a uma manifestação de petistas em que estaria presente o candidato do partido, o ex-presidente Lula, nas eleições de 2022, percebem-se as estratégias demonstradas em outros Figuras aqui arrolados. A simulação de uma matéria de jornal veiculada por um portal de notícias (a tarja vermelha faz supor, pela semelhança, o portal g1, das organizações Globo, um dos inimigos figadais do bolsonarismo), a datação, o título em negrito, a linha fina, as aspas para a suposta fala de uma autoridade policial e a imagem do drone que teria sido usado para atacar os manifestantes. A comunidade discursiva na qual circula a mensagem apresentada acima reconhece o gênero como um dos que estão habilitados a circular naquele ambiente e o propósito dele. Esses propósitos comunicativos, um dos pilares dos estudos sobre gênero, para Swales (2005, p. 114), são reconhecidos pelos membros mais experientes da comunidade discursiva original e constituem a razão do gênero. O propósito comunicativo é o critério que é privilegiado e que faz com que o escopo do gênero se mantenha enfocado estreitamente em determinada ação retórica compatível com ele.

A razão subjacente à mensagem fornece a ela o contorno da estrutura esquemática do discurso e influencia e restringe as escolhas de conteúdo e estilo. Para Swales (*apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 67), além do propósito, os exemplares do gênero demonstram padrões semelhantes, mas com variações em termos de estrutura, estilo, conteúdo e público-alvo. Se forem realizadas todas as expectativas em relação àquilo que é altamente provável para o gênero, o exemplar será visto pela comunidade discursiva como um protótipo.

O protótipo, segundo Swales (*apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 66), é determinado pela exatidão com que corresponde a seu propósito comunicativo. Para o autor (idem), outras propriedades, como forma, estrutura e expectativas do público operam para identificar até que ponto certo exemplar é prototípico de um gênero específico". Além disso, deve-se levar em conta "como essas propriedades operam para que o propósito seja alcançado".

O jogo retórico das *fake news*, como demonstramos, mira a aceitação pelos membros de uma comunidade discursiva de uma mensagem como compartilhável, porque ela atende aos requisitos estabelecidos dentro dela para sua circulação e serve aos propósitos daquele ambiente da qual emerge e por onde trafega, até emigrar para outros ambientes e outras redes, em busca de ambiente ideológico-discursivo em que alcance mais engajamento e mais compartilhamentos.

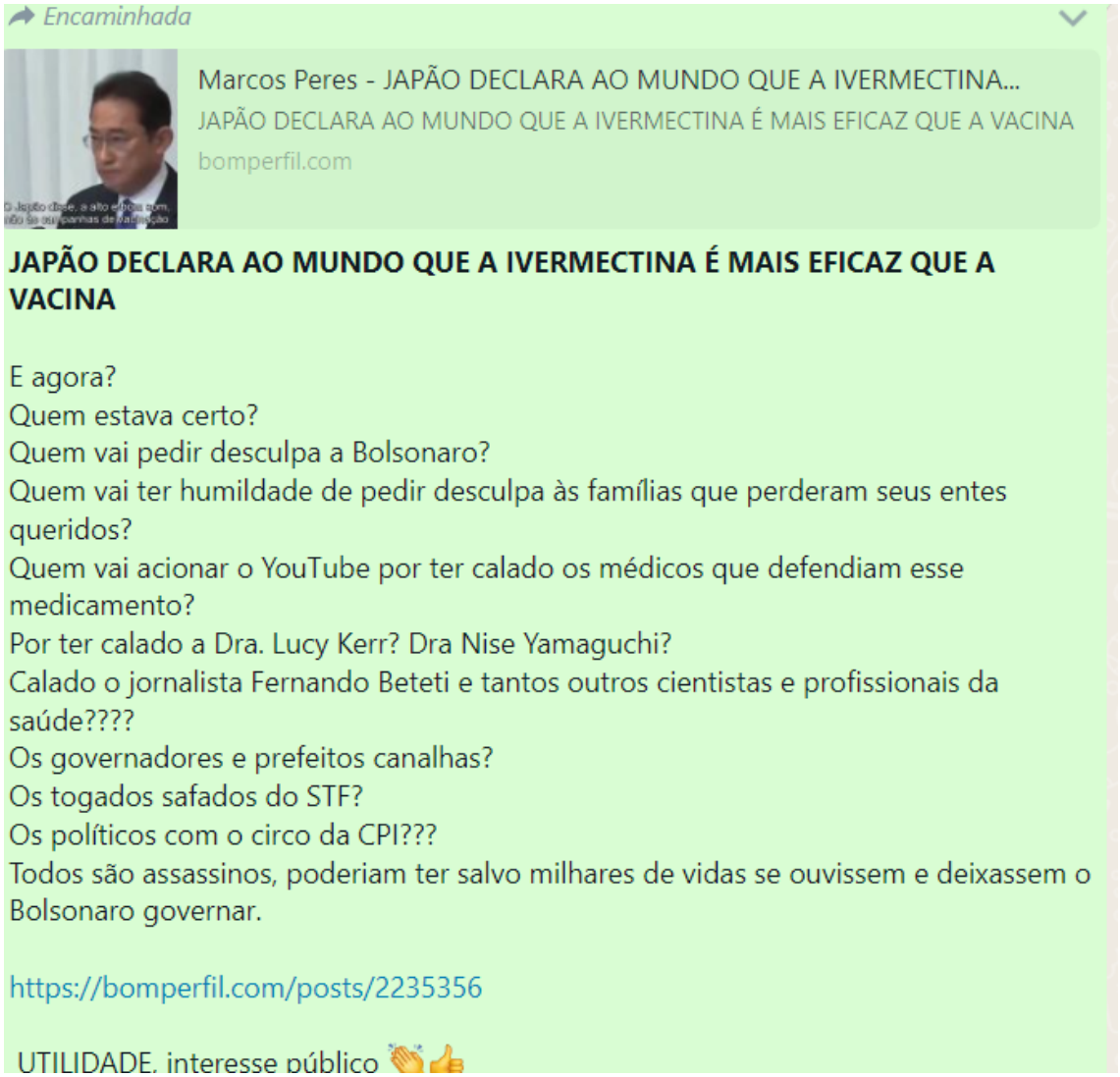
Assim, cria-se a situação retórica ideal para o surgimento do gênero *fake news*, pois é preciso que os discursos materializem as crenças, as suspeitas e o ódio que retroalimentam ideologicamente as correntes textuais que carregam mensagens com esse propósito. Como se vê, as *fake news* são fruto de demandas sociodiscursivas. A militância política nas redes sociais e nos aplicativos de trocas de mensagens baseia-se na criação e na recepção de mensagens que confirmem o que está nos corações e mentes dos enunciadores e dos destinatários, respectivamente, por meio do compartilhamento e da disseminação indiscriminada e acrítica dessas mensagens para mais e mais pessoas, criando-se bolhas cada vez maiores e mais fortalecidas.

Uma exigência, para Bitzer, é a urgência, necessidade, obrigação ou estímulo que demandam resposta. A situação retórica é aquela que pode ser modificada por meio do discurso. Os gêneros, que são formas retóricas e, conforme Bitzer,

> influenciam o modo como retores subsequentes definem e vivenciam situações recorrentes como requerendo tipicamente certos tipos de resposta retórica. As formas do discurso (gêneros) e as situações a que elas respondem estão ligadas de tal forma que se torna difícil estabelecer uma relação de causa e efeito entre elas. (BITZER *apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 87)

As *fake news* são as repostas retóricas aos anseios das comunidades discursivas onde são forjadas e pelas quais se movimentam. Campbel e Jamieson (*apud* BAWARSHI & REIFF, 2013, p. 87) preconizam que “as demandas sociais deveriam servir de base para nossa maneira de identificar e definir os gêneros.” Assim, o gênero *fake news* é reconhecido pelos usuários por suas demandas sociais, que são engajar os militantes de certos espectros ideológicos nas disputas discursivas a que estão submetidos, pelo compartilhamento das mensagens com esse teor que lhes chegam, num gesto retórico que afiança as comunicações para outros destinatários.

Figura 61 - E agora?



Fonte: Aplicativo de mensagens instantâneas (reprodução). PROJETO COMPROVA. **É falso que o Japão declarou ivermectina mais eficaz do que vacinas contra a covid-19.** [S. l.], 19 jul. 2022. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/e-falso-que-o-japao-declarou-ivermectina-mais-eficaz-do-que-vacinas-contra-a-covid-19/. Acesso em: 15 nov. 2022.

A Figura 60 é prova do que está dito acima. Apoiando-se num vídeo apócrifo, o enunciador busca persuadir a sua rede de contatos da verdade que só ele detém influenciando seus receptores por meio de apelos emotivos. A locução do vídeo no qual se baseia a exortação, em inglês, as legendas apresentadas rapidamente, as imagens colhidas a esmo e apresentadas de forma desconexa, tudo forma o caldo persuasivo que busca amedrontar os incautos ou crédulos destinatários de que as vacinas contra o covid-19 não são efetivas e, além disso, podem causar mal a que as toma. O gesto argumentativo intenta levar os alocutários à conclusão de que Bolsonaro estava certo ao recomendar ivermectina aos seus seguidores e a desprezar os imunizantes, que usavam, quase todos, princípio ativo produzido na China[94].

Como se tentou demonstrar neste capítulo, as *fake news* são um gênero discursivo por constituíram evento linguístico e retórico tipificado, utilizado em larga escala pelos membros de uma comunidade discursiva, com o intuito de atingir os objetivos sociocomunicativos compartilhados. Elas são, como se buscou mostrar, uma reposta retórica aos anseios das comunidades discursivas onde é forjada e pela qual se movimenta. Por ser um evento comunicativo que serve a um propósito, tem formato, função, conteúdo temático e construção composicional próprios. Tem caráter persuasivo/argumentativo e é reconhecida pelos destinatários como crível por atender aos protótipos dos gêneros que podem circular naquele ambiente sociorretórico e por ser a materialização discursiva e ideológica da comunidade.

Portanto, nem toda mensagem mentirosa divulgada nas redes sociais e pelos aplicativos de trocas de mensagens constitui-se um gênero específico. Um mentira divulgada, por exemplo, numa postagem no *Facebook* ou no *Instagram* não constitui *fake news*. Consideramos como gênero discursivo, como buscamos demonstrar, apenas o texto que se traveste de notícia de jornal, assumindo, intergenericamente, tal formato, que é conhecido dos destinatários e no qual os membros de uma comunidade discursiva creem. Essa característica, ao lado, como está em Marcuschi (2008), do Propósito Comunicativo, do Conteúdo, do Meio de transmissão, dos Papéis dos interlocutores e do Contexto situacional é que nos fazem considerar as *fake news* um gênero discursivo.

---

94 Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/12/16/e-fake-que-japao-abandonou-as-vacinas-contra-covid-19-e-as-substituiu-por-ivermectina.ghtml. Aceso em: 17/11/2022.

4. O DISCURSO DA MENTIRA: A LINGUAGEM DAS FAKE NEWS

O gênero *fake news* compõe-se majoritariamente de duas faces: uma imagem ilustrativa (foto ou vídeo), e o texto, escrito ou falado, que a acompanha. Portanto, no plano composicional, o gênero *fake news* é, quase sempre, um texto híbrido, que se vale de duas linguagens, a verbal e a não-verbal.

A face verbal das *fake news*, que tem sido o alvo prioritário de nossas investigações no presente trabalho, apresenta, junto com o estilo, a composição, o ambiente discursivo, o contexto e o propósito, características desse gênero que merecem atenção e análise, por seu padrão retórico.

Caracterizam a superfície verbal das *fake news* um padrão retórico que merece de nossa parte observação atenta. As regularidades observadas encontram-se nas temáticas desenvolvidas, nos recursos semânticos para abordá-las, como nas escolhas lexicais, nos padrões verbais e nos arranjos sintáticos com que se constrói a linguagem. Observam-se também o predomínio das funções da linguagem referencial e apelativa, a recorrência dos modos de organização do discurso expositivo e argumentativo, o uso muitas vezes exagerado de sinais de pontuação, além de elementos pertencentes a outros gêneros e de recursos modalizadores, que denunciam o posicionamento do enunciador em relação ao que comunica.

Analisaremos linguístico-discursivamente os enunciados que compõem as *fake news* híbridas, mas não esqueceremos de comentar as imagens que ilustram as postagens e, com as quais dialogam. Buscaremos, pois, neste capítulo, compreender, também, o apoio, em sua macrocomposição, de figuras ilustrativas e/ou corroborativas, que induzem a construção de sentido por parte dos destinatários e contribuem para que se cumpram os propósitos pretendidos pelos enunciadores que é, em última instância, a obtenção do aval dos receptores, a partir da aceitação da mensagem como verossímil e o consequente engajamento nela, por meio de likes e de compartilhamento em massa.

4.1. A face verbal das fake news

O gênero discursivo *fake news*, aqueles textos cujo conteúdo é falacioso, mas é carregado de verossimilhança e veridicção para os destinatários, como procuramos

demonstrar no capítulo anterior, utiliza traços característicos do discurso jornalístico que se encontra nos portais noticiosos dos grandes jornais e das emissoras de tv aberta ou a cabo, em sua composição. Muitas vezes a disposição gráfica das matérias desses portais é copiada: a fonte e o tamanho das letras nos títulos e subtítulos, a posição da imagem que acompanha o texto, o design — cores e diagramação — da matéria etc.

A face verbal das *fake news*, por espelhar os procedimentos do discurso jornalístico, esmera-se na construção de um texto que seja um simulacro do que se encontra usualmente nos portais noticiosos. Por isso, em textos desse gênero, percebe-se o predomínio da linguagem referencial e denotativa, a utilização quase sempre de períodos curtos, com frases na ordem direta e sem intercalações, e o esforço infrutífero pela utilização da norma exemplar da língua portuguesa. O léxico empregado é usual, sem palavras de significado desconhecido pela maioria dos falantes, primando pela clareza e objetividade, sem superlativos e com parcimoniosa utilização de adjetivos.

4.2. **O papel das imagens nas fake news**

O gênero *fake news* — assemelhado, no formato, como vimos no capítulo anterior, do gênero notícia — compõe-se majoritariamente de duas faces. Uma imagem ilustrativa — foto ou vídeo — e o texto, escrito ou falado, que a acompanha. Portanto, no plano composicional, o gênero *fake news* é, quase sempre, um texto híbrido, que se vale de duas linguagens, a verbal e a não-verbal.

Conforme Ribeiro

> Alberto Cairo (2008) e Valério Sancho (2001), dois importantes pesquisadores do tema, advogam a importância de recurso de visualização para que informações e dados relevantes possam ser melhor e mais rapidamente lidos e compreendidos pelo leitor. Esse é um argumento que a imprensa comumente vem usando para defender a redução dos textos verbais e a ampliação de gráficos infográficos nas páginas. (...) (RIBEIRO, 2016, p. 32)

Em outra parte, a pesquisadora nos diz:

> Em 1996, o New London Group apresentava à comunidade acadêmica, por meio da Harvard Educational Review seu “manifesto programático” para o próximo milênio (isto é, o nosso). O design do texto e do discurso surgia como uma preocupação importante, uma vez que a oferta de mídias e objetos de ler se ampliava e, mais do que isso, se diversificava, em dispositivos e modos de produção. Ler objetos verbo-visuais ficava mais evidente, mais necessário e provavelmente seria uma ação que faria parte do cotidiano das pessoas. (RIBEIRO, 2016, p. 33)

4.3. **Fake news em análise**

4.3.1. Análise 1

Figura 62 - Ataca e promete

Fonte: LINHARES JUNIOR, J. **Lula ataca "trabalho por aplicativo" e promete acabar com modalidade**. [S. l.], 12 mai. 22. Disponível em: https://linharesjr.com/2022/05/lula-ataca-trabalho-por-aplicativo-e-promete-acabar-com-modalidade/. Acesso em: 16 nov. 2022.

Figura 63 - Atacou trabalhadores

Ex-presidente comparou trabalhadores de aplicativo a escravos e afirmou que, caso seja eleito, irá acabar com modalidade de emprego. Setor responde hoje por mais de 1.5 milhão de empregos em todo o país.

O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) atacou trabalhadores que prestam serviços para aplicativos como Uber, iFood e 99. Segundo Lula, ao aceitarem trabalhar nesta modalidade, eles ajudaram a destruir os "direitos dos trabalhadores". "O que eles fizeram foi destruir o direito dos trabalhadores. Trabalhador que trabalha em aplicativo não tem direito a nada", disse Lula em entrevista à *Rádio Passos FM* nesta semana. O presidente ainda deu a entender que, caso seja eleito, irá acabar com os chamados "empregos de aplicativos".

A raiva do ex-presidente pelos chamados por ele mesmo "emprego de aplicativo" não possui explicação na realidade. Hoje em dia mais de 1.5 milhão de brasileiros estão no mercado de trabalho graças as vagas abertas por aplicativos. Os dados são do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). O número de brasileiros com carteira assinada em 2020 era de 30 milhões. Ou seja: as vagas de trabalho criadas por aplicativos respondem, proporcionalmente, por quase 5% das vagas de carteira assinada no país.

A reclamação do ex-presidente sobre a flexibilidade do trabalho também não encontra sustentação entre os trabalhadores. Recentemente uma pesquisa apontou que 70% dos trabalhadores de entrega de plataformas digitais gostam da flexibilidade nos horários. O levantamento nacional foi feito entre os dias 17 e 18 de julho de 2020, com 1 000 entregadores, escolhidos aleatoriamente e que fazem entregas para os três principais aplicativos de entrega: iFood, Rappi e UberEats.

Além de desprezar as vagas, Lula também esquece que esses profissionais se tornaram indispensáveis para outra dezena de milhões de brasileiros. Donos de restaurantes, escritórios e cidadãos comuns que abdicaram de outros modais de transporte e fazem a opção apenas por aplicativos.

Além de uma tragédia do ponto de vista de perda de vagas, o impacto social que a extinção dos serviços de aplicativos iria criar seria devastadora.

PROPOSTA INDECENTE

Durante a entrevista, Lula também apresentou uma proposta que soa como mentira. "Se quiser ser empreendedor (caso Lula seja eleito), vai ganhar crédito para montar seu negócio. Esse país não quer eternizar empregos de aplicativos que as pessoas não conhecem o patrão, não tem direito às férias", disse o petista.

Imaginar que o Governo Federal irá investir centenas de bilhões para banir os aplicativos soa como delírio. E em se tratando de um presidente que já ocupou o cargo, cabe a pergunta: por que não fez antes?

O fato é que Lula tenta demonizar aplicativos que criam empregos e respondem pelo sustento de milhões de famílias no país ao mesmo tempo que é evidente que se esses 1.5 milhão de brasileiros deixarem esses empregos, não irão achar outras alternativas.

Fonte: LINHARES JUNIOR, J. **Lula ataca "trabalho por aplicativo" e promete acabar com modalidade**. [S. l.], 12 mai. 22. Disponível em: https://linharesjr.com/2022/05/lula-ataca-trabalho-por-aplicativo-e-promete-acabar-com-modalidade/. Acesso em: 16 nov. 2022.

O texto, desde a manchete, posta em letras garrafais no alto da hipotética matéria jornalística, faz parecer que o protesto do ex-presidente Lula, candidato à presidência da república em 2022, é direcionado aos trabalhadores, quando, na verdade, sua insatisfação é

com as empresas de entregas por aplicativos, que utilizam os entregadores sem lhes dar o respaldo da carteira assinada, que lhes garantiria os direitos trabalhistas. Na linha fina, breve texto introdutório, colocado logo abaixo do título ou da imagem que acompanha uma notícia, amplia-se a mentira: "(Lula) irá acabar com modalidade de emprego". O que se constrói é uma desinformação, que atinge emocionalmente os eleitores, sobretudo os que estão entre os que ganham o pão em trabalhos temporários, como os entregadores ou motoristas de aplicativo, uma tendência que alguns analistas chamam de uberização da economia[95].

O quadro a seguir sistematiza a construção do discurso desinformativo que constitui o texto.

Figura 64 - Quadro-resumo

Lula /Ex-presidente	**Enunciador / Locutor**	**Trabalhadores**	**Mercado / Setor Aplicativos**
comparou trabalhadores de aplicativo a escravos			setor **responde** hoje por 1,5 milhão de empregos
irá acabar com modalidade de emprego	além de uma **tragédia** do ponto de vista de perda de vagas, o impacto social que a **extinção dos serviços** de aplicativos iria criar seria **devastadora.**		que **criam empregos**
atacou trabalhadores		que **prestam serviços** para aplicativos	Uber, iFood e 99
eles (os trabalhadores de aplicativo) ajudaram a **destruir** os "direitos dos trabalhadores".			(ajudaram a **destruir)** os "direitos dos trabalhadores".
o que eles (os trabalhadores de aplicativo) fizeram foi **destruir**		(foi **destruir**) o direito dos trabalhadores	
trabalhador que **trabalha em aplicativo**		**não tem direito** a nada	
a **raiva** do ex-presidente pelos chamados por ele mesmo "emprego de aplicativo"	**não possui explicação** na realidade.		
a **reclamação** do ex-presidente sobre a flexibilidade do trabalho	**não encontra sustentação** entre os trabalhadores		
também **esquece**	que esses profissionais se tornaram **indispensáveis** para outra dezena de milhões de brasileiros.		
esse país **não quer eternizar** empregos de aplicativos que as pessoas	**proposta indecente**	não conhecem o **patrão,** não tem **direito às férias**	

[95] Disponível em: https://www.cartacapital.com.br/justica/a-uberizacao-das-relacoes-de-trabalho/. Acesso em: 23 out. 2022

Lula tenta **demonizar**			(setor de aplicativos) que **criam empregos**, que responde hoje por mais de 1.5 milhão de empregos em todo o país.
	imaginar que o Governo Federal irá investir centenas de bilhões para banir os aplicativos soa como **delírio**		

Fonte: O autor, 2022.

Em relação à imagem, ressalte-se o uso pelo ex-presidente Lula de uma camisa vermelha, cor que simboliza os partidos de esquerda e, em última instância, o comunismo, e um boné do Movimento dos Trabalhadores sem Terra, ONG demonizada pelos destinatários da mensagem, por ser, para a comunidade discursiva a que se destina a mensagem, sinônimo de invasão de terras, de arruaça e de violência no campo.

Outro ponto a ser observado na imagem do ex-presidente é o ângulo pelo qual foi fotografado, pouco favorável ao ex-presidente, porque o faz parecer embriagado (Lula é chamado constantemente de cachaceiro pelos adversários mais virulentos) ou desnorteado.

A conjugação das duas linguagens, verbal e não verbal, com o que foi apontado nelas acima, constrói um conteúdo palatável aos que estão em lado diametralmente oposto, ideologicamente, do político do PT e de tudo o que ele representa. Assemelhado a uma notícia de jornal virtual, o texto pertencente ao gênero *fake news* ludibria os destinatários ideais, que creem acriticamente na desinformação

Acompanhemos mais um exemplo do gênero *fake news*.

4.3.2. Análise 2

Figura 65 - Admite

ESCÂNDALO

Diretora da Pfizer admite que vacina não impede a transmissão da Covid-19

POR: JOSÉ LINHARES JR. 13/10/2022 15:34

34
TOTAL

Fonte: LINHARES JUNIOR, J. **Diretora da Pfizer admite que vacina não impede a transmissão da Covid-19.** [S. l.], 13 out 2022. Disponível em: https://linharesjr.com/categoria/noticias/. Acesso em: 16 nov. 2022.

Figura 66 - Cai como uma bomba

Declaração de Janine Small no parlamento europeu cai como uma bomba nos defensores do passaporte vacinal e na criminalização de quem foi perseguido por duvidar da efetividade dos medicamentos.

A diretora de Mercados Internacionais Desenvolvidos da Pfizer, Janine Small, admitiu em audiência ao parlamento europeu que a vacina do laboratório não impedia o contágio. A declaração foi dada nesta segunda (10 de outubro) e caiu como uma bomba nos defensores de passaportes vacinais e vacinação obrigatória.

Small afirmou que o medicamento sequer havia sido testado como impeditivo da transmissão. O laboratório começou a comercializar a vacina com a certeza de que não havia provas de que ela interromperia a transmissão.

Nos últimos anos pessoas receosas em relação à efetividade da vacina foram marginalizadas por governos ao redor do mundo. Vídeos de cidadãos sendo presos e espancados por policiais viralizaram. Tudo sob a desculpa de que estas pessoas "não se preocupavam" com os outros. A declaração da executiva da Pfizer mostra que essas pessoas foram perseguidas e constrangidas inutilmente.

A pergunta foi feita pelo holandês, Rob Roos, membro do parlamento europeu: "A vacina Pfizer COVID foi testada para impedir a transmissão do vírus antes de entrar no mercado? Nós sabíamos sobre a interrupção da imunização antes que ela entrasse no mercado?".

Janine Small respondeu: "Não... Você sabe, nós tivemos que... realmente nos mover na velocidade da ciência para saber o que está acontecendo no mercado".

As declarações de Janine já haviam sido confirmadas pela Food and Drug Administration, no final de 2020. A organização afirmou que não havia dados disponíveis para determinar se a vacina impediria a transmissão e por quanto tempo protegeria contra a transmissão do vírus SARS-CoV-2 que causa a COVID-19.

"No momento, não há dados disponíveis para determinar por quanto tempo a vacina fornecerá proteção, nem há evidências de que a vacina impeça a transmissão do SARS-CoV-2 de pessoa para pessoa", observou especificamente a agência.

Ainda naquele ano, o CEO da Pfizer, Albert Bourla, disse que sua empresa "não tinha certeza" se as pessoas que aplicassem a vacina de mRNA podem transmitir a COVID-19 para outras pessoas. "Acho que isso é algo que precisa ser analisado. Não temos certeza disso agora", disse Bourla à NBC News em dezembro de 2020.

Fonte: LINHARES JUNIOR, J. **Diretora da Pfizer admite que vacina não impede a transmissão da Covid-19.** [S. l.], 13 out 2022. Disponível em: https://linharesjr.com/categoria/noticias/. Acesso em: 16 nov. 2022.

Essa notícia falsa, como a anterior, apresenta os elementos característicos do discurso jornalístico. Há, sobre a foto, a manchete, em caixa alta e letras garrafais, que apresenta a desinformação e aguça a curiosidade do leitor propenso a crer nela e a confirmar suas suspeitas. A seguir, a imagem da diretora do Laboratório Farmacêutico é de alguém em dúvida, pensativa sobre um assunto, ou, acuada por uma questão a que não sabe responder com certeza. A incerteza no rosto da mulher, que olha para baixo, à direita, contribui para que os receptores creiam na mentira. Logo a seguir, abaixo da imagem, a linha fina contrapõe os defensores do passaporte vacinal, sobre os quais a suposta declaração da executiva teria

“caído como uma bomba”, e os que duvidavam da vacina e propunham tratamentos heterodoxos, criminalizados e perseguidos ao redor do mundo, segundo a notícia falsa, por essa postura.

A face verbal do texto verbo-visual assume procedimentos retóricos caraterísticos das matérias jornalísticas: frases curtas, sem intercalações, na ordem direta, numa linguagem quase sempre denotativa e referencial. Merecem atenção as escolhas lexicais de expressões que emprestam à notícia emocionalidade e subjetividade exageradas — “caiu como uma bomba”, “na criminalização de quem foi perseguido”, “pessoas (...) foram marginalizadas ao redor do mundo”, “cidadãos sendo presos e espancados”, “pessoas perseguidas e constrangidas”.

No título, a desinformação que se quer transmitir vem no complemento oracional - “(que) vacina não impede a transmissão do covid-19” -, após o início do período em que o sujeito “Diretora da Pfizer” vem seguido do verbo “admite”, que insinua a confissão de algo que já era reconhecido pelos tais cidadãos contrários à vacina, em vez de formas verbais mais neutras como declara, informa, diz etc.

No segundo parágrafo, temos dois períodos. No primeiro, “Small afirmou que o medicamento sequer havia sido testado como impeditivo da transmissão”, encontra-se o advérbio “sequer”, um posicionamento do enunciador introduzido na suposta declaração da executiva, a indicar a hipotética falta de responsabilidade do Laboratório, que teria colocado no mercado um medicamento, sem que ele tivesse passado pelos testes regulamentares. No segundo, “O laboratório começou a comercializar a vacina com a certeza de que não havia provas de que ela interromperia a transmissão”, a troca da preposição “sem” pela sua oposta, “com”, é outra inserção da voz do enunciador no discurso da executiva que, certamente, não proferiu a declaração do modo como ela está parafraseada na declaração.

No terceiro parágrafo, formado por quatro períodos, o emissor faz a defesa do enorme contingente de cidadãos mundo a fora que negaram as vacinas. Note-se o uso do adjetivo “receosas” ligado a pessoas que se recusaram a tomar qualquer imunizante, abranda a postura negacionista delas. Em seguida, arrolam-se as supostas provas — vídeos apócrifos da internet — de que os antivacinas foram constrangidas e perseguidos injustamente e que, agora, após a declaração, ter-se-ia, enfim, revelada a verdade que os redimira.

4.3.3. Análise 3

Figura 67 - Violência

VIOLÊNCIA

Tarcísio de Freitas sofre atentado a tiros em São Paulo

POR: JOSÉ LINHARES JR. 17/10/2022 12:42

3
TOTAL

Fonte: LINHARES JUNIOR, J. **Tarcísio de Freitas sofre atentado a tiros em São Paulo.** [S. l.], 17 out 2022. Disponível em: https://linharesjr.com/categoria/noticias/. Acesso em: 16 nov. 2022.

Figura 68 - Atentado

Prédio de centro universitário visitado pelo candidato em Paraisópolis foi metralhado. Na sexta (14), a primeira-dama Michele Bolsonaro também já havia sido alvo de atentado parecido em Fortaleza

Candidato do Republicanos ao Governo de São Paulo, Tarcísio de Freitas sofreu um atentado na manhã desta segunda (17 de outubro) em São Paulo. O ex-ministro visitava instalações de um centro universitário que foi metralhado. O atentado aconteceu em Paraisópolis.

Vídeos mostram uma intensa troca de tiros entre seguranças do candidato, policiais e criminosos**.** É possível ouvir estampidos de armas de diversos calibres.

Um dos atiradores, que guiava uma moto, foi morto durante o confronto.

Na sexta (14 de outubro), um homem foi preso por ter disparado contra o muro de uma igreja evangélica uma hora antes de um evento com a primeira-dama, Michelle Bolsonaro, e a ex-ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, Damares Alves, em Fortaleza, no Ceará. Ele confessou que o ato visava amedrontar a população e sabotar o evento.

Em 2018, Jair Bolsonaro foi vítima de uma facada durante evento eleitoral em Juiz de Fora, em Minas Gerais.

Apesar de todos estes episódios, setores da imprensa ainda insistem em creditar a Bolsonaro e seus aliados a responsabilidade por uma fantasiosa escalada de violência política no Brasil.

Fonte: LINHARES JUNIOR, J. **Tarcísio de Freitas sofre atentado a tiros em São Paulo.** [S. l.], 17 out 2022. Disponível em: https://linharesjr.com/categoria/noticias/. Acesso em: 16 nov. 2022.

A notícia falsa exemplificada na figura acima apresenta linguagem em que predomina, a função referencial e o sentido denotativo das palavras, porque supostamente veicula uma notícia. As escolhas lexicais consubstanciam o ponto de vista ideológico do enunciador e são a senha para a aceitação do texto como crível pelos destinatários. Notem-se expressões como "sofreu um atentado", "metralhado", "intensa troca de tiros entre seguranças do candidato, policiais e criminosos".

A imagem do candidato do Republicanos estampa a suposta matéria, embaixo do título, em letras maiúsculas "Tarcísio de Freitas sofre atentado a tiros em São Paulo", logo abaixo do substantivo abstrato que nomeia a seção do jornal em que teria saído a matéria — "violência". Na linha fina, lê-se "Prédio de centro universitário visitado pelo candidato em Paraisópolis foi metralhado. Na sexta (14), a primeira-dama Michele Bolsonaro também já havia sido alvo de atentado parecido em Fortaleza".

O que se pretende, como se constata no final do texto, é creditar aos opositores de Bolsonaro, genericamente, os políticos de esquerda, o início dos ataques contra adversários políticos, que se observaram nas eleições gerais de 2022, quando, na verdade, foram militantes ou simpatizantes do PT os agredidos ou assassinados por extremistas de direita, como se viu, por exemplo, no assassinato de Marcelo Arruda[96], em julho deste ano, ou no episódio em que um eleitor de Bolsonaro matou quem declarasse o voto em Lula[97]. Além disso, a suposta reportagem chama a "escalada da violência" de "fantasiosa, no último parágrafo, quando o posicionamento ideológico do enunciador se faz presente de maneira mais clara.

Notem-se os seguintes dados destacados da notícia falsa:

Figura 69 - Quadro-resumo

Personagem - vítima	**Ação sofrida**	**Local**	**Executores**
Bolsonaro ("foi vítima")	Atendado a faca	Evento eleitoral, Juiz de Fora, MG	Não citado
Michele Bolsonaro	Atentado a tiros	Igreja evangélica, Fortaleza, CE	"Homem foi preso e confessou"
Tarcísio de Freitas ("sofreu um atentado")	Metralhado	Centro Universitário, Paraisópolis, SP	Atiradores, criminosos.

Fonte**:** O autor, 2022.

[96] Disponível em: https://g1.globo.com/pr/oeste-sudoeste/noticia/2022/09/09/assassinado-tesoureiro-do-pt-dois-meses-apos-crime-acusado-que-e-apoiador-de-bolsonaro-ainda-nao-foi-ouvido.ghtml. Acesso em: 17 nov. 2022.
[97] Disponível em: https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/09/26/homem-morto-ceara-eleitor-lula.htm. Acesso em: 17 nov. 2022.

Como se tentou demonstrar neste capítulo, as *fake news*, enquanto gênero discursivo, apresentam características do gênero notícia, pertencente ao discurso jornalístico. A linguagem lança mão de procedimentos constitutivos desse gênero, no formato, na utilização de imagens ilustrativas, na diagramação do texto e na construção da linguagem. Um olhar mais atento, porém, percebe os deslizes lógicos, sintáticos e de conteúdo que denunciam a falsidade da matéria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegamos ao fim desta jornada em que nos debruçamos, por quatro anos, sobre notícias falsas, boatos e mentiras espalhados pela internet, em textos pertencentes a gêneros diversos. O trabalho que ora se finaliza propôs-se a abrir um caminho para a investigação do fenômeno *fake news* à luz dos estudos da linguagem, empreitada que está longe de ter-se esgotado nele.

Buscamos compreender o fenômeno *fake news* desde o seu surgimento, em 2016, quando o termo pós-verdade (*post-truth)* foi escolhido a palavra do ano pelo Dicionário Oxford. Investigamos sua gênese e as motivações da mentira, disseminada abundantemente pela internet, nos mais diversos suportes e formatos de textos, bem como as consequências graves a que deu causa. Identificamos a polissemia da palavra *fake news*, que ora é usada para se referir ao fenômeno que tomou conta do noticiário político nos últimos anos, como um sinônimo para mentira, desinformação e boato, ou, como, para nós, melhor caberia, para designar um gênero discursivo, hipótese abordada no capítulo 3 desta tese.

Historiamos o crescimento da internet e a criação das redes sociais. Constatamos na pesquisa a importância que as plataformas de interação alcançaram e, também, que a virtualização das relações sociais e pessoais desidratou a mídia tradicional e os jornais, gerando uma desintermediação da comunicação, inclusive na política. Com a perda da hegemonia da informação pela mídia tradicional, as redes sociais e os aplicativos de mensagens passaram a ser as únicas fontes confiáveis para muitos.

Analisamos ao longo da pesquisa cerca de mil textos que tinham como conteúdo mentiras de todo tipo: notícias falsas, boatos, acusações sem fundamento, denúncias injustificadas, ataques a pessoas e instituições, amealhados em redes sociais e aplicativos de trocas de mensagens, ou enviados por amigos, sabedores de nossa empreitada. Analisamos, ao logo do texto, conforme o escopo de cada capítulo, uma parte menor do corpus, reduzindo-o a sessenta e duas figuras, que reproduziam mentiras enviadas pelos aplicativos de trocas de mensagens ou que circulavam em postagens nas redes sociais da internet.

Importava-nos entender por que as notícias falsas despertam a imediata adesão dos receptores, em forma de crença e de consequente compartilhamento. Assim, levantamos os aspectos persuasivos das notícias falsas e os conceitos de verossimilhança e de veridicção, que emprestam às mentiras uma aparência de verdade. Contribuiu para entendermos esse processo os estudos empreendidos sobre os conceitos de comunidades discursivas, formadas

por membros constituídos como sujeitos por uma formação discursiva comum, e por onde circulam as mensagens, e o de interdiscurso, que permeia as notícias falsas e as retroalimenta. Ou seja, a presença de textos anteriores, e das supostas informações que apresentam, nos textos novos, renova e reforça a mentira e, consequentemente, a verossimilhança que ela alcança, tornando-a apta ao compartilhamento e ao engajamento dos que a recepcionam. Assim, as mentiras, os boatos, as acusações e as teorias conspiratórias circulam nos grupos de aplicativos de mensagens e nas redes sociais em grande escala, tornando, também pela repetição, críveis e compartilháveis pelos receptores.

Cabe aqui uma citação de Hannah Arendt:

> o súdito ideal do governo totalitário não é o nazista convicto nem o comunista convicto, mas aquele para quem já não existe a diferença entre fato e ficção e a diferença entre o verdadeiro e o falso.[98]

O recolhimento do corpus nos fez constatar que as notícias falsas nos chegam materializadas em textos, majoritariamente verbo-visuais, pois, na era digital, os textos verbais ganham novas camadas, subjacentes e adjacentes à superfície linguística. São textos intersemióticos, que coadunam as linguagens verbal e não verbal. Essa constatação nos encaminhou para um estudo bibliográfico das noções de texto e discurso e a análises das mensagens e postagens feitas à luz desses conceitos, em que levantamos os elementos formadores da textualidade e o papel das imagens na construção de sentido a partir do recebimento de tais notícias.

Investigamos, portanto, as conceituações de texto e discurso, para analisarmos linguística e discursivamente as notícias falsas, conforme a configuração da superfície textual e o contexto, o ambiente de circulação, os destinatários e os propósitos da mensagem, que configuram o discurso. Assim, abordamos as notícias falsas, olhando-as do ponto de vista da língua e do discurso.

Percebemos a recorrência de um certo formato de texto e intuímos que esse formato, abundante e característico, cristalizara-se em seus propósitos, conteúdo, estilo, composição, ambiente em que circula, destinatários e situação em que surge como um gênero discursivo. Para isso, buscamos apoio em alguns dos mais importantes estudiosos do gênero, para confirmar a hipótese levantada durante deste estudo, a de que as *fake news*, mentiras que simulam ser notícias, configuram um gênero discursivo.

---

[98] Disponível em: https://oestadodaarte.com.br/hannah-arendt/ . Acesso em 2 nov. 2022.

Na configuração do gênero, como vimos na pesquisa bibliográfica feita sobre esse conceito, o contexto cultural e situacional em que o gênero funciona, os propósitos sociais a que serve, de que modo os elementos estruturais refletem suas funções e como os traços linguísticos realizam essas funções são fatores essenciais, fiéis ao tripé contexto, propósito e estrutura, conforme Bakhtin (2016, p. 12).

Pesquisamos os estudos sobre os gêneros textuais também para diferenciar as notícias falsas — nome genérico das mentiras de variado formato que circulam na internet, por diversos suportes, das *fake news*, fixadas por nós como uma espécie diferente de texto, ou, como se pretendeu demonstrar, como um gênero discursivo.

Por fim, analisamos detidamente três *fake news*, já compreendidas como um gênero, em sua composição e estilo, observando também a intertextualidade, a intergenericidade e a interdiscursividade presentes neles. Procuramos compreender o papel das imagens na construção desse gênero, que se traveste de outro gênero, a notícia, para cumprir seus propósitos ideológicos e discursivos, para compreender a adesão imediata e acrítica do público a que se destina, com o consequente e esperado engajamento, que se materializa no compartilhamento das mensagens falaciosas acriticamente pelos interlocutores.

O fato de que as notícias falsas continuam circulando livre e absurdamente, enquanto escrevemos essas considerações finais[99], após a vitória do candidato da Frente Ampla Luís Inácio Lula da Silva sobre Jair Messias Bolsonaro, do PL, faz-nos crer que este trabalho não terá sido em vão se tiver servido, ao menos, para que, no futuro, tenhamos encontrado formas de mitigar as consequências nefastas da propagação da mentira pela internet, por meio de qualquer dispositivo.

---

[99] Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/11/atos-golpistas-pelo-pais-sao-inflamados-por-fake-news-e-bolsonaro.shtml. Acesso em: 17 nov. 2022.

REFERÊNCIAS

ABREU, Antônio Suarez. *A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção.* 6. ed. Cotia: Atelier, 2003.

AB'SABER, Tales. Ilusão, convicção e mentira: linguagem e psicopolítica da pós-verdade. *In:* CURCINO, Luzmara, ARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos. *Discurso e (pós) verdade*. São Paulo: Parábola, 2021.

AGOSTINHO, Santo, Bispo de Hipona. *354-430 Sobre a mentira*. Petrópolis: Vozes, 2018.

ARAÚJO, Júlio; LEFFA, Vilson. *Redes sociais e ensino de línguas:* o que temos de aprender? 1. ed. São Paulo: Parábola, 2016.

AGÊNCIA Lupa, 2022. Disponível em: https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/. Acesso em: 15 nov. 2022.

ARNOUX, Elvira Narvaja. A verdade e as emoções: retórica e pós-verdade no discurso político. *In:* CURCINO, Luzmara, ARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos. *Discurso e (pós) verdade*. São Paulo: Parábola, 2021.

AZEREDO, José Carlos de. *Gramática Houaiss da Língua Portuguesa*. São Paulo: Publifolha, 2011.

AZEREDO, José Carlos de. *A linguística, o texto e o ensino da língua.* São Paulo: Parábola, 2018.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal.* São Paulo: Editora 34, 2003.

BAKHTIN, Mikhail. *Os gêneros do discurso.* 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2016.

BALOCCO, Anna Elizabeth. A perspectiva discursivo-semiótica de Gunther Kress: o gênero como um recurso representacional. *In:* MEURER, J. J.; BONINI, Adair; MOTTA-ROTH, Desirée. *Gêneros:* teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola, 2005.

BARTON, David. *Linguagem online:* textos e práticas digitais. 1. ed. São Paulo: Parábola, 2015.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. *A complexidade discursiva na internet. CASA*: Cadernos de Semiótica Aplicada, v.13, n.2, 2015. Disponível em: https://periodicos.fclar.unesp.br/casa. Acesso em: 18 maio 2022.

BAWARSHI, Anis S. *Gênero:* história, teoria, pesquisa, ensino. 1. ed. São Paulo: Parábola, 2013.

BEZERRA, Benedito Gomes. *O gênero como ele é (e como não é).* 1. ed. São Paulo: Parábola, 2022.

BRONCKART, Jean Paul. *Atividade de linguagem, discurso e desenvolvimento humano.* Campinas: Mercado de Letras, 2006.

BUSATO, Marcelo El Khouri. Três concepções para o estudo de redes sociais. *In:* ARAÚJO, Júlio; LEFFA, Vilson (org.). *Redes sociais e ensino de línguas* – o que temos de aprender? São Paulo: Parábola, 2016.

CARVALHO, Gisele. Gênero como ação social em Miller e Bazerman: o conceito, uma sugestão e um exemplo de aplicação. *In*: MEURER, J.L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (org.). *Gêneros:* teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola, 2005.

CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso:* modos de organização. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

CITELLI, Adilson. *Linguagem e persuasão.* Ed. rev. e atual. São Paulo: Ática, 2004.

CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos. *Discurso e (pós) verdade.* São Paulo: Parábola, 2021.

DIJK, Teun A van. *Discurso e contexto:* uma abordagem sociocognitiva. São Paulo: Contexto, 2012.

DIONÍSIO, Angela Paiva; MACHADO, Anna Rachel; BEZERRA, Maria Auxiliadora (org.). *Gêneros textuais e ensino.* São Paulo: Parábola, 2010.

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. *Para entender o texto:* leitura e redação. São Paulo: Ática, 2000.

FIORIN, José Luiz. *Elementos de análise do discurso.* São Paulo: Contexto, 2018.

FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense, 1986.

FOUCAULT, M. *A ordem do discurso.* São Paulo: Edições Loyola, 2014.

GALLI, Fernanda. Linguagem da internet: um meio de comunicação global. *In:* MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antônio Carlos (org.). *Hipertexto e gêneros digitais.* São Paulo: Cortez, 2010.

GARCIA, Othon Moacir. *Comunicação em prosa moderna*: aprenda a escrever aprendendo a pensar. 21 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

HENRIQUES, Claudio Cezar. *Estilística e discurso:* estudos produtivos sobre texto e expressividade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

KOCH, Ingedore G. Villaça. *Intertextualidade:* diálogos possíveis. 3 ed. São Paulo: Cortez, 2012.

KOCH, Ingedore G. Villaça. *O texto e a construção de sentidos*. São Paulo: Contexto, 2002.

KOCH, Ingedore G. Villaça. *Ler e compreender os sentidos do texto*. São Paulo: Contexto, 2012.

KOCH, Ingedore G. Villaça. *Ler e escrever:* estratégias de produção textual. São Paulo: Contexto, 2017.

MAINGUENEAU, Dominique. *Gênese dos discursos*. São Paulo: Parábola, 2008.

MARCCUSCHI, Luiz Antônio. *Linguística de texto:* o que é e como se faz. São Paulo: Parábola, 2012.

MARCCUSCHI, Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola, 2008.

MEURER, J.L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (org.). *Gêneros:* teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola, 2005, 296p.

MEYER, Bernard. *A arte de argumentar:* com exercícios corrigidos. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2008.

MILLER, Carolyn R. *Gênero textual, agência e tecnologia:* estudos. São Paulo: Parábola, 2012.

MOTA-ROTH Desirée; HEBERLE, Viviane M. *Gêneros*: teorias , métodos , debates . São Paulo: Parábola, 2005.

NASCIMENTO, Carlos Eduardo Gomes. Fake news, mentira organizada e educação: Uma reflexão a partir do pensamento de Hannah Arendt. *Revista docência e cibercultura,* Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 243-263, jan/abr. 2020.

ORLANDI, Eni. *Discurso e leitura*. Campinas: Cortez, 1996.

ORLANDI, Eni. *Discurso e texto*: formação e circulação de sentidos. Campinas: Pontes, 2001.

POSSENTI, Sirio. *Os limites do discurso:* ensaios sobre discurso e sujeito. São Paulo: Parábola, 2009.

RECUERO, Raquel. Discurso mediado por computador nas redes sociais. *In:* ARAÚJO, Júlio; LEFFA, Vilson (org.). *Redes sociais e ensino de línguas* – o que temos de aprender? São Paulo: Parábola, 2016.

RIBEIRO, Ana Elisa. *Textos verbo-visuais:* leitura e produção. 1. ed. São Paulo: Parábola, 2016.

ROCHA, João Cezar de Castro. *Guerra cultural e retórica do ódio:* crônicas de um Brasil pós-político. 1. ed. Goiânia: Editora e Livraria Caminhos, 2021.

RODRIGUES, Rosângela Hammes. Os gêneros do discurso na perspectiva dialógica da linguagem. *In:* MEURER, J. J.; BONINI, Adair; MOTTA-ROTH, Desirée. *Gêneros*: teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola, 2005.

SALORENZO, Letícia. *Gramática da manipulação:* como os jornais trabalham as manchetes em tempos de eleições. (e em outros tempos também). Belo Horizonte: Quintal Edições, 2018.

SANTOS, Alcides Cardoso dos; DURÃO, Fabio Akcelrud; SILVA, Maria das Graças Villa da (org.). *Desconstruções e contextos nacionais.* Rio de Janeiro: 7Letras, 2006.

SARGENTINI, Vanice; CARVALHO, Pedro Henrique Varoni. A vontade de verdade no discurso – Os contornos das fake news. *In:* SARGENTINI, Vanice; CARVALHO, Pedro Henrique Varoni. *Discurso e (pós) verdade*. São Paulo: Parábola, 2021.

SILVA, Silvio P. da.; SOUZA, Francisco E. B. de; CIPRIANO, Luís Carlos. Textos verbo-visuais: a nova tendência na comunicação. *Observatório da Imprensa,* n. 861, jul. 2015.

STARLING, Heloísa M. *Linguagem da destruição:* a democracia brasileira em crise Heloísa Murgel Starling, Miguel Lago, Newton Bignotto. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

VALENTE, André. *A linguagem nossa de cada dia.* Petrópolis: Vozes, 1997.