



**LARA RAFAEL LAGE**

**AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DAS *FAKE NEWS* EM  
INTERFACE AO DISCURSO DO MEDO**

**LAVRAS – MG  
2025**

**LARA RAFAEL LAGE**

**AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DAS *FAKE NEWS* EM INTERFACE AO  
DISCURSO DO MEDO**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Letras, área de concentração em Objetos Culturais e Produção de Sentidos, para a obtenção do título de Mestra.

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Luciana Soares Silva  
Orientadora

**LAVRAS – MG  
2025**

**Ficha Catalográfica elaborada pelo Sistema de Geração  
de Ficha Catalográfica da Biblioteca Universitária da UFLA, com  
dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).**

Lage, Lara Rafael.

As condições de produção das fake news em interface ao discurso do medo / Lara Rafael Lage. - 2025.

100 p. : il.

Orientadora: Luciana Soares da Silva

Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade Federal de Lavras, 2025.

Bibliografia.

1. Análise do discurso. 2. Discurso do medo. 3. Fake news. 4. Pós-verdade. I. Soares da Silva, Luciana. II. Universidade Federal de Lavras. III. Título.

**LARA RAFAEL LAGE**

**AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DAS *FAKE NEWS* EM INTERFACE AO  
DISCURSO DO MEDO**

**THE CONDITIONS OF PRODUCTION OF FAKE NEWS IN INTERFACE WITH  
THE DISCOURSE OF FEAR**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Letras, área de concentração em Objetos Culturais e Produção de Sentidos, para a obtenção do título de Mestra.

APROVADA em 02 de junho de 2025  
Dr. Márcio Rogério De Oliveira Cano - UFLA  
Dra. Maria Eugênia Batista - UNIFESP

**Prof<sup>ª</sup>. Dra. Luciana Soares Silva**  
**Orientadora**

**LAVRAS – MG**  
**2025**

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, por todas as oportunidades que me foram concedidas, pela força diária e por me tornar uma pessoa persistente.

Aos meus pais, Antônio e Lúcia, minhas maiores inspirações, pelo amor incondicional, compreensão e apoio ao longo de toda a minha vida, especialmente neste momento tão significativo.

Às minhas irmãs, Lauriê e Samara, pelo incentivo constante na minha jornada acadêmica, pelo companheirismo e por estarem ao meu lado nos momentos mais difíceis.

Às minhas sobrinhas, Eduarda, Melina e Mariana, que enchem meus dias de alegria e leveza. Agradeço, sobretudo, pelo carinho e amor que sempre me dedicam.

Ao meu namorado, José Victor, por ser minha calma nos momentos desafiadores e o maior encorajador dos meus sonhos.

À minha orientadora, Profa. Dra. Luciana Soares Silva, pela orientação, pelos ensinamentos e pela paciência na elaboração deste trabalho.

Aos meus amigos, que, de alguma forma, contribuíram para essa conquista e sempre torceram por mim, minha gratidão!

## RESUMO

Este estudo tem como objetivo caracterizar e discutir a relação interdiscursiva das *fake news* e o discurso do medo como estratégia linguístico-discursiva de manipulação da informação. O ato de mentir e enganar sempre existiu, sendo utilizado como ferramenta política mesmo antes do surgimento da mídia. Contudo, esse fenômeno foi intensificado com o advento da internet e das redes sociais, as quais permitem uma propagação rápida e massiva de informações que se misturam entre verdadeiras e falsas. Apesar de a tradução do termo ser notícias falsas, as *fake news* não se limitam ao que é verdadeiro ou falso, nem mesmo ao que são notícias, mas trata-se de discursos que se apresentam de forma convincente e sofisticada para manipular, convencer e modificar as opiniões dos sujeitos. Ademais, as *fake news* estão articuladas à era pós-verdade (Bucci, 2019), cenário em que as emoções e crenças pessoais tem mais impacto do que fatos objetivos, o que reforça narrativas orientadas por convicções individuais independente de sua veracidade. Portanto, nosso interesse de pesquisa surge da preocupação com os efeitos de sentido que esses discursos fraudulentos podem provocar. A desinformação compromete o debate público, enfraquece a democracia, desorganiza a esfera da informação e interfere diretamente na formulação de políticas públicas. Diante disso, mobilizamos a Análise do Discurso, com ênfase nas contribuições de Maingueneau (2007; 2013), cujas reflexões oferecem subsídios teóricos para este trabalho. A articulação com os pressupostos de Bucci (2019) viabiliza situar as *fake news* no cenário atual da pós-verdade. A pesquisa também se apoia nos estudos das Condições de Produção do Discurso, com base nas formulações de Courtine (2016) e Orlandi (2001), que permitem apreender o funcionamento das *fake news* em um cenário sócio-histórico dos enunciados. Esse percurso nos levou a identificar uma interdiscursividade com o discurso do medo, conforme discutido por Bauman (2008) e Freud (2010), na medida em que esse discurso atua como elemento central na construção da persuasão e da mobilização afetiva dos sujeitos. Para constituir o corpus, os recortes foram organizados a partir de quatro temas centrais: direitos humanos, educação, saúde e segurança, escolhidos devido à frequência com que aparecem nas plataformas de checagem e à relevância que possuem na sociedade sendo tópicos sensíveis e com alto potencial de mobilização emocional. Selecionamos duas *fake news* de cada agência e, de cada uma delas, dois fragmentos, totalizando oito recortes para desenvolver a análise deste trabalho. Desse modo, tivemos a *Lupa* e a *Aos Fatos* como porta de acesso às *fake news*. Esta pesquisa apontou que as *fake news*, articuladas ao discurso do medo, são utilizadas como instrumentos de manipulação política, estratégias de dominação e controle. Esses discursos,

sustentados por crenças pessoais e alimentados pelo medo em relação à integridade física, à vulnerabilidade, à insegurança e à morte, inserem-se no imaginário social com aparência de verdade, influenciando percepções e comportamentos. Dessa forma, compreendê-las a partir da Análise do Discurso permite não apenas desvendar seus mecanismos de funcionamento, mas também refletir sobre os impactos que produzem na constituição dos sujeitos e no tecido social.

Palavras-chave: análise do discurso; discurso do medo; *fake news*; pós-verdade.

## ABSTRACT

This study aims to characterize and discuss the interdiscursive relationship between fake news and the discourse of fear as a linguistic-discursive strategy for manipulating information. Lying and deception have always existed, being used as a political tool even before the emergence of the media. However, this phenomenon has intensified with the advent of the internet and social media, which allow for the rapid and massive spread of information that blends truth and falsehood. Although the term translates as "fake news," fake news is not limited to what is true or false, nor even to what is news. Rather, it involves discourses presented in a convincing and sophisticated manner to manipulate, convince, and change the opinions of individuals. Furthermore, fake news is linked to the post-truth era (Bucci, 2019), a scenario in which emotions and personal beliefs have more impact than objective facts, reinforcing narratives guided by individual convictions regardless of their veracity. Therefore, our research interest arises from the concern about the meaning effects that these fraudulent discourses can provoke. Disinformation compromises public debate, weakens democracy, disrupts the information sphere, and directly interferes with public policymaking. Therefore, we mobilized Discourse Analysis, with an emphasis on the contributions of Maingueneau (2007; 2013), whose reflections offer theoretical support for this work. The articulation with Bucci's (2019) assumptions allows us to situate fake news within the current post-truth scenario. The research also draws on studies of the Conditions of Discourse Production, based on the formulations of Courtine (2016) and Orlandi (2001), which allow us to understand how fake news functions within the sociohistorical context of statements. This approach led us to identify an interdiscursivity with the discourse of fear, as discussed by Bauman (2008) and Freud (2010), as this discourse acts as a central element in the construction of persuasion and the emotional mobilization of subjects. To constitute the corpus, the excerpts were organized based on four central themes: human rights, education, health, and security. These were chosen due to their frequency on fact-checking platforms and their relevance in society, as sensitive topics with a high potential for emotional mobilization. We selected two fake news stories from each agency and, from each, two fragments, totaling eight excerpts to develop the analysis for this work. Thus, we used Lupa and Aos Fatos as gateways to fake news. This research revealed that fake news, linked to the discourse of fear, is used as an instrument of political manipulation and strategies of domination and control. These discourses, sustained by personal beliefs and fueled by fear of physical integrity, vulnerability, insecurity, and death, are embedded in the social imaginary with the appearance of truth, influencing



perceptions and behaviors. Thus, understanding them through Discourse Analysis allows us not only to unravel their mechanisms of operation but also to reflect on the impacts they have on the constitution of individuals and the social fabric.

Keywords: analysis discourse; discourse of fear; fake news; post-truth.

## INDICADORES DE IMPACTOS

O presente trabalho evidencia impactos sociais e culturais significativos ao investigar o funcionamento das *fake news* e sua articulação com o discurso do medo como estratégia de manipulação. Ao problematizar como a desinformação interfere na esfera pública, compromete a democracia e fragiliza a formulação de políticas públicas, a pesquisa oferece subsídios para compreender os efeitos concretos que esses discursos produzem sobre diferentes grupos sociais e territórios. O estudo se apoia na análise de *fake news* verificadas por agências independentes e revela que tais enunciados, sustentados por crenças pessoais e pelo apelo emocional, reforçam narrativas de vulnerabilidade e insegurança que impactam diretamente a saúde, a educação, os direitos humanos e a confiança nas instituições. O impacto social se expressa na necessidade de desenvolver estratégias de conscientização e educação midiática, capazes de fortalecer a criticidade da população diante de discursos fraudulentos. O impacto cultural decorre da compreensão de como a circulação das *fake news* reorganiza valores e crenças coletivas, consolidando um imaginário social pautado pelo medo e pela pós-verdade. Além disso, o trabalho possui potencial de impacto político ao oferecer reflexões que podem subsidiar práticas de enfrentamento da desinformação, contribuindo para o fortalecimento do debate democrático e da cidadania. Embora não apresente resultados econômicos ou tecnológicos diretos, os efeitos potenciais incluem a valorização de tecnologias de checagem e o incentivo a políticas de regulação das plataformas digitais. Assim, este estudo se insere em uma perspectiva extensionista, pois dialoga com a sociedade ao propor análises críticas que podem orientar ações educativas, formativas e institucionais, reafirmando o compromisso da universidade com a transformação social e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, em especial a educação de qualidade, a redução das desigualdades e o fortalecimento da paz e da justiça.

## **IMPACT INDICATORS**

This study highlights relevant social and cultural impacts by analyzing the functioning of fake news and its articulation with the discourse of fear as a strategy of manipulation. By problematizing how disinformation interferes in the public sphere, undermines democracy, and weakens the formulation of public policies, the research provides insights into the concrete effects that such discourses produce on different social groups and territories. Based on the analysis of fact-checked fake news, the study reveals that these utterances, sustained by personal beliefs and emotional appeal, reinforce narratives of vulnerability and insecurity that directly affect health, education, human rights, and trust in institutions. The social impact lies in the need to develop strategies of awareness and media literacy, strengthening the population's critical capacity when facing fraudulent discourses. The cultural impact arises from understanding how the circulation of fake news reshapes collective values and beliefs, consolidating a social imaginary marked by fear and post-truth. Moreover, the study presents potential political impact by offering reflections that may support practices to combat disinformation, contributing to the strengthening of democratic debate and citizenship. Although no direct economic or technological results are presented, potential effects include the promotion of fact-checking technologies and the encouragement of regulatory policies for digital platforms. Therefore, this research adopts an extensionist perspective, as it dialogues with society by proposing critical analyses that can guide educational, formative, and institutional actions, reaffirming the university's commitment to social transformation and to the United Nations Sustainable Development Goals, especially quality education, the reduction of inequalities, and the strengthening of peace and justice.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Tríade do interdiscurso.....	28
Figura 2 - Selos de classificação da Aos Fatos .....	61
Gráfico 1 - Dados da retrospectiva de checagens de 2023 da agência Lupa .....	62
Gráfico 2 - Dados de estimativa percentual de checagens por tema de 2021 a 2023 da agência Aos fatos .....	64
Gráfico 3 - Número de checagens realizadas pela Aos Fatos entre os anos de 2015 a 2023.....	65
Recorte 1 - É falso que homem utilizou camisa estampada com a frase "Crianças trans são sexy" .....	71
Recorte 2 - Foto original associada à <i>Fake News</i> de camisa com frase "Crianças trans são sexy" .....	74
Recorte 3 - É falso que Lula tem projeto de crianças consumindo entorpecentes nas escolas.	76
Recorte 4 - Alunos de escola particular do Rio de Janeiro simulam o uso de entorpecentes dentro da sala de aula .....	79
Recorte 5 - É <i>fake news</i> que governo canadense admite que vacinados contra Covid-19 contraíram Aids .....	84
Recorte 6 - É <i>fake news</i> que governo canadense admite que vacinados contra Covid-19 contraíram Aids: checagem realizada pela agência UolConfere .....	85
Recorte 7 - É fake news que terrorista islâmico ameaça o Brasil em 2023 .....	89
Recorte 8 - Tuíte publicado em novembro de 2015 é usado em <i>fake news</i> .....	90

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Mapeamento das <i>fake news</i> analisadas.....	93
---	----

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>2 ANÁLISE DO DISCURSO.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 Análise do Discurso: gênese e perspectivas .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2 Os interesses que governam a Análise do Discurso .....</b>	<b>24</b>
<b>2.3 Condições de Produção do Discurso .....</b>	<b>29</b>
<b>3 OS DISCURSOS EM ANÁLISE.....</b>	<b>34</b>
<b>3.1 Do jornal à mídia digital: as práticas jornalísticas.....</b>	<b>34</b>
<b>3.1.1 O jornalismo na Era digital.....</b>	<b>39</b>
<b>3.1.2 Fake news à luz da Análise do Discurso .....</b>	<b>42</b>
<b>3.2 A pós-verdade e a manipulação do real: ideologia, emoções e discurso .....</b>	<b>49</b>
<b>3.3 O Discurso do Medo .....</b>	<b>53</b>
<b>4 ANÁLISES .....</b>	<b>60</b>
<b>4.1 Metodologia de Análise .....</b>	<b>60</b>
<b>4.2 As Condições de Produção das redes: a inteligência artificial a serviço das fake news.....</b>	<b>68</b>
<b>4.2.1 Fake News e adulteração de imagens – Os direitos humanos sob ataque.....</b>	<b>70</b>
<b>4.2.2 Fake News e a ameaça ao governo e a educação.....</b>	<b>75</b>
<b>4.2.3 Fake News sobre a relação vacina da COVID e AIDS - A saúde em risco.....</b>	<b>82</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>95</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>98</b>

## 1 INTRODUÇÃO

No campo dos Estudos Linguísticos surgiram muitos trabalhos com o objetivo de refletir sobre os gêneros do discurso que circulam na nossa sociedade, como Mikhail Bakhtin (1973), Michel Pêcheux (1975), Teun A. van Dijk (1988), oferecendo bases teóricas importantes para a Análise do Discurso (AD). A AD contribui para uma leitura do mundo e reflexão dos efeitos de sentidos que os discursos cotidianos causam ou podem causar, por isso, nos apoiaremos nessa disciplina para estudar sobre o discurso da mídia. De antemão, para essa discussão, vale ressaltar que, ao pensar em mídia, devemos considerar a problemática de associá-la à informação, visto que por trás dos veículos de comunicação existem grupos de pessoas com interesses ideológicos e mercadológicos e a realidade é uma construção discursiva, o que acontece com os dois tipos de informação: verdadeira e falsa, como veremos no decorrer do trabalho.

A mídia tem o objetivo de transmitir informações aos sujeitos da sociedade, a partir dos mais variados meios de comunicação: impresso, *on-line* e via satélite. Por isso, a mídia se tornou não só um meio de informação como também de interação, isto é, uma prática social muito utilizada desde o advento das civilizações, se iniciando de forma oral e se desencadeando de forma escrita, devido à necessidade de comunicação, de transmissão da história e de realização de registros. Contudo, foi a partir da Revolução Industrial que o meio midiático tomou força, afinal, foi quando os meios de massa, como livros e jornais, apareceram e se proliferaram (Gabler, 1999).

Entretanto, vale ressaltar que informação e veracidade não estão necessariamente no mesmo patamar, em outras palavras, o que é dito em discursos que se apresentam na sociedade como promissor da informação e dos fatos, trata-se, na verdade, de uma interpretação do acontecimento, que pode ser fidedigno ou não.

De acordo com Bucci (2018), as *fake news* têm ganhado grande proporção no meio midiático digital e o interesse de pesquisa sobre este fenômeno justifica-se devido ao seu protagonismo no campo político, por ter se tornado uma ferramenta para campanha que é inferida em discursos de entretenimento, como por exemplo as redes sociais, a fim de incentivar os sujeitos a tomarem um posicionamento político. Além do mais, as notícias falsas já eram muito utilizadas antes mesmo do advento da *internet* como práticas políticas, em que as informações falsas percorriam a sociedade, em discursos, folhetins, entre outros meios, com o intuito de manipular a

opinião dos sujeitos, dando força ao poder vigente. Em outras palavras, as notícias enganosas eram e ainda são muito comuns como estratégia política.

Diante disso, é importante destacar o cenário atual, marcado por uma abundância de pesquisas sobre *fake news*, pós-verdade e manipulação midiática, especialmente no âmbito político. Nesse contexto, alguns trabalhos se destacam: Galvão (2020) investiga as *fake news* durante as eleições presidenciais; De Sá Gomes e De Freitas (2023) analisam as *fake news* como debate público, ressaltando a importância da formação de leitores críticos; Rosa (2022) examina as *fake news* a partir dos conceitos de hibridismo e multimodalidade; e Gugoni (2020) busca compreender a manipulação discursiva promovida por *fake news* no campo político que circulam na rede. Apesar dessa produção significativa, ainda persistem lacunas, sobretudo no que se refere às estratégias linguístico-discursivas das *fake news* e à sua relação interdiscursiva com temas mais específicos, como o discurso do medo, que podemos considerar um discurso viral por circular amplamente nas redes sociais e por atingir diretamente as emoções dos sujeitos. Como pesquisadores da Análise do Discurso Crítica, sabemos que não é possível resolver o problema de forma definitiva, mas podemos contribuir para a sensibilização de uma sociedade mais crítica e menos suscetível à manipulação da informação.

Embora não seja um tema inédito, é um objeto de pesquisa denso e com abordagens variáveis, por isso, consideramos importante uma leitura sobre este discurso à luz da AD, que usaremos para uma análise a respeito dos efeitos de sentido do discurso das *fake news*. Para se instaurar na sociedade, as *fake news* precisam se respaldar em discursos validados, por isso, elas se unem com discursos legitimados, como o científico, político e principalmente o jornalístico. Aliás, as *fake news* e o discurso jornalístico compartilham o desejo de transmitir informações como verdade.

Por esse motivo, essa pesquisa partiu dos seguintes questionamentos: Quais os possíveis efeitos de sentido das *fake news*? A partir dos efeitos de sentidos como o sujeito se constitui? Quais estratégias linguístico-discursivas o enunciador utiliza nas *fake news* para convencer e manipular opiniões e pensamentos dos sujeitos? De que forma o medo se revela nas *fake news*? Tais reflexões partem do principal objetivo deste trabalho, de investigar os efeitos de sentidos das *fake news* em interface ao discurso do medo, pela preocupação com o ataque à democracia e influência que esses discursos podem emergir no comportamento dos sujeitos e nas políticas públicas.

À vista disso, a Análise do Discurso (AD), por meio do conceito de interdiscursividade (Maingueneau, 2007), nos permite examinar a relação entre o discurso do medo e as *fake news*,



analisando como eles produzem efeitos de sentido que impactam a sociedade. Dessa forma, é possível identificar como o discurso do medo atravessa e constitui as *fake news* que se configuram no discurso jornalístico, contribuindo para sua ampla propagação. Para tanto, fundamentamo-nos na perspectiva enunciativo-discursiva desenvolvida por Maingueneau (2007), estabelecendo um diálogo teórico que nos permite selecionar as contribuições mais pertinentes aos objetivos deste trabalho.

Para isso, constituímos um *corpus* composto por quatro *fake news*, dois recortes de cada, totalizando oito recortes, verificadas pelas agências de *fact-checking*: Lupa e Aos Fatos. A escolha do *corpus* se deu com o intuito de checar as notícias que circulam com grande engajamento na mídia digital. Por isso, optamos por recortar publicações cujos temas tiveram propagação significativa nas redes sociais.

A agência Lupa publicou uma retrospectiva de 2023 em que os temas: o ataque antidemocrático no dia 8 de janeiro, o governo Lula, a guerra entre Israel e Hamas e a segurança das vacinas contra a covid-19 ganharam destaque.

Já na agência Aos Fatos, que possui uma ferramenta de monitoramento automático da desinformação que circula nas redes sociais, chamada Radar, identificamos a seguinte divisão de categoria sobre os temas mais acessados em 2023: política, segurança pública e economia. Diante disso, percebemos traços comuns entre os destaques de ambas as esferas e delimitamos o *corpus* a partir dessa linearidade.

À vista disso, a constituição do *corpus* se deu pelas *fake news*, detectadas pelas *fact-checkings*, que circularam em abundância nos meios digitais. Afinal, esta pesquisa advém da preocupação sobre o impacto e a gravidade que os efeitos de sentidos das *fake news* podem causar no meio social, atacando a democracia, amedrontando os sujeitos, interferindo em seus modos de pensar e agir, podendo comprometer até a vida dos mesmos, ao considerarmos o fenômeno da globalização no mundo digital que, conseqüentemente, aumenta também a capacidade de criar e difundir informações. Dessa forma, contamos com o apoio da AD, em uma análise linguístico-discursiva, para fazer uma leitura do que está além do dito e do escrito nos discursos que permeiam as redes.

Dessa forma, no capítulo II, fazemos um percurso teórico sobre a AD, desde o seu surgimento, sob a perspectiva de Maingueneau (2007), para também discutir os seus interesses dentro do campo da Linguística, além de outros importantes autores, como Emediato (2020),

Brandão (2004) e Mazière (2007). Ademais, fazemos um estudo sobre o conceito de condição de produção (CP) de Courtine (2014), a fim de buscar suporte teórico para as nossas análises.

No capítulo III, aprofundamos nos discursos que nos interessam nesta pesquisa, que são: Discurso das Mídias, *Fake News*, Pós-verdade e o Discurso do medo, com teóricos como Charadeau (2019), Levy (1999), Bucci (2019), Bauman (2008) e Freud (2010), para fazer uma reflexão sobre a relação interdiscursiva destes discursos que circulam no nosso meio social.

Por fim, no capítulo IV, tratamos as análises deste trabalho, embasadas nos conceitos teóricos da AD, com o objetivo de refletir a problemática das *fakes* e os efeitos de sentidos causados na relação entre coenunciadores.

## 2 ANÁLISE DO DISCURSO

O campo de estudos da AD, por ser vasto, precisa, no seu interior, de uma proposta teórica concisa e bem definida pelo pesquisador, para ser considerado uma disciplina própria dentro da grande Linguística. A partir dos estudos provenientes das teorias de Maingueneau (2007), podemos dizer que a AD surgiu com o objetivo de contribuir com os sujeitos da sociedade para interpretar os discursos do mundo, e assim se fez.

A AD possui um caráter interdisciplinar com conceitos e metodologias próprias dentro da Linguística, por isso, ela deve ser bem compreendida entre os estudiosos do discurso para atingir os seus objetivos. Para isso, vale evidenciar que a AD vem de uma relação teoria-prática, à vista disso, trata-se de uma disciplina que não prioriza nem a teoria e nem a prática, ela relaciona a prática à teoria e a teoria se alimenta das práticas analíticas, ou seja, as pesquisas só se justificam pela análise.

Como defende Maingueneau (2007), a AD é vista como reconfiguração dos saberes, pois a partir desse ciclo de pesquisa e alimentado por outras disciplinas, é possível desenvolver novas teorias. A centralidade da AD consiste em investigar explicações dos discursos do mundo a partir do sujeito que interpreta.

Dito isso, dividimos este capítulo em três tópicos. Começaremos com um percurso histórico sobre o surgimento e as perspectivas da AD, para situar o leitor dos objetivos deste trabalho e como esta disciplina vai contribuir para alcançarmos um resultado, com base na perspectiva francesa de Maingueneau (2007) e Charaudeau (2010) e outros estudiosos que se embasam nesses autores. Após este primeiro momento, discutiremos de forma teórica-metodológica sobre os interesses que governam a AD e, por fim, estudaremos o conceito de condição de produção de Courtine (2014), para que seja possível abranger os discursos de forma contextualizada e constituir o *corpus* deste trabalho.

### 2.1 Análise do Discurso: gênese e perspectivas

Nos anos 50, a AD começou a ser instaurada como um campo de estudos, tendo como marco inicial a obra de Harris (Discourse analysis, 1952), o qual defende a possibilidade de ultrapassar os limites da frase, embora ainda como uma extensão da linguística, com procedimentos

de análises ainda vinculados às funcionalidades dos elementos linguísticos. Por conseguinte, Harris (1952) foi pioneiro em apresentar o termo análise do discurso, embora em uma ótica estruturalista, em que seguia a etimologia desses termos e buscava analisar a estrutura de um texto. Como postula Brandão (2004), para Harris, a AD usava de metodologias da linguística para analisar as unidades da língua aos enunciados, entretanto excluindo as reflexões sobre significação e considerações sócio-históricas.

Contudo, como Maingueneau (2015) fomenta, isso estava distante das atuais problemáticas do discurso. Não podemos, então, considerar Harris o fundador da AD, embora veremos adiante que, por se tratar de uma disciplina de entremeios, os estudos da linguística estruturalista não deixam de contribuir para a composição da AD.

Na mesma década, de outro lado, revelaram-se os estudos de R. Jakobson e E. Benveniste sobre enunciação, abrindo um caminho totalmente distinto da vertente americana e formando dois prismas da teoria do discurso: perspectiva americana e perspectiva europeia. De acordo com Brandão (2004), Benveniste “dá relevo ao papel do sujeito falante no processo da enunciação e procura mostrar como acontece a inscrição desse sujeito nos enunciados que ele emite” (Brandão, 2004, p.14). Em outras palavras, pela perspectiva europeia, é relevante tratar sobre a relação sujeito-enunciado-mundo, ir além das frases, depreendendo a exterioridade do texto.

Nos anos 60, instituíram as abordagens próximas à AD atual, especificamente, com Michel Pêcheux (1969), filósofo marxista, com o livro “Análise automática do discurso”. Essa perspectiva se tornou alvo de muitas críticas dentro do campo linguístico por seu objetivo de ir além dos limites da frase, abrangendo linguagem e sociedade, visto que a linguística, até então, se prendia às estruturas frasais, como a gramática.

A AD enfrentou muitas barreiras, desde o seu surgimento, pois muitos linguistas se fechavam apenas para os estudos sobre a estrutura dos textos e as funções dos sintagmas, desprezando a exterioridade dos enunciados. Para os estruturalistas, a relação do uso social da linguagem não era entendida como “problema da linguística”, como menciona Emediato (2020), o que é contraditório para os próprios estudos da grande Linguística, em que se eleva a necessidade de estudar a relação entre língua, linguagem e sociedade.

Como aponta Emediato, (2020), a AD sobrevalorizou a teoria social e política e a dimensão ideológica sobre a expressão linguística, o que permitiu que as formas de expressão não fossem

minimizadas. Isto é, a AD analisa o discurso em suas condições externas, não se limitando à língua. Orlandi (2005, p.15) considera que o discurso é o lugar privilegiado para a gente observar a relação entre língua e ideologia, um lugar de mediação, pois é nele que os sentidos são produzidos.

Embora a AD tenha muitos trabalhos vinculados à tradição francesa com o apoio de renomados teóricos da área, Brandão (2004) afirma que foram os formalistas russos que criaram uma teoria do discurso, porém ainda sem buscar encadeamentos transfrásticos, isto é, sem buscar uma leitura do que está além do dito e escrito, do que perpassa os discursos de maneira implícita.

Para Maingueneau (2007, p.16), a AD não surgiu simplesmente para preencher um vazio da linguística do sistema, “seu desenvolvimento implica não apenas uma extensão da linguística, mas também uma reconfiguração do conjunto dos saberes”

Assim, a AD se constituiu progressivamente a partir das emergências sociais, se iniciando acerca dos interesses políticos e, no decorrer do tempo, se aproximando de outros campos sociais, como por exemplo o religioso, o jornalístico, o político, entre outros, mas ainda não considerando os discursos mais cotidianos, como os de falas cotidianas.

No seio das ciências humanas, passados trinta anos, a AD é interrogada essencialmente pelas disciplinas que mais a frequentaram, a comunicação, assim como a história, a sociologia e a psicologia, que a ela se referem de modo quase sempre oblíquo, mas construtivo (Mazière, 2007, p.8).

Para Mazière (2007), a constituição da AD francesa partiu da tríplice relação de sujeito, historicidade e materialidade da língua:

1) o sujeito assujeitado, falado por seu discurso, diretamente provindo do “estruturalismo” de Foucault, Althusser e Lacan. 2) com a historicidade de todo enunciado singular, herdado de Foucault, e 3) com a materialidade das formas de língua que Saussure, Harris e Chomsky permitem estabelecer (Mazière, 2007, p.10).

No mais, desde o seu advento, a AD é caracterizada pelo que Maingueneau (1987) classifica como *interdisciplinar*: “a AD nasceu tendo como base a interdisciplinaridade, pois ela era preocupação não só de linguistas como de historiadores e de alguns psicólogos”. Para se caracterizar como interdisciplinar, a disciplina deve contar com a colaboração de outras disciplinas

para os objetivos próprios dentro de si, sendo assim, apesar de ter traços da Psicologia e Sociologia, por exemplo, a AD usa desses conhecimentos para atender às pesquisas dentro dela.

A AD começa a ser gestada no campo dos estudos filosóficos de Michel Foucault e Michel Pêcheux, que retomam o marxismo, e também na psicanálise lacaniana, por isso em seu surgimento, ela vem marcada por esse traço *interdisciplinar* (Cano, 2011, p.7).

Em contrapartida, Orlandi (1999) antefere indica-la como uma disciplina de entremeios:

A análise de discurso é uma disciplina de entremeios, uma área que se constitui na confluência de várias outras, como a linguística, a história, a psicanálise e a sociologia. (...) O objeto de estudo da análise de discurso é o sentido que se produz na linguagem em função das condições de produção do discurso (Orlandi, 1999, p. 15).

Segundo a autora, o termo *interdisciplinar* é insuficiente por transmitir uma ideia fechada de colaboração entre campos distintos do conhecimento, demonstrando que as áreas se complementam e contribuem para o desenvolvimento da disciplina. Enquanto o termo *entremeios* realça a noção de que não há, simploriamente, uma cooperação, a AD se constitui nesse espaço intermediário, de interação, onde as disciplinas se cruzam, se fundem e se redefinem. Em suma, a AD é uma disciplina que está sempre em movimento, transitando em diferentes saberes e nutrindo-se dessas trocas para construir suas análises.

Desse modo, com seu caráter de entremeios, abriu-se um leque de possibilidades de pesquisas na área da AD. A AD “não separa o enunciado nem de sua estrutura linguística, nem de suas condições de produção, de suas condições históricas e políticas, nem das interações subjetivas. Ela dá suas próprias regras de leitura, visando permitir uma interpretação” (Mazière, 2007, p.13).

Em concordância, Maingueneau (2015) sublinha a ideia de que as diferentes áreas do saber partilham interesses em relação ao sujeito e sua relação no contexto social. Portanto, entendemos que a AD não surgiu de uma disciplina única, mas como resultado de uma convergência e hibridização de diferentes campos do saber. A AD propõe uma reconfiguração de saberes, pois neste processo em que ela busca o fazer sentido em outras disciplinas, ela também desenvolve outras teorias.

Ademais, com base nas pesquisas, podemos ressaltar o seu caráter empírico, devido à relação primordial de teoria-prática, já que o seu funcionamento se baseia em buscar nas teorias embasamento para compreender os discursos e confrontar, na prática, os questionamentos e a explicação do mundo. A AD busca as análises e o fazer sentido a partir do sujeito que vê, sendo assim, que o sujeito e o seu papel social tem um papel significativo dentro da AD, já que ela não analisa apenas o texto em si, mas o texto, o sujeito, sua formação ideológica e o lugar social em que ele ocupa, ou seja, analisa o discurso.

A linguagem passa a ser um fenômeno que deve ser estudado não só em relação ao seu sistema interno, enquanto formação linguística a exigir de seus usuários uma competência específica, mas também enquanto formação ideológica, que se manifesta através de uma competência socioideológica (Brandão, 2004, p.17).

Apesar da AD possuir muitas concepções de estudos, Emediato (2020) enfatiza *três gerações de estudos de discurso*, com suas tendências mais representativas: a primeira geração, *representacional*; a segunda geração, *enunciativa e pragmática*, e a terceira geração, *sociocognitiva*. De antemão, vale ressaltar que não se trata de um trajeto evolutivo, visto que a AD não segue um traço linear, mas o objetivo aqui é evidenciar e mostrar as diferentes perspectivas que possibilitam escolhas ao pesquisador e práticas de análise diversificadas.

A primeira geração, definida como *representacional*, tem como característica predominante, como a própria nomenclatura prevê, os estudos sobre as representações de textos ou conjuntos de textos, relacionando às manifestações ideológicas, às formações discursivas e imaginárias. Contudo, vale ressaltar que não devemos resumir esta geração à representação de ideologias, mesmo que o foco central dos estudos seja a relação de discurso e ideologia, pois o analista realiza um percurso de análise metodologicamente contextualizado.

Busca-se, nessa tendência, estudar o valor representacional de um texto ou de um conjunto de textos, correlacionar um conjunto de textos (ou de forma textuais) a sistemas de valores, à ideologia, ao problema das formações discursivas e imaginárias, ao exercício do poder pelo discurso através da imposição de representações hegemônicas (ideológicas) (Emediato, 2020, p.23).

Nesta perspectiva, o sujeito é tido como *sujeito ideológico*, sendo um sujeito da ideologia. Ou seja, um sujeito assujeitado da própria ideologia, na qual a autonomia do indivíduo é

considerada relativa ou inexistente. Para Emediato (2020), “a compreensão do discurso como *representação* é parte indissociável e relevante dos estudos do discurso e não se compreende o discurso totalmente sem a análise desse componente fundamental” (Emediato, 2020, p.26).

A segunda geração, caracterizada como *enunciativa e pragmática*, evidencia o sujeito como um *sujeito genérico*. Nessa óptica, o sujeito possui papéis sociais a serem exercitados, nos quais espera-se projetos de falas específicas do gênero assumido e, conseqüentemente, o sujeito interage com seu interlocutor de maneira estratégica. “Não se trata mais de dar ênfase ao sujeito ideológico, nem de desconsiderá-lo por completo. O sujeito tem um estatuto social (um papel social) que gera expectativas sobre suas atitudes discursivas (papéis discursivos)” (Emediato, 2020, p.27).

Nessa tendência, como alude o autor, uma das vantagens marcantes é o aspecto descritivo, pois em sua metodologia são desenvolvidas categorias de análises, para descrever o funcionamento interno do discurso e embasar as análises da exterioridade do discurso. Ou seja, a característica empírica de integrar os fundamentos da teoria à prática.

Se as tendências representacionais são um enfoque maior ao funcionamento externo-social-do discurso, tendo desenvolvido poucas categorias de análise para uma descrição empírica dos fatos discursivos, as tendências enunciativas e pragmáticas são mais descritivas (Emediato, p. 28, 2020).

Isso posto, observamos que o sujeito possui papel fundamental na AD. Na vertente *enunciativa e pragmática*, o sujeito não só ocupa um espaço social dentro do discurso, como também é o centro de operações enunciativas. Além disso, avalia-se a sua influência linguística-discursiva no espaço externo dos enunciados, apesar de pouco se discutir sobre a recepção dos enunciados, analisa-se os efeitos de sentidos que estes podem produzir, atingindo o processo de argumentação, persuasão e emoção do interlocutor. Segundo o autor,

[...]esses estudos têm em comum o interesse pela textualização, ou discursivização, pelos processos internos de construção do sentido através de formas da construção textual e da organização enunciativa, voltados para a ação (pragmática), bem como pelos processos de regulação intersubjetiva e de intercompreensão (Emediato, 2020, p. 31).

A terceira geração trata-se da tendência *sociocognitiva*. Nesta, seu interesse maior não é sobre a cognição mental, mas sim no que tende à externalidade da mente. Como aponta o autor, o



interesse maior dessa perspectiva é em relação ao funcionamento psicossocial da interação comunicativa e da configuração do discurso.

De acordo com Beauvois, Deschamps e Schandron (2005, p. 5-6) *apud* Emediato (2020, p.32), “a cognição social é o processo pelo qual um indivíduo constrói, entretém e utiliza um conhecimento dessa realidade e, ao fazê-lo, a produz ou a reproduz”, o que sustenta o vínculo com a AD, porém a Análise do Discurso enfoca nos processos da constituição do sujeito do discurso, suas adaptações e reações em situações de interações comunicacionais reais. Nesse panorama, tal disciplina se preocupa em estudar os “problemas” do discurso, sendo eles: o sujeito, a argumentação, a interação social e a memória discursiva (Courtine, 2016).

Diante de todo o exposto, percebemos que no decorrer da história da AD, houve transições de perspectivas em que, primeiramente, ela era reconhecida por alguns pesquisadores pelo seu objetivo de analisar a língua em uso, e, posteriormente, com o seguinte questionamento: para que a língua é usada. Assim, a Análise do Discurso foi usada com interesses de demanda social, para compreender situações comunicacionais que estavam além do dito e do escrito. É notável que a área da AD possui diversas abordagens e componentes que fazem parte das interações comunicacionais, porém fragmentar tal área torna-a muito restrita, cabe ao analista escolher as abordagens que suprem as necessidades de cada pesquisa.

Desse modo, optamos por utilizar os estudos de autores franceses neste trabalho, enfatizando a importância de analisar a exterioridade do sistema linguístico, ao pensar em sujeito enunciador, condições de produção dos enunciados e coenunciador, assim como as condições sócio-históricas, com base em situações de comunicações reais. Para isso, fizemos, até aqui, um percurso histórico da AD, pois, para nós, não é pertinente separar a história da AD de suas formas práticas, bem como Mazière (2007, p.13) destaca, “as práticas perdem pertinência quando encaradas à parte de uma reflexão epistemológica”. Isto posto, nos próximos tópicos, faremos um percurso teórico metodológico com base nos fundamentos da Análise do Discurso, para amparar nossa proposta de análise.

## **2.2 Os interesses que governam a Análise do Discurso**

Para compreender a AD, é necessário ressaltar o que é discurso. Maingueneau (2015) insere essa discussão dentro da linguística, a partir do conceito estruturalista, em que o discurso é

entendido a nível superior ao da frase, destacando a importância dos estudos de Saussure e Benveniste que diferenciam *langue* (a língua como sistema) de *parole* (o uso concreto da língua). Ademais, o teórico evidencia a concepção de discurso para a filosofia, em que o discurso é visto como mecanismo de poder e, para psicanálise, que o sujeito é constituído pelo discurso.

Em síntese, para a AD, o discurso é um dispositivo de enunciação específico que está além da língua concreta, em outra dimensão. Sob a perspectiva dos analistas do discurso, não devemos nos contentar com os significados do que está escrito, pois nem sempre é o que realmente está sendo dito, existem intencionalidades e sentidos não-ditos constitutivos, em seus contextos, nos quais a AD busca respostas por intermédio de uma relação empírica, sobre o posicionamento do enunciador nas práticas discursivas. “Apreende-se a língua em uma dimensão maior que é a dimensão do contexto e como esse contexto orienta falares e sentidos para as leituras” (Cano, 2012, p.13).

Pela perspectiva de Maingueneau (2015), o objeto da análise do discurso não é o funcionamento do texto, mas um dispositivo de enunciação resultante do verbal e institucional, que se torna possível, através dos gêneros do discurso, a articulação entre texto e situação de comunicação.

No entanto, é necessário para a AD que os textos sejam convertidos em *corpus*. De acordo com Maingueneau (2015): “Os analistas do discurso não estudam obras; eles constituem *corpora*, eles reúnem os materiais que julgam necessários”. A Análise do Discurso permite essa liberdade aos pesquisadores, de constituir um *corpus* composto por um número ilimitado de textos diferentes, movidos pelos seus objetivos particulares.

Diferente da maioria das ciências, que são envolvidas e refletidas engajadas apenas em teorias, os estudos da AD são oriundos da relação teoria-prática, partindo de análises de textos reais, de situações de comunicações reais. Essa área examina e analisa o fazer sentido a partir do sujeito do discurso, sendo assim, o sujeito e o seu papel social têm grande relevância dentro da AD.

O sujeito, entretanto, pelo ponto de vista da Análise do Discurso, não é um indivíduo localizável, como é visto nos estudos linguísticos, como o sujeito gramatical, logo, vemo-lo como “lugar de sujeito”, sendo um indivíduo que é interpelado em sujeito, isto é, assujeitado pela própria ideologia. Para a AD, o sujeito “não pode ser apreendido, a não ser no interior de cada uma das buscas do analista, em função de seu desígnio interpretativo e de sua posição quanto à língua” (Mazière, 2007, p.22).

Por sua vez, Charaudeau (2010, n.p.) defende que o sujeito é “completamente sobredeterminado por aquilo que Pêcheux chama de ‘pré-construído’ das ‘formas discursivas’: o sujeito não é um ‘eu’, mas um ‘isso’ (ideológico ou inconsciente) que fala através dele”. Nesta perspectiva, o indivíduo é considerado uma ilusão, por outra ótica, o sujeito é visto como um detentor “de um discurso que o sobredetermina (frequentemente apesar dele mesmo), mas ao mesmo tempo procura se posicionar em relação aos outros”, o que o dispõe da responsabilidade de suas representações sociais.

Dessa forma, a AD investiga o que está além das frases, dos sons, da grafia, da sintaxe, da língua em forma concreta, em uma dimensão de trocas de discursos, que é o que de fato interessa aos analistas, o que chamamos de *interdiscurso*.

O interesse que governa a análise do discurso seria o de apreender o discurso como intricação de um texto e de um lugar social, o que significa dizer que seu objeto não é nem a organização textual, nem a situação de comunicação, mas aquilo que as une por intermédio de um dispositivo de enunciação específico (Maingueneau, 2007, p. 19).

O interdiscurso é o objeto de pesquisa da AD. Como a própria palavra já prevê (lat. *inter* 'no interior de dois; entre; no espaço de'), ele pode ser definido, de forma geral, como a relação entre os discursos, podendo ser entre dois ou mais. Para Maingueneau (2007), todo discurso é um interdiscurso, dado que os discursos são atravessados e constituídos uns pelos outros. Em outros termos, em um discurso há a presença de Outro, pois para que um exista, há a necessidade da existência do Outro. Em concordância com Maingueneau (2007), Mazière (2007) reitera que “o discurso propriamente não é individual. Ele é a manifestação atestada de uma sobredeterminação de toda fala individual” (Mazière, 2007, p.13).

Para explicar a vinculação interdiscursiva, Maingueneau (2007) propõe a perspectiva de heterogeneidade enunciativa do Mesmo do discurso e seu Outro, no qual pode ser feito de forma mostrada, quando é possível detectar marcas explícitas do discurso do Outro no discurso do Mesmo, e de forma constitutiva, a qual não deixa marcas visíveis, mas sabe-se que esse discurso é constituído pelo Outro. Em AD, segue-se a perspectiva de heterogeneidade constitutiva, a qual um discurso está intrincado ao Outro de forma implícita.

No espaço discursivo, o Outro não é nem um fragmento localizável, uma citação, nem uma entidade exterior; não é necessário que seja localizável por alguma ruptura visível da compacidade do discurso. Encontra-se na raiz de um Mesmo sempre já descentrado em relação a si próprio, que não é em momento algum

passível de ser considerado sob a figura de uma plenitude autônoma (Maingueneau, 2007, p. 36-37).

Sendo assim, um discurso sempre retoma o Outro, como um ciclo, e não existe um discurso primeiro que o outro, pois pode ser que esse recurso seja produzido esperando o discurso do Outro. Para melhor compreensão do interdiscurso, Maingueneau (2007) sugere a tríade: *universo discursivo, campo discursivo e espaço discursivo*.

O *universo discursivo* diz respeito a um lugar em que estão presentes todos os discursos existentes, que apesar de ser muito amplo, é finito, pois caminha para uma base comum. É nesse universo que há um conjunto de discursos que concorrem e entrelaçam entre si, não há fronteiras entre eles, mas existe uma linearidade. Pela sua amplitude, não é um objeto de interesse para os analistas, assim, caminha-se para o que conhecemos por *campo discursivo*.

Para Maingueneau (2007), é dentro do *campo discursivo* que há a perspectiva de que um discurso é constituído por outros já existentes. Isso não significa que todos são constituídos da mesma forma dentro deste campo, pois eles seguem uma ordem hierárquica, entre discursos dominantes e dominados. É um campo mais delimitado que o universo discursivo, porém mais amplo que o espaço discursivo. O *campo discursivo* é o conjunto de formações discursivas que co(ocorrem) entre si, o agrupamento de discursos que possuem pontos em comum.

Seguindo esses recortes, encontra-se o que de fato interessa ao analista, que é o *espaço discursivo*, o qual é proferido de subconjuntos de discursos em que o analista seleciona o de seu interesse para a análise.

O “*espaço discursivo*”, enfim, delimita um subconjunto do *campo discursivo*, ligando pelo menos duas formações discursivas que, supõe-se, mantêm relações privilegiadas, cruciais para a compreensão dos discursos considerados. Este é, pois, definido a partir de uma decisão do analista, em função de seus objetivos de pesquisa. Não é por simples comodidade que determinamos subconjuntos são recortados (porque seria difícil apreender um *campo discursivo* em sua totalidade), mas também e sobretudo porque uma *formação discursiva* dada não se opõe de forma semelhante a todas as outras que partilham seu campo: certas oposições são fundamentais, outras não desempenham diretamente um papel essencial na constituição e preservação da formação discursiva considerada (Maingueneau, 1997, p. 117).

Uma forma de pensar a tríade é no *espaço discursivo* como recorte de discursos selecionados de um *campo discursivo*, para serem analisados, que está dentro do *universo*

*discursivo*, o qual não conseguimos apreender em sua amplitude. Como está representado na figura (1) abaixo:

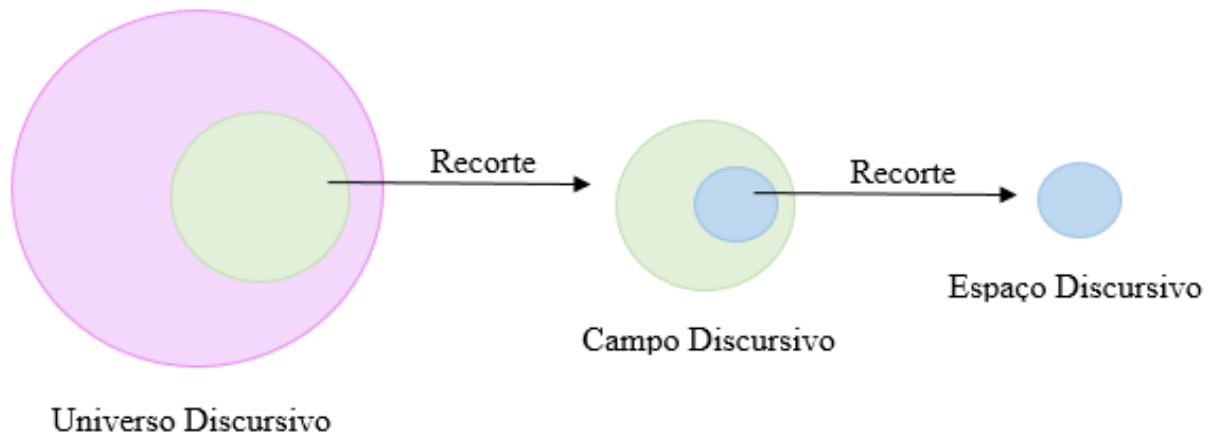


Figura 1: Tríade do Interdiscurso

Fonte: elaboração própria.

À vista disso, Maingueneau (2007, p. 43) ilustra o *espaço discursivo* em um duplo estatuto: “como um modelo dissimétrico que permite descrever a constituição de um discurso, mas também como um modelo simétrico de interação conflituosa entre dois discursos para os quais o outro representa totalmente ou em parte o seu Outro.” Assim, o último aspecto é o que de fato interessa ao analista do discurso.

Como dito anteriormente, a AD possui um campo de estudos vasto com diferentes perspectivas desde seu surgimento. Ela foi sendo constituída pelas próprias implicações iniciais e pela necessidade de aprimorar seus estudos, abrangendo o que estava além dos estudos linguísticos tradicionais. Entretanto, o pesquisador do discurso não se preocupa em definir termos fechados dentro da disciplina, pois não há conceitos únicos e verdadeiros, visto que há numerosas abordagens em AD, por isso, o analista do discurso se mostra mais preocupado em aplicar esses conceitos na análise de materiais discursivos.

Portanto, é necessário que o analista faça recortes de seus interesses para análise. Todavia, assim como os parceiros comunicativos não são neutros, o analista do discurso também não é, sendo assim, é necessário que ele assuma uma posição a partir de sua análise, que diferentemente de algumas áreas da Linguística que tratam de exemplos fictícios, é constituída a partir de *corpora*. Isso implica dizer que o analista do discurso “delimita, põe em correspondência, organiza fragmentos de

enunciados mais ou menos longos e mais ou menos homogêneos, para submetê-los à análise” (Mazière, 2007, p. 14).

Isso posto, para este trabalho, faremos um recorte dos conceitos teóricos da AD que nos interessam, neste momento para sustentar a nossa análise. Para tanto, usaremos os estudos de Courtine (2014), (2016), sobre as condições de produção do discurso para apreendermos o *corpus* deste trabalho e ser possível analisar os efeitos de sentidos das *fake news* em dadas situações de enunciação.

### 2.3 Condições de Produção do Discurso

Ao discutirmos um termo ou uma nomenclatura, queremos logo defini-la e conceituá-la. Porém, essa é uma conduta difícil em algumas áreas do conhecimento, como é o caso da linguística. Dentro do estudo da linguística é difícil encontrarmos conceitos delimitados, por se tratar de língua e linguagem (que tem por característica a mutação). Esse é o caso da denominação de Condição de Produção (CP), que ainda possui ideias instáveis, passíveis de variações. A CP é uma concepção importante para fundamentarmos o *corpus* deste trabalho, por isso, faremos um breve aparato sobre CP em AD, para adentrarmos na CP do discurso da mídia digital.

De acordo com Courtine (2014), são apresentadas três origens da noção de CP: a análise de conteúdo, a sociolinguística e os textos de Harris em “*Discourse Analysis*”, sendo esses complementares entre si. De modo geral, a CP tem em sua constituição a contribuição da sociolinguística e psicologia social. Além da dimensão social, vale ressaltar a importância de se levar em consideração a história, já que os discursos da atualidade podem ter ligações de como eram produzidos através dos tempos.

Em relação à primeira origem da noção de CP, a análise de conteúdo, em resumo, trata-se dos “serviços” que a psicologia poderia prestar à AD, ou seja, a análise de conteúdo está suturada à psicologia social. A partir dessa vertente, surge a segunda origem da CP, a sociolinguística. A sociolinguística possui como característica a ordem indireta em relação a CP, pois, dentro dos estudos americanos, ela ignora a AD, considerando apenas os problemas em relação ao bilinguismo ou à etnografia da comunicação. Contudo, os parâmetros sociolinguísticos são considerados como CP do discurso, pois fazem parte de “sua reinterpretação no quadro da ‘análise sociolinguística

francesa do discurso”, nessa perspectiva, são considerados os aspectos de variações sociais nas práticas de interações dos sujeitos do discurso, tanto do que produz quanto do que recebe (Courtine, 2004, p.46).

A terceira origem, situada no texto de Z. Harris (1952, p.10 *apud* Courtine, 2004, p. 47) refere-se à uma origem implícita. Nessa noção de CP, Harris (1952) utiliza o termo “situação” correlacionando-o ao termo “discurso”, no qual considera somente as frases de um único discurso contínuo como uma única “situação ou, quando se trata de características individuais de um enunciado, Harris considerava como “situações interpessoais condicionadas socialmente” (Harris, 1969 *apud*. Courtine, 2014, p. 47).

Tendo em vista todo o exposto, as três noções de CP são complementares entre si. Courtine (2014), portanto, direciona-se para os moldes iniciais que formulam a ideia da CP, que considera o sujeito da enunciação e a situação de enunciação. Todavia, vale lembrar, como aponta Maingueneau (2010), que a situação de enunciação não é sobre o espaço físico ou social em que se encontram os interlocutores, mas sim posições abstratas que são preenchidas pelos dêiticos espaciais e temporais na atividade enunciativa.

Na tradição de uma “linguística da fala”, o enunciado também se inscreve em uma oposição bipolar com a enunciação. A recuperação desta última noção em AD colocou o sujeito do discurso em um modelo de produção de sequências discursivas a partir de frases de base pelo viés das regras gramaticais (transformações) que se sobrepõem, com o estatuto de “operações de enunciação”, de um conteúdo psicológico (Courtine, 2016, p. 22).

Em uma definição empírica da CP, Courtine (2014) enfatiza os estudos de Pêcheux (1969), em *Análise Automática do Discurso*, que define a noção de CP como “lugares determinados na estrutura de uma formação social, lugares cujo feixe de traços objetivos a sociologia pode descrever” (Pêcheux, 1969, p. 18 *apud*. Courtine, 2014, p. 49). Nessa ótica, em uma situação concreta de comunicação, a relação entre lugares objetivamente definidos, em uma formação dada, e a representação concreta desses lugares propiciam “interpretações nas quais o elemento imaginário domina ou apaga as determinações objetivas que caracterizam um processo discursivo” (Pêcheux, 1975, p. 25 *apud*. Courtine, 2014, p. 49). Courtine (2016) acrescenta às ideias de Pêcheux que:

Tudo isso não é isento de consequências quanto à confecção de *corpus* discursivos: as FDs identificadas sobre esta base são conjuntos de discurso sem memória no sentido do já-dito, e principalmente de elementos pré-construídos (HENRY, 1975; PÊCHEUX, 1975), de que a produção de uma sequência discursiva por um sujeito enunciador se sustenta, está ausente do plano de constituição do corpus discursivo. Os discursos sem memória e, nós assinalamos acima, ao abrigo da contradição, no sentido de que uma única FD – ou, na melhor das hipóteses, duas FDs, projetadas como dois universos paralelos e justapostos de discurso – se encontram representadas no *corpus* (Courtine, 2016, p. 20).

De acordo com Pêcheux (1997), as CP orientam as formações imaginárias dos sujeitos em relação às suas próprias posições e a posição do outro nas situações concretas dos discursos, que são historicamente determinadas. Para o autor, os sujeitos, ao se inserirem em um espaço sócio-ideológico, são colocados em posições que lhe dão possibilidades determinadas de fala. Isto é, a posição que os sujeitos ocupam se definem a partir das formações imaginárias, as quais instituem as imagens que “atribuem cada um a *si* e ao *outro*, a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (PÊCHEUX, 2019, p. 39, grifos do autor).

Além de todo exposto sobre a concepção de CP à luz de Courtine (2014 e 2016) e Pêcheux (1997), Orlandi (2015) possui uma perspectiva semelhante aos autores, no que compete a valorização das questões históricas e sociais do discurso, mesmo que há uma separação que considera as questões imediatas da enunciação.

As condições de produção compreendem fundamentalmente os sujeitos e a situação. Também a memória faz parte da produção do discurso. A maneira como a memória atua e faz valer as condições de produção é fundamental (Orlandi, 2015, p. 28).

Para a autora (2015), há dois moldes de CP: um no sentido estrito e outro no sentido amplo. Enquanto a primeira, no sentido estrito, compreende o contexto imediato, o momento, os parceiros de enunciação (quem produz e a quem se dirige o discurso) e os suportes, a outra, do sentido amplo, preocupa-se com o contexto sócio-histórico e ideológico.

O contexto amplo é o que traz para a consideração dos efeitos de sentidos elementos que derivam da forma de nossa sociedade, com suas instituições, [...] no modo como eleger representantes, como organiza o poder, distribuindo posições de



mando e obediência. E, finalmente, entra a história, a produção de acontecimentos que significam (Orlandi, 2015, p. 29).

Dessa maneira, Orlandi (2015) denomina a memória discursiva, relacionando-a ao sentido amplo, pois ela permite, através do interdiscurso, a retomada do que já foi dito, como se diz e permite ao sujeito produzir seu discurso.

De modo geral, as CP abrangem o discurso de forma contextualizada, considerando as condições sócio-históricas do enunciado, assim como o sujeito enunciatador e o seu receptor, o que é de grande valor para a AD, tornando possível vislumbrar a constituição do *corpora* discursivos.

A noção de condições de produção do discurso regula, em AD, a relação entre a materialidade linguística de uma sequência discursiva e as condições históricas que determinam sua produção; ela funda, assim, os procedimentos de constituição de corpus discursivos (conjunto de sequências discursivas dominadas por um determinado estado, suficientemente homogêneo e estável, das condições de produção do discurso (Courtine, 2016, p.20).

À vista disso, devemos levar em consideração que o meio no qual o discurso acontece interfere nos sentidos e na maneira como ele será recebido, por isso, é importante entendermos as condições de produção do discurso digital para atingir nosso objeto de pesquisa. Diante do nosso *corpus*, que são as *fake news* que circulam pelas redes sociais, consideramos importante pensarmos sobre suas condições de produção desde já.

A primórdio, vale ressaltar que concordamos com Lacerda e Di Raimo (2019, p.179) ao considerar que as *fake news* são “produto de uma conjuntura social específica, de uma sociedade ‘digital’, atravessada por imperativos de ‘velocidade’, ‘anonimato’, ‘liberdade’ e ‘conexão’.”

Pelos estudos de Orlandi (2001), as três instâncias da produção dos sentidos são: constituição, formulação e circulação. A constituição é sobre o eixo interdiscursivo, o funcionamento da memória discursiva “que organiza a repetição e também provoca eventualmente, como diz Courtine, o apagamento, o esquecimento, e mesmo a denegação” (2001, p. 11). A formulação é “o acontecimento discursivo pelo qual o sujeito articula materialmente seu dizer. Dá o contorno material ao dizer instaurando o texto” (2001, p. 10). A circulação é a instância de

movimentação dos discursos, de seus trajetos, pelos quais “os dizeres são como se mostram” (2001, p.11).

Partindo desse pressuposto, Dias (2008) aponta como ponto central para essa discussão, no que concerne os discursos das redes, a instância da circulação, pois “é pela circulação (compartilhamento, viralização, comentários, postagens, hashtags, memes, links...) que o digital se formula e se constitui. De outro modo, diríamos que o discurso digital se formula ao circular. E isso faz diferença na produção dos sentidos” (Dias, 2018, p. 29).

Ou seja, a internet, sendo um espaço de troca, com uma expectativa de alcance total, produz discursos em excesso, ocasionando os discursos sem sentidos e trazendo problemas para a sua própria constituição. Diante disso, a autora (2018) afirma que o digital está além de uma simples forma de produção da tecnologia, é “uma condição de produção político-ideológica do discurso, como uma condição e meio de produção e reprodução das formas de existência capitalistas” (Dias, 2018, p. 28).

[...] o sujeito inventa novas formas para sua existência (...) O virtual é tomado pelo sujeito na instância do imaginário, como se ali ele estivesse livre das coerções do mundo. No entanto, o virtual, sendo ele real, e, portanto, funcionando como dispersão e incompletude, coloca o sujeito no confronto com sua própria constituição material. Com sua própria constituição na história (Dias, 2004, p. 25).

O ciberespaço é, portanto, um espaço constituído socialmente por um imaginário de liberdade de expressão, no qual os sujeitos podem navegar livremente e alimentar a própria rede. No entanto, não se trata simplesmente sobre uma mensagem compartilhada e se ela é falsa ou verdadeira, mas também se o sujeito se identifica com aquela postagem e se aquilo faz sentido para ele, pois o sujeito é convocado a tomar uma posição. Desse modo, “o que está em funcionamento é um modo “afetivo” (e não menos efetivo) de o (des)conhecimento circular por entre os sujeitos-usuários das redes sociais, apelando às emoções do público para gerar dispersão, isto é, desconhecimento a partir de discursos “desviantes” (Lacerda, Di Raimo, 2019, p. 181).

A partir dessa discussão, propomos um percurso pelos aparatos teóricos dos discursos que nos competem nesse trabalho, sendo estes: discurso da mídia, *fake news* e discurso do medo, para que seja possível apreender o *corpus* desse trabalho pela concepção da CP.

### 3 OS DISCURSOS EM ANÁLISE

Após percorrer pelos fundamentos teóricos que governam a Análise do Discurso, com o objetivo de construir uma linha de raciocínio que tenha coerência com a nossa análise, neste capítulo iremos discorrer sobre os discursos que são de interesse dessa pesquisa: o discurso das *fake news* e o discurso do medo.

Para tanto, faz-se necessário, de antemão, entender o discurso das mídias e o seu funcionamento, afinal, as *fake news* estão instauradas nesse meio de comunicação e se manifestam como notícia, o que iremos discutir no decorrer do capítulo. Para isso, traçamos um trajeto que discorre sobre a imprensa desde sua função na sociedade, até o jornalismo alternativo, veiculado às mídias digitais. Dessa forma, nos apoiaremos nos estudos de Charaudeau (2019) e, à frente, contaremos com Pêucheux (1995) e outros autores que seguem a mesma perspectiva no que tange a AD.

Com esse percurso, chegaremos às discussões sobre as *fake news* que, como o discurso jornalístico, compartilham um desejo de verdade. Dessa maneira, investigaremos de que forma este discurso se insere na sociedade e com qual finalidade, enfatizando a interface do discurso do medo como estratégia política e linguístico-discursiva, a fim de atingir o alvo afetivo dos sujeitos.

Por fim, faremos um estudo sobre o discurso do medo, com base nas concepções de Freud (2010) e Bauman (2008), com o intuito de estabelecer uma relação interdiscursiva com o discurso das *fake news* para sustentar a nossa análise.

#### 3.1 Do jornal à mídia digital: as práticas jornalísticas

Pensar no discurso das mídias nos remete a pensar, de antemão, nas práticas jornalísticas que são constituídas na ideia de transmissão de informações fiéis à verdade. De acordo com as pesquisas de Mariani (1996), a ideia de imprensa se iniciou no Brasil com a chegada da família real, em 1808, que tinha como interesse político saber como estava Portugal. Desde então, o funcionamento da instância jornalística já foi marcado com o fado de propagar ideias favoráveis ao poder vigente e combater a oposição.

O jornalismo “esquece” que é fundado como uma interpretação do mundo, como um recorte nunca totalmente objetivo da realidade (efeito-verdade), resultando disso a ilusão do jornalismo-verdade, ou seja, a ilusão de que os jornais são apenas testemunhas, meios de comunicação ou veículos informativos (Mariani, 1996, p. 88).

Entretanto, amparando-nos na perspectiva da AD, refletimos sobre a indagação “informar o quê?”. Para a nossa discussão sobre a mídia, vale entendermos o papel do discurso jornalístico na sociedade, que tornou-se uma fonte de grande importância de interação social e de prática social, sempre muito utilizado pelos sujeitos na sociedade, que sentem necessidade de se informar e estar por dentro dos assuntos do dia. Porém, a verdade e a informação se confundem na prática jornalística (Nunes, 2012, p.136).

No discurso jornalístico, não é apenas exposta uma informação de algum acontecimento. Os fatos ocorridos são, na verdade, noticiados, ou seja, são construídos a partir de uma estrutura característica dos jornais e da mídia em geral, que passam de apenas informações dadas, com um propósito que liga a mídia à venda, ao consumo e é disso que os sujeitos se alimentam. Dessa forma, concordamos com Cano (2012) ao mencionar que:

[...] notícia e informação não estão no mesmo patamar. A notícia não tem função primeira de passar uma informação, mas transformá-la em fato noticioso, ou seja, um fato, por si só, não vende jornal, o que vende é a construção noticiosa que se faz dele (Cano, 2012, p.22).

Para Marcondes Filho (1997), o jornal não é visto apenas como fonte de informação, é uma forma de expor interesses, opiniões e informações de posicionamentos pessoais de grupos de sujeitos, apresentando-se como impessoal e como a verdade, ou seja, a notícia não fala sozinha, tem por trás dela posicionamentos ideológicos e políticos, porém ela é perpassada para a sociedade como a verdade.

Criar jornais é encontrar uma forma de elevar a uma alta potência o interesse que têm indivíduos e grupos em afirmar publicamente suas opiniões e informações. É uma maneira de se dar eco às oposições pessoais, de classes ou nações através de

um complexo industrial-tecnológico, que além de preservar uma suposta impessoalidade, afirma-se, pelo seu poder e soberania, como “a verdade” (Marcondes Filho, 1997, p.11).

Para Nunes (2012), a ideia de informação vinculada à mídia deve ser desfeita. A autora explica que o discurso que alimenta as práticas informativas “que sendo a falta (de informações) constitutiva do sujeito seria necessária a produção de informação em larga escala, de diferentes maneiras para ‘suturar’ a falta que constitui o sujeito” (Nunes, 2012, p.33).

Pêcheux (1995) apresenta os esquecimentos discursivos: o de caráter inconsciente, da ordem da ideologia, e o de caráter pré-consciente, da ordem da enunciação. O primeiro é o que cria a ilusão ao sujeito de que ele é a origem dos sentidos que produz, já o segundo trata-se do efeito de literalidade, em que o sentido é uno e inequívoco. No que diz respeito ao segundo esquecimento, o sujeito teria pleno controle de escolher suas palavras de acordo com suas intenções, uma vez que se veria livre. Entretanto, como salienta Lacerda e Di Raimo (2019, p. 136), para a AD, “a intenção nunca está distante das injunções e demandas sociais; pelo contrário, o sentido existe na história e não ‘colado’ às palavras”. Com isso, Lacerda e Di Raimo (2019) postulam que:

Afetada por esses dois esquecimentos, a imprensa toma para si a função de narrar os fatos na ilusão de objetividade, imparcialidade e comprometimento com a verdade, criando a impressão, pelo discurso, de que o que ocorreu só pode significar daquele modo, do modo como a imprensa o textualizou. O efeito de verdade é produzido por meio de estratégias que levam o leitor a assumir como legítimo esse imaginário construído pelo jornal e a se reconhecer nele (Lacerda, Di Raimo, 2019, p.136).

Nessa ótica, como também destaca Marcondes Filho (1997), o jornal possui um valor de uso e de troca com a sociedade. O valor de uso do jornal está no fato de que ao comprá-lo, o leitor vai em busca de atender a necessidade de se manter informado, atualizado, apto de opinar sobre os acontecimentos da sociedade e, por isso, ele busca sempre pela informação nos jornais. Já a relação de troca está no fato de o jornal não satisfazer totalmente essa necessidade do leitor e fazer com que, através de estratégias, ele busque sempre, todos os dias, por novas informações, afinal, o jornal precisa vender, precisa de assinaturas para a sua sobrevivência. Porém, vale salientar, que essa

relação de uso e troca não é feita de forma restrita, esses valores relacionam entre si no que diz respeito à informação e compra.

É nessa relação que, como aduz Nunes (2012, p.34), se edifica o poder do jornal: no valor criado para a informação. Ou seja, sob a ideia de que os sujeitos precisam se informar e que eles farão isso lendo ou assistindo o jornal, assim, a informação se torna um produto de consumo.

Sendo assim, reforçamos que o discurso jornalístico não é um discurso imparcial, fiel à verdade, mas sim um discurso repleto de intenções mercadológicas e ideológicas, na qual a informação é um produto, pois o jornal precisa vender para a sua sobrevivência. Charaudeau (2019) aclara:

A ideologia do “mostrar a qualquer preço”, do “tornar visível ou invisível” e do “selecionar o que é o mais surpreendente” (as notícias ruins) faz com que se construa uma imagem fragmentada do espaço público, uma visão adequada aos objetivos das mídias, mas bem afastada de um reflexo fiel (Charaudeau, 2019, p.20).

Como o próprio autor explica em seu texto, se as mídias são consideradas como um espelho da realidade, elas são, por sua vez, como vários espelhos deformantes atuando ao mesmo tempo, “que mesmo deformando, mostram cada um à sua maneira, um fragmento amplificado, simplificado, estereotipado do mundo” (Charaudeau, 2019, p.20).

Além disso, pode-se dizer que o jornal possui dentro de sua estrutura características políticas e publicitárias, como ressalta Cano (2012):

O jornal possui uma relação de interdiscurso complexa, pois, além de servir de portador para os fatos noticiosos dos mais variados discursos, como o policial, o econômico, esportivo, artístico etc., ele tem, na sua base, o discurso publicitário e o discurso político (Cano, 2012, p.24).

Essas características fazem parte da estrutura do jornal, no que diz respeito aos interesses dos grupos que estão por trás desse jornal (político e econômico), como suas ideologias e

posicionamentos, além do teor publicitário que o jornal necessita para se manter e não ir à falência. Apesar de aparentar que o mercado jornalístico é vasto e, por isso, as pessoas podem escolher o que ler e o que buscar a partir dos seus interesses pessoais, essa impressão é ilusória, já que o jornal transmite a notícia para a população da forma e com escolhas do interesse do próprio jornal, de um grupo de pessoas, de forma intencional. Como salienta Mariani (1996):

A imprensa passa a ser, em maior ou menor grau, dependendo do jornal, uma extensão do poder vigente. Há um já-dito sobre o jornalismo que o assujeita às exigências de outras instituições, como o Estado, a Igreja, o Mercado etc. O resultado é “a ilusão do jornalismo-verdade, [...] a ilusão de que os jornais são apenas testemunhas, meios de comunicação ou veículos informativos” (Mariani, 1996, p. 88).

Nas lentes da AD, como bem evidencia Lacerda e Di Raimo (2019, p. 13), não buscamos a verdade nos fatos, mas “indagamo-nos sobre como diferentes versões produzem sentido, sem deixar de considerar que, no discurso, são produzidos efeitos de verdade”. Para AD, vale a atenção sobre a construção desses efeitos de verdade pela mídia, visto que são pautados em torno do discurso de objetividade da instituição, que se manifesta como neutra entre o mundo e o sujeito. Todavia, não existe discurso neutro e pacífico, todo discurso é determinado por uma formação ideológica. Pêcheux (1995) nomeia esse processo como *interpelação*. Para o teórico, o sujeito é sujeito de seu discurso e está sujeito a ele também.

[...] pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina (isto é, na qual ele é constituído como sujeito): essa identificação, fundadora de unidade (imaginária) do sujeito, apoia-se no fato de que elementos do interdiscurso [...] são re-inscritos no discurso do próprio sujeito (Pêcheux, 1995, p. 163).

Falar sobre a mídia, atualmente nos direciona a discutir as modificações que a imprensa sofreu com a evolução do mundo. Com o advento da internet, o que antes era restrito para uso de militares ou para realização de cálculos matemáticos, tomou proporção em grande escala e se tornou acessível para maior parte de sujeitos da sociedade, sendo permitido acesso à rede e produzir conteúdo nela. Dessa forma, assim como os sujeitos, as instituições também foram afetadas pela Era digital e precisaram se ressignificar (Levy, 1999, p. 29).

Isto posto, como discute Levy (1999) em sua obra, a virtualização trouxe uma nova face à informação. Com isso, tornou-se necessário que, tal como o jornal, outras instituições, como citado anteriormente, se adequassem à inovação da internet, o que trouxe consequências para as suas práticas. Por isso, discutiremos um pouco sobre virtualização da informação no próximo tópico.

### 3.1.1 O jornalismo na Era digital

Em meados dos anos 80, com o aumento de acesso a computadores por uma maior parte de sujeitos, tornando-o um mecanismo popular na sociedade, o acesso à rede para produção e busca de conteúdos também teve uma elevação significativa. Os computadores surgiram bem antes disso, contudo, foram nos anos 80 que “a informática perdeu, pouco a pouco, seu status de técnica e de setor industrial particular para começar a fundir-se com as telecomunicações, a editoração, o cinema e a televisão” (Levy, 1999, p.32). Por conseguinte, a inserção ao meio digital trouxe modificações nas práticas comunicativas e sociais dos sujeitos, assim também em instituições como a jornalística (Lacerda, Di Raimo, 2019, p. 137).

Com a evolução da sociedade, que foi gradualmente se inserindo aos meios tecnológicos, principalmente para a comunicação, a imprensa precisou se adaptar para caminhar paralelo, afinal, o seu lema se conecta à ideia de atualização. A partir disso, os jornais da grande imprensa criaram suas versões digitais e páginas de redes sociais para divulgação das notícias. Entretanto, são marcantes as consequências em sua relação com os sujeitos e com o mundo, o que não nos implica dizer que são apenas negativas, mas nos leva a refletir as problemáticas que os efeitos de sentidos podem acarretar. Aliás, como Lacerda e Di Raimo (2019, p.137) caracterizam, “a instituição jornalística foi convocada a fazer parte do meio digital”.

Apesar de compartilharem de aspectos semelhantes, como por exemplo o *layout* e as características do gênero jornalístico, o jornal impresso e o jornalismo virtual possuem um fator diferencial que é importante considerarmos: o espaço-temporal. A estrutura do jornal impresso torna necessário uma seleção de notícias consideradas mais importantes, afinal, o jornal se refere sempre às notícias do dia anterior, geralmente sendo entregue ao leitor no próximo dia, durante a manhã. Já o jornal virtual possibilita atualização de notícias durante o tempo todo, logo, proporciona uma maior demanda de notícias sendo propagadas e instiga a necessidade dos sujeitos por informações mais velozes. Isto é, são momentos de enunciação divergentes, em que “notamos uma distensão temporal entre o tempo daquele e o tempo deste” (Lacerda, Di Raimo, 2019, p. 138).



Levy (1999, p.27) caracteriza o ciberespaço como inteligência coletiva. Para o autor, o crescimento do ciberespaço não determina o aumento da inteligência coletiva, mas oferece um ambiente propício para ela. De acordo com o autor, o ciberespaço propõe muitos pontos positivos, como o acesso à informação, a facilidade de comunicação, a agregação ao conhecimento, entre outros. Em contrapartida, desencadeia muitos pontos negativos, como: isolamento, dependência, sobrecarga, estresse, etc.

Um de seus principais efeitos é o de acelerar cada vez mais o ritmo da alteração tecnossocial, o que torna ainda mais necessária a participação ativa na cibercultura, se não quisermos ficar para trás, e tende a excluir de maneira mais radical ainda aqueles que não entraram no ciclo positivo da alteração, de sua compreensão e apropriação (Levy, 1999, p. 27).

Para Levy (1999), o tempo é o principal ponto do ciberespaço no que tange a velocidade de transformação. Para ilustrar sua óptica, de modo geral, sobre o ciberespaço, o autor utiliza a palavra grega arcaica “pharmakon”, que significa veneno e remédio ao mesmo tempo.

Novo pharmakon, a inteligência coletiva que favorece a cibercultura é ao mesmo tempo um veneno para aqueles que dela não participam (e ninguém pode participar completamente dela, de tão vasta e multiforme que é) e um remédio para aqueles que mergulham em seus 28 turbilhões e conseguem controlar a própria deriva no meio de suas correntes (Levy, 1999, p. 28.).

Dessa forma, os sujeitos se alimentam cada vez mais do espaço virtual, pois em percurso reverso, se sentem deslocados da sociedade e desatualizados dos acontecimentos do mundo. Segundo Nunes (2013), trata-se da relação excesso-falta: “a concepção de que o sujeito estaria ultrapassado, a não ser que se informasse continuamente das novidades que nem sempre são novidades, mas que são simuladas como se fossem” (Nunes, 2013, p. 43).

Em concordância, Dias (2004) define o ciberespaço como um transbordamento do espaço físico, orientado pela necessidade de atualização, em que o tempo se fragmenta em mil pedaços (bits). “O computador invade as esferas que sustentam o pensamento humano, e, nesse sentido, é preciso redefinir a percepção de realidade que nos cerca e entender como o sujeito atua nessa realidade” (Dias, 2004, p.53).

No centro das redes digitais, a informação certamente se encontra fisicamente situada em algum lugar, em determinado suporte, mas ela também está virtualmente presente em cada ponto da rede onde seja pedida (Levy, 1999, p. 50).

Um aspecto provocante nessa discussão é sobre os conceitos de virtual e real, que, muitas vezes, são contrapostos, como se uma coisa ou fosse real ou fosse virtual. Em outras palavras, o virtual é usado para retratar o que é irreal. Na opinião de Levy (1999, p.48), “o virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual: virtualidade e atualidade são apenas dois modos diferentes da realidade”.

Um mundo virtual pode simular fielmente o mundo real, mas de acordo com escalas imensas ou minúsculas. Pode permitir ao explorador que construa uma imagem virtual muito diferente de sua aparência física cotidiana. Pode simular ambientes físicos imaginários ou hipotéticos, submetidos a leis diferentes daquelas que governam o mundo comum. Pode, finalmente, simular espaços não físicos, do tipo simbólico ou cartográfico, que permitam a comunicação por meio de um universo de signos compartilhados (Levy, 1999, p. 76).

Em uma percepção discursiva, podemos considerar que o virtual é uma interpretação do real e que será, novamente, interpretado pelos sujeitos receptores. A propósito, a estruturação das notícias, os recortes feitos pela imprensa, as escolhas lexicais e discursivas, são leituras do mundo realizadas por um grupo de sujeitos, o que, como dito anteriormente, torna o discurso parcial. “A grande imprensa funciona de modo a agendar domínios de pensamento para seus leitores (Mariani, 1996, p. 260).” O discurso do jornalismo virtual é um ponto de vista da realidade, que conseqüentemente distorce o real. Vale lembrar que não existe discurso neutro e que as ideologias pessoais constituem o sujeito produtor do discurso.

Seguindo a perspectiva discursiva, Dias (2018) cita que as ferramentas digitais atuam na possibilidade de pensar o “sem limites, sem fronteira, sem castração simbólica”, ou seja, na des-simbolização do sujeito. “Livre para bem fazer/dizer o que quiser, o sujeito vê-se diante da oportunidade de formular e fazer circular os sentidos que deseja. Ele, agora, pelo aparato digital, pode produzir notícias, como em um *jornalismo alternativo* (um jornalismo outro)” (Dias, 2018, p. 58).

O jornalismo alternativo é retratado como diferentes versões daquele jornalismo de grande massa. “Na Rede, o sujeito encontra espaço para ser autor e fazer circular seus sentidos. De leitor/ouvinte da palavra do jornal, pelo digital, o sujeito ordinário tem o poder de dizer” (Lacerda, Di Raimo, 2019, p. 139).

Entretanto, existe uma problemática em relação ao jornalismo alternativo que muito nos interessa neste trabalho. Com a liberdade de criação e divulgação de conteúdo no espaço virtual, foi impossibilitado o controle do que é e por quem os discursos são publicados, em consequência, com a multiplicidade de discursos que vão para a mídia virtual, aumentou a propagação de informações

sem respaldo verídico, mais do que isso, de notícias falsas. “O que compreendemos disso é que a linguagem não está ali somente produzindo um sentido para um fato, mas construindo o ‘fato’, ou melhor, a sua narrativa” (Lacerda, Di Raimo, 2019, p. 139).

No momento em que o jornal, legitimado, ocupou um lugar no espaço do digital, a sentença estava dada. Aquilo no qual todo jornalista precisa acreditar para trabalhar: de que sua legitimidade se baseia nos fatos, era efeito de uma longa narrativa institucional que se recusou a admitir a relação entre a materialidade do discurso – da história, da língua e da técnica – e o poder de determinar o que é um fato (Gallo, Silveira, Pequeno, 2019, p.4).

A ideia de democracia digital no ciberespaço, que parte da ideia de que todos podem falar de tudo e com todos, é equivocada, pois o ciberespaço também é um espaço político e histórico de funcionamento da língua e comunicação. Dessa forma, podemos visualizar a complexidade de “estar conectado”, justamente com a inserção das *fake news* nas práticas discursivas. Por isso, preocupando-nos com os efeitos de sentidos e os impactos causados na relação discurso-sujeito-mundo, estudaremos sobre a propagação desses discursos na sociedade, chamados de *fake news*, para ancorar a nossa pesquisa e atingir nosso objetivo.

### 3.1.2 *Fake news* à luz da Análise do Discurso

A rede é um espaço onde circulam os mais variados discursos. Com o excesso de informações oferecidas pela cibercultura, em virtude do qual tornou-se confuso acreditar ou não no que se vê na internet, a propagação de *fake news* atingiu uma proporção preocupante, assim como a dificuldade na averiguação das instâncias de produção por parte dos sujeitos e até mesmo do sistema, que não consegue impedir a disseminação desses discursos.

O termo *fake news* foi eleito “a palavra do ano de 2017”, pelo dicionário Collins<sup>1</sup>. Apesar de ser um assunto muito discutido atualmente, essa prática de propagar mentiras a fim de um objetivo pessoal já existe há muito tempo e é proveniente das práticas de política, que busca convencer os sujeitos de uma ideia e uma posição ideológica. Nas palavras de Courtine (2006), Platão, em *A República*, já se referia sobre a “arte de ocultar a verdade ao povo” e Maquiavel sobre “a arte de fazer o povo acreditar em falsidades salutares”.

---

<sup>1</sup> COLLINS. *Fake news* é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico. *BBC News Brasil*, 2 nov. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695>. Acesso em: 18 de setembro de 2023.

Em outras palavras, o conceito de *fake news* já existe muito antes da virtualização da imprensa, o que mudou foi apenas a terminologia, que também pode ser referida como *fausses nouvelles* ou notícias falsas. Todavia, no ponto de vista discursivo, *fake news* é uma nomenclatura equivocada, pois seu conceito não se limita ao que é verdadeiro ou falso “*fake*”, nem mesmo trata-se apenas de notícias “*news*” (Gallo, Silveira, Pequeno, 2019, p.1).

Nessa perspectiva, não nos pautaremos em uma leitura codificada das *fake news*, mas sim no que tange a constituição e condições de produção desses discursos que permeiam a sociedade contemporânea, refletindo sobre os pontos que interessam à Análise do Discurso, como: quem diz, como se diz, os discursos que atravessam-nas e o interesse das instituições/enunciador em propagá-las. Além do mais, devemos considerar a importância em fazer uma leitura aprofundada do discurso das *fake news*, pois é um discurso que tem grande propagação nos meios de comunicação, logo, atinge uma grande massa de sujeitos.

Em conformidade com Gugoni (2020), ressaltamos que, para compreender as *fake news*, vale reforçar a discussão sobre informação como discurso em dada situação de enunciação, o que resulta na discussão também sobre a desinformação. A informação pode ser conceituada de diferentes formas, a depender da perspectiva, porém, para a teoria dos estudos da comunicação, a informação pode “ser afetada por ruídos, que ampliam seu grau de incerteza e, de alguma maneira, afetam o modo como ela pode ser compreendida” (Gugoni, 2020, p.27).

Em sua obra, Bucci (2018) leva o leitor a refletir sobre o significado de *fake news*. Se traduzirmos o termo ao pé da letra, “notícias falsas”, não possui um teor malicioso e proposital. Todavia, definir o termo *fake news* não é uma tarefa fácil, devido à variedade de teorias em relação ao tema. Mesmo assim, se pensarmos no tema para o discurso das mídias, o conceito de “notícias falsas” não é suficiente, pois nem sempre as notícias são falsas, visto que muitas vezes se tratam de notícias enganosas, mentirosas, com fins de manipulação, e nem sempre é de fato uma notícia, se observarmos que, eventualmente, a sua manifestação linguística possui traços e características textuais semelhantes a do gênero notícia.

De acordo com os estudos de Gugoni (2020), as *fake news* apontam seis conceitos: sátira noticiosa, paródia de notícia, fabricação, manipulação, anúncio e propaganda. Isto é, mesmo com a sua tentativa de imitar os discursos da mídia, tentando raptar a credibilidade e a legitimidade jornalística ao se instaurar como notícias reais, em seu próprio discurso, as *fake news* interagem com outros discursos. Nesse sentido, vale ressaltar que as *fake news* assumem outros papéis além do

gênero notícia, em outros termos, uma variedade de cenografias para efetivar a manipulação discursiva.

Além disso, o que não podemos negar é o seu teor totalmente voltado a uma postura ideológica, mercadológica e política. Apesar de ser um tema que tomou força durante as eleições presidenciais dos Estados Unidos (2016), altamente utilizado pelo candidato Donald Trump, as *fake news*, de certa forma, sempre existiram. Como já mencionado, a estratégia de propagar mentiras e informações enganosas, é aplicada desde as primeiras disputas políticas, a fim de manipular e atingir a ideologia política dos sujeitos.

As *fake news* estão longe de ser apenas uma notícia falsa, antes disso, elas são uma forma de expressar um dado posicionamento de um eu diante do outro, manifestando uma manipulação discursiva e deixando transparecer uma tentativa de afetar o outro por meio de uma polêmica (Gugoni, 2020, p. 63).

Dessa forma, desde 2016, as *fake news* têm sido usadas como estratégia discursiva política para as campanhas eleitorais, isso porque as notícias falsas se espalham mais rápido e com maior proporção do que as notícias verdadeiras. Segundo Bucci (2019), o que permite a propagação acelerada das *fake news* não são os algoritmos e a tecnologia, mas sim os próprios sujeitos da sociedade, que são os pontos centrais para essa tática política.

Esse tipo de notícia de baixa qualidade se espalha rapidamente na rede social, não necessariamente pela atividade de robôs, mas porque é produzida para causar reações emocionais no público – como raiva – o que causa maior compartilhamento (Bulla, 2018 *apud* Bucci, 2019, p.23).

Um exemplo disso foi o caso investigado, em 2018, da Cambridge Analytica (CA), empresa privada que trabalhava com campanhas eleitorais e declarou falência após escândalos políticos. O jornal The Guardian, como também o documentário Privacidade Hakeada (2019), da Netflix, mostra detalhes do acontecido. De modo geral, a CA utilizava os dados pessoais do *Facebook* dos eleitores americanos para criar e propagar campanhas eleitorais de acordo com cada perfil, durante a campanha eleitoral do candidato Donald Trump, o que o levou à presidência dos Estados Unidos. Isso posto, podemos observar que as ideologias do sujeito alvo tem grande relevância nesse processo de produção de *fake news*, pois não basta apenas propagar mentiras, mas, para surgir efeito, é necessário que estejam engajadas às ideologias dos sujeitos receptores daquele discurso, para que assim cumpram com a finalidade de convencer daquela ideia.

Em 2022, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) firmou parceria respaldada em memorandos, em um evento *online* transmitido pelo Youtube, com plataformas digitais (*Twitter, TikTok, Facebook, WhatsApp, Google, Instagram, YouTube e Kwai*) para a coordenação de esforços no combate à disseminação de desinformação. De acordo com o TSE, essa iniciativa veio da preocupação com a estabilidade democrática e tem o intuito de garantir a legitimidade e a integridade das eleições gerais de 2022.

Por essa razão, o TSE criou a página Fato ou Boato, integrada pela parceria de várias outras plataformas de *fact-checking*, como a Aos Fatos e a Lupa, que utilizamos para compor o *corpus* deste trabalho. Além disso, foram propostas algumas campanhas para complementar essa ação, a qual o juiz auxiliar da Presidência da Corte Eleitoral, Marco Antonio Martin Vargas, focalizou três linhas principais de atuação: informação, orientação e combate à desinformação em si.

De modo geral, as orientações (TSE, 2022) para os usuários das redes sociais identificarem *fake news* seguem o mesmo formato:

- Títulos chamativos ou bombásticos

Em muitos casos, o título não se relaciona ao restante do texto. Nunca leia só o título e confira se o fato já foi publicado em outros veículos.

- Erros ortográficos ou gramaticais

Textos jornalísticos são revisados antes de serem publicados. Se o texto contém erros, desconfie. Cheque a informação em outros veículos mais reconhecidos.

- Textos opinativos como se fossem notícia

Todo artigo opinativo deve vir assinado pelo seu autor. Mesmo em entrevistas, a opinião dos entrevistados é apresentada de forma imparcial pelo veículo. Se a suposta notícia traz opinião disfarçada no meio do texto, não é isenta.

- Sites ou canais desconhecidos

Convém checar se outros veículos também publicaram a notícia. Isso ajuda a garantir a credibilidade da informação.

- Notícia verdadeira mas antiga

Nem sempre as notícias são falsas, mas podem ser antigas e estar descontextualizadas visando gerar desinformação. Por essa razão é importante verificar a data da publicação e buscar a fonte para saber da veracidade do fato e em que data ocorreu.

- URL falsificada

É comum que as *fake news* sejam divulgadas em páginas com *links* que aparentemente são de um veículo tradicional, mas que direcionam o usuário para outro site onde está publicado o conteúdo falso. Então, verifique se o site que veicula o conteúdo é verdadeiro.

- Consulte agências de checagem

Os conteúdos mentirosos que viralizam costumam ser desmentidos por agências de checagem de notícias. Se recebeu algo que despertou dúvidas, consulte essas agências para ver se há algum desmentido sobre o assunto (TSE, 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Fevereiro/eleicoes-2022-tse-e-plataformas-digitais-firmam-parceria-para-combate-a-desinformacao>).

Tais instruções nos levam a relacionar com o conceito de *misinformation*, denominação escolhida por Claire Wardle ao se referir à desinformação. Para a jornalista, o termo *fake news* é insuficiente, por isso, Wardle opta por nomear cada variante de uma categoria geral de *misinformation*: (Bucci, 2019, p.14-15)

1. Falsa conexão: quando manchetes, legendas ou ilustração não confirmam o conteúdo da reportagem, do artigo ou da notícia.
2. Falso contexto: quando o conteúdo é compartilhado com contextos adulterados ou alterados.
3. Manipulação do contexto: quando a imagem é propositalmente modificada com o intento de enganar o público.

Apesar de divergentes nomenclaturas, há o consenso de que se tratam de ataques a uma sociedade democrática, através de relatos fraudulentos e notícias enganosas. Além disso, um apontamento que não podemos negar é de que as *fake news* têm ligação com o discurso da pós-verdade. Em uma Era em que, na relação sujeito-mundo, a opinião social tem sobressaído à ciência para formular novas crenças, as campanhas políticas utilizam disso para dizer o que os sujeitos querem ouvir, partilhar das ideias mesmo que equivocadas, pois não há interrupções e bloqueios destes discursos.

A relação da pós-verdade com os fatos decorre de uma tentativa de os interlocutores afirmarem algo que seja mais importante para si próprios do que a verdade: seus sentimentos e opiniões importam mais do que a realidade (Gugoni, 2020, p.68).

Para Adorno e Silveira (2017), o foco da discussão da pós-verdade em relação as *fake news* não é sobre a produção, mas sim sobre as práticas de compartilhar as notícias falsas, visto que produzir e compartilhar *fake news* são pontos distintos. Para os autores, a responsabilidade de propagação desses discursos não se confina à internet, pois ao mesmo tempo que o espaço virtual permite todos os tipos de discursos, permite também a possibilidade de checagem da veracidade dos mesmos. Assim sendo, essa responsabilidade também recai nos sujeitos usuários das mídias sociais:

[...] uma vez que nesses espaços a injeção recai mais fortemente no “compartilhamento”, mais até do que ao dizer. O fato de a normatizar incidir sobre o compartilhamento indica uma forma singular de legitimação que se relaciona fortemente com a noção de quantidade, como temos defendido em outros trabalhos, o discurso de escritorialidade parece se legimitar pela via da quantificação, ou seja, quanto mais circula, mais legítimo (Adorno; Silveira, 2017).

Dessa maneira, Adorno e Silveira (2017, p.5) apontam a pós-verdade como um “modo de enlaçamento social por uma interlocução discursiva que não está necessariamente fora do discurso dominante, mas que pode sim estar fora da normatividade do discurso dominante, ou pelo menos da normatividade própria dos discursos da escrita.”

Mariani e Silva (2019) fizeram uma entrevista com Freda Indursky, na qual discutiram a concepção da linguista a respeito do tema *fake news*. Seguindo o prisma da AD, as *fake news* são vistas por Indursky (2019, p.29) como “um processo de torção discursiva realizado sob o efeito de uma identificação ideológica”.

A torção se dá no momento em que determinado acontecimento é narrado pela mídia de modo a projetar um efeito de verdade ao que, de fato, é uma falsificação do ocorrido. Esse jogo pode ser interpretado como o direito e o avesso da tessitura discursiva da *fake news*, sendo, pois, possível passar de um lado para o outro desse processo pelo viés de uma torção discursiva (Indursky *apud* Mariani, Silva, 2019, p. 5).

Nesse sentido, para se instaurar na sociedade, as *fake news* precisam ser legitimadas. Por isso, utiliza-se de condições de produções que compartilham do desejo do jornalismo de transmissão de informação. Ou seja, as *fake news* se assemelham ao discurso jornalístico estrategicamente, para que assim seja um discurso reconhecido como legítimo e torna possível a sua existência. Com isso, a partir da ideia de torção discursiva, se o enunciado for aceito, ele passa a produzir o desejado efeito de verdade (Indursky *apud* Mariani, Silva, 2019).



Dessa maneira, podemos constatar a desinformação, em dada situação de enunciação, como tratamento midiático, instaurada em um suporte com um posicionamento. Por esse ângulo, consentimos com Gugoni (2020) ao afirmar que a desinformação tem o objetivo de induzir a erro e fazer crer no que não é, a partir de uma mentira organizada, materializando uma manipulação discursiva.

A manipulação da informação e a desinformação têm, em diversas sociedades, diversos gêneros do discurso que operam com a falsidade, o engodo e a mentira, a exemplo do boato, da fofoca, do rumor, da intriga, da difamação e assim por diante (GUGONI, 2020, p.64).

Contudo, as *fake news* não são produzidas apenas com mentiras, pois assim seria fácil detectá-las, mas as informações mentirosas se misturam com fatos, produzindo assim o efeito da manipulação. Para tanto, para atingir a sua finalidade, faz-se necessário provocar a emoção e/ou a cognição do co-enunciador.

O marketing jornalístico não manipula a curiosidade do público, pois lhe falta poder para tanto. Manipula, sim, a atribuição de uma curiosidade ao público e fica à espera da sua resposta, que será um convite ou uma proibição (Frias Filho, 1984).

Isto posto, acreditamos que a instância de produção das *fake news* utiliza de outros discursos além do jornalístico para se legitimar, como por exemplo, o discurso científico, o discurso religioso, o discurso político, entre outros. Além disso, observamos a relação interdiscursiva com discursos que atingem o alvo afetivo dos sujeitos com a tentativa de moldá-los, convencê-los e manipulá-los, entre estes, destacamos no nosso trabalho o discurso do medo.

No decorrer do capítulo, apresentamos as *fake news* e suas formas de manifestação no cenário digital, o que nos permite refletir os efeitos de sentidos causados nas práticas sociais, políticas e culturais. Contudo, o aumento da circulação de *fake news* é apenas uma peça de um quebra-cabeça mais complexo, visto que, o que é tido como verdade factual está sendo cada vez mais fragmentado e negociado em meio a interesses diversos.

Como vimos nessa pesquisa, as *fake news* desafiam o conceito de verdade e realçam como o discurso é um campo disputado para ferramenta de poder e como as ideologias influenciam a interpretação dos acontecimentos, o que é potencializado com os meios digitais. Isto é, as distinções entre fato e opinião, verdade e mentira, se mostram deliberadamente borradas.

Dessa forma, torna-se necessário explorarmos o conceito de pós-verdade, que é um termo que ganhou destaque nas últimas décadas, em que as crenças pessoais e as emoções sobrelevam os

fatos objetivos, na iminência de verificar a contribuição entre o elo da pós-verdade com as *fake news* para uma nova maneira de compreender os discursos que circulam na sociedade atual.

### 3.2 A pós-verdade e a manipulação do real: ideologia, emoções e discurso

O termo pós-verdade, do inglês *post-truth*, é utilizado para descrever um fenômeno em que a emoção e as crenças pessoais sobressaem na formação de opiniões. Contudo, para definir o que é verdade não basta buscar uma resposta em dicionários, principalmente no viés da AD, a qual contradiz a existência de uma verdade absoluta. Emediato (2016, p. 16) afirma: “as verdades são construções sociais e humanas, podem ser explicadas, justificadas, relativizadas, validadas, falseadas e hierarquizadas”, por isso, ousamos dizer que não há uma verdade absoluta, há verdades relativas, verossimilhanças, possibilidades e probabilidades de verdade.

Bucci (2019, p. 37) cita que “A verdade nada mais é que uma desculpa, um salvo-conduto para a vilania”. Com isso, o autor retrata os profissionais do jornalismo que, por vezes, ao utilizar do preceito “em nome da verdade” ultrapassam os limites da ética, invadem a privacidade dos sujeitos e agem como se a vida de todos os seres humanos pertencesse a eles ou que a mídia tivesse direito sobre eles.

A calúnia, o desequilíbrio em relação a objetividade ao noticiar os acontecimentos e as mentiras são utilizadas na sociedade como ferramenta de convencimento desde os primórdios, mas não podemos negar que a tomada de consciência dos sujeitos em relação a esses discursos deixou-os mais visíveis, talvez escancarados para alguns grupos de pesquisadores, o que permite discussões e reflexões abrangentes.

Um feito histórico importante para um novo olhar dos sujeitos diante dos acontecimentos do mundo que são atropelados pelos discursos da pós-verdade foi o Iluminismo, como Nascimento (1989) aponta, o Iluminismo nos legou a certeza de que o saber e a razão forjam a cidadania. Nesse contexto, o acesso dos sujeitos ao conhecimento formaria cidadãos capazes de julgar e isso se tornaria em contrapartida uma ferramenta de poder. É a existência de cidadãos letrados e bem informados que asseguram a democracia.

Em termos mais tópicos, a educação pública e universal, a instituição da imprensa livre e o funcionamento das bibliotecas públicas (acervos de cultura e conhecimento fraqueados a todos) formariam cidadãos capazes de julgar. O público letrado sepultaria o absolutismo e seria o beneficiário da verdade, o

burilador da verdade, a plataforma irrecorrível da verdade - por isso, deveria ser também a fonte de poder (Nascimento, 1989, p.23).

Contudo, naquela época, em que a verdade ainda era almejada, as revoluções liberais, como relembra Bucci, trouxeram cenas de terror ao mundo durante a Primeira Guerra:

O desencanto se ampliou. A burocracia estatal, em vez de promover o ideal da impessoalidade no Estado de Direito, gerava máquinas totalitárias de diferentes matizes. A ciência, em vez de abrir as vias para a plenitude da vida, investia na produção de forças destrutivas, como a bomba atômica. A Razão não cumprira o seu papel civilizatório, parecia degradar-se em seu oposto. A liberdade, a fraternidade e a igualdade se perdiam, enquanto o mundo virava de ponta-cabeça (Bucci, 2019, p.30).

Nesse contexto, a sede por informação sobressaiu a busca pela verdade, a qual tinha valor comercial, e fez com que o mercado midiático explodisse. Dessa forma, o leitor paga e consome informações que lhes são úteis e não uma verdade factual.

Dessa mesma premissa, Seixas (2019) explica o uso do prefixo “pós” em pós-verdade, que ao contrário da definição apresentada pelo dicionário Oxford<sup>2</sup>, não se trata de um período temporal após a verdade, tampouco a uma descredibilização da verdade, mas sim de uma superação dos sujeitos de um desejo de verdade, isto é, de uma verdade divergente da sua.

Haveria certo desinteresse dos sujeitos em estabelecer um movimento heurístico de verificação dos fatos e das verdades, porquanto mais vale a manutenção das convicções e das identidades do que um verificacionismo a todo custo. Não há, logo, preocupação em checar os fundamentos e fontes de uma verdade, já que há sempre uma leitura pré-programada dos sujeitos, enviesada, por certo, dos eventos sociais (Seixas, 2019, p. 125).

Portanto, não cabe a nós neste momento limitar o conceito de verdade em uma definição, mas podemos refletir o que a verdade se tornou em posse do meio midiático. Para isso, a AD torna-se uma ferramenta crucial para compreendermos como a linguagem e o discurso contribuem para a construção e perpetuação de uma “verdade” distorcida.

---

<sup>2</sup> 1- Elemento de composição de palavras (prefixo) que dá a ideia do que é posterior, do que ocorre após, no espaço e no tempo: pós-graduação, após a graduação; 2- Prefixo que atribui um juízo de valor negativo, desvalorizando o conceito ao qual está ligado: pós-verdade. (Oxford English Dictionary, acesso em 2023)

De antemão, vale ressaltar que a pós-verdade não é sinônimo de *fake news* nem equivalente à mentira. Além do mais, a má conduta redigida com o discurso de verdade, ou seja, a proliferação de notícias falsas, como dito anteriormente, não é um privilégio da contemporaneidade, sempre existiram com outros nomes em épocas diferentes.

De acordo com D’Ancona (2018, apud. Bucci, 2019), pode-se detectar rastros da criação e utilização estratégica desse tipo de conteúdo por parte de políticos e agentes públicos desde o antigo Império Romano e, mesmo em regime democrático, são recorrentes na política partidária. “Assim como a mentira é tão antiga quanto a fala, a mentira da imprensa é tão antiga quanto a imprensa” (Bucci, 2019).

Todavia, pós-verdade e *fake news* são fenômenos que emergiram concomitantes, o que nos faz ligar um ao outro.

[...] alguns consideram que o discurso da pós-verdade corresponde a uma suspensão completa de referência a fatos e verificações objetivas, substituídas por opiniões tornadas verossímeis apenas à base de repetições, sem confirmação de fontes. Penso que o fenômeno é mais complexo que isso, pois ele envolve uma combinação calculada de observações corretas, interpretações plausíveis e fontes confiáveis em uma mistura que é, no conjunto, absolutamente falsa e interesseira (Dunker, 2017, p. 38).

A nomenclatura pós-verdade foi registrada em um ensaio do dramaturgo Steve Tesich no ano de 1992, que dizia que “a pós-verdade não é mais sobre acreditar nas coisas, mas sobre escolher a crença que melhor se ajusta às nossas necessidades emocionais ou pessoais”. Porém, as discussões do que entendemos por pós-verdade tomaram grande repercussão atualmente com dois eventos históricos em 2016: o Brexit e a candidatura de Donald Trump nas eleições dos Estados Unidos da América (2016). Logo, essa teoria tem sido amplamente discutida em obras de diferentes áreas, especialmente as que apreendem o campo social.

Além do mais, não podemos contestar a necessidade de rediscutir o fenômeno da pós-verdade em uma era em que a velocidade da comunicação é expressiva, conseqüentemente, ocasionando um grande aumento de informações que precisamos lidar no cotidiano.

De acordo com os estudos de Siebert e Pereira (2020, p. 242), esse excesso de informação gera um número maior de “já ditos” e, a partir disso, matizes ideológicos vão se firmando. Como os autores apontam: “A informação (re)significa o real, materializando-se discursivamente enquanto acontecimento” (Siebert; Pereira, 2020). Nesse sentido, uma reação imediata diante de uma

informação, seja acreditando seja classificando como mentira, demonstra o caráter ideológico e reforça um posicionamento.

Dessa maneira, vale lembrar a concepção de ideologia para a AD. Para Pêcheux (1997), o discurso é uma materialidade ideológica e são as formações ideológicas que interpelam o sujeito, fazendo com que ele ocupe um *posicionamento* diante de grupos sociais e seus valores. Segundo Cano (2012, p. 52) “é pelos posicionamentos que se constrói uma memória discursiva em que todos podem partilhar uma forma de se inserir no mundo”.

Van Dijk (1997) aponta que são várias explicações para ideologia, sendo: cognitivas, incorporadas, sociais e sociocognitivas. No mais, precisamos entender que as ideologias estão ligadas aos grupos sociais, apresentando uma verdade relativa apropriada e generalizada pelo próprio grupo que defende. Dessa maneira, a ideologia não revela apenas forma de dominação, como também um *posicionamento* que busca a adesão dos co-enunciadores do discurso. Isso posto, ressaltamos que não há uma ideologia dominante apenas, a ideologia é relativa aos grupos sociais.

Diante de todo exposto, concordamos com Siebert e Pereira (2020) ao sugerirem que a pós-verdade busca organizar e dar coerência, de forma linear, às diversas informações e acontecimentos do mundo, mesmo que essas informações sejam criadas ou manipuladas pela mídia, desde que correspondam às exigências de um sistema ideológico de confiança.

Adotar a realidade como referência - uma referência inconstante, que sob a lógica discursiva ganha múltiplas leituras possíveis - se torna menos importante do que criar uma realidade particular, em que a interpretação se lineariza porque o acontecimento não existe fora de um contingente ideológico qualquer, sem espaço para uma dúvida (Siebert, Pereira, 2020, p. 244).

No entanto, a postura do sujeito em relação aos discursos da pós-verdade é o que de fato nos preocupa, pois, diante da instabilidade e fluidez em relação às informações, o sujeito mais do que significar os acontecimentos, ele tenta interpretá-los como verdadeiro ou não sem explicações científicas.

Além disso, a amplitude dos discursos em que estamos inseridos diariamente os apresentam contraditórios e, em busca de uma verdade e estabilidade, os sujeitos se apoiam na ideologia como ferramenta para ordenar as informações e possibilitar sentidos.

Contudo, como apontamos anteriormente, esses discursos que se apresentam como informativos são ferramentas de poder social e são atravessadas por outros discursos em uma

tentativa de convencer os sujeitos de uma ideia, para isso, utilizam como estratégia o apelo às emoções, como veremos no caso do medo, que é estrategicamente mobilizado pelo poder para consolidar o controle e moldar comportamentos.

Por isso, para dar continuidade a esta discussão e introduzir a ideia do discurso do medo em relação interdiscursiva às *fake news*, faremos de antemão uma apuração do que é o medo para que no trajeto seja possível compreender o discurso do medo nas nossas análises.

### 3.3 O Discurso do Medo

Para investigar como o medo se instaura nos discursos e/ou se manifesta nos sujeitos, buscamos contribuições da Psicanálise, com Sigmund Freud (2010), e na Sociologia, com Zygmunt Bauman (2008), de forma que seja possível pensarmos no medo em estado psíquico dos sujeitos e investigar como a sociedade, a cultura, as questões de mundo, que são exteriores aos sujeitos, estão interligadas ao estado de medo e dão manutenção a um medo social.

Freud (2010), em uma análise que extrapola o estudo psíquico, investiga e discute sobre o propósito de vida do ser humano, ele trata isso de modo geral, pois, a resposta está sempre fadada a uma única direção: à busca pela felicidade. Este é um ponto que, a princípio, não parece estar relacionado a nossa discussão, mas será o ponto de partida para uma melhor visualização do medo para esse trabalho. Afinal, a busca pela felicidade como finalidade da vida parte do princípio do prazer, que comanda o aparelho psíquico desde o início da vida humana e estará sempre em conflito com o mundo externo (Freud, 2010, p. 30). É inegável o desejo dos sujeitos em alcançar a felicidade e mantê-la, contudo, essa conquista é limitada pela nossa própria constituição. Ou seja:

O programa de ser feliz, que nos é imposto pelo princípio do prazer, é irrealizável, mas não nos é permitido — ou melhor, não somos capazes de — abandonar os esforços para de alguma maneira tornar menos distante a sua realização. Nisso há diferentes caminhos que podem ser tomados, seja dando prioridade ao conteúdo positivo da meta, a obtenção de prazer, ou ao negativo, evitar o desprazer (Freud, 2010, p.27).

À vista disso, em uma tentativa frustrante e idealizada de buscar a felicidade, torna-se confortável ao sujeito a sensação de bem-estar e o evitamento da infelicidade. Dessa forma, o sujeito se movimenta em uma tentativa de fugir do desprazer, elevando essa tarefa para o primeiro plano, em que os sujeitos se sentem felizes por escapar de infelicidades e resistir aos sofrimentos, deixando o prazer em segundo plano. Logo, como o psicanalista aponta, “é bem menos difícil experimentar a infelicidade” (Freud, 2010, p.21).

Para falar sobre o medo, Bauman (2008) nos faz refletir em seu livro sobre o que tememos e como esse sentimento molda as nossas vidas. O medo faz parte do instinto de todo ser vivo, até mesmo dos animais, e, ao nos depararmos com ameaças, estamos destinados a agir de duas formas: fuga ou agressão. Os nossos medos não estão meramente ligados às questões diretas e físicas, mais do que isso, eles estão relacionados às inseguranças. Dessa forma, podemos concordar tanto com Freud (2010) quanto com Bauman (2008) ao apontarem que o medo está ligado à incerteza.

O medo é mais assustador quando difuso, disperso, indistinto, desvinculado, desancorado, flutuante, sem endereço nem motivo claros; quando nos assombra sem que haja uma explicação visível, quando a ameaça que devemos temer pode ser vislumbrada em toda parte, mas em lugar algum se pode vê-la. “Medo” é o nome que damos a nossa incerteza: nossa ignorância da ameaça e do que deve ser feito - do que pode e do que não pode - para fazê-la parar ou enfrentá-la, se cessá-la estiver além do nosso alcance (Bauman, 2008, p.8).

Vale considerar que o medo faz parte dos sujeitos desde a constituição do Édipo, com o medo da castração, o medo da perda do amor e o medo da morte. Aliás, o medo é fundamental para a nossa sobrevivência. Entretanto, a constituição do Édipo é uma discussão que deixaremos para outro momento, nos interessa, neste instante, compreender a manifestação do medo. Para essa discussão, destacaremos a diferença entre dois dos sintomas do medo: a fobia e o pânico. Embasado nos estudos de Freud, Lyra (2019) faz uma análise a fim de ilustrar melhor esses sintomas:

[...] imaginemos o contexto da Guerra Fria nas décadas de 1970 e 1980. Os estadunidenses viviam num estado de ansiedade, temendo um ataque por parte da União Soviética e vice-versa. Assim, havia uma tensão permanente entre as duas

nações inimigas. A qualquer momento, o conflito poderia ser desencadeado. Contudo ambas as nações estariam supostamente preparadas para se defender, caso isso viesse a acontecer. Sabia-se quem era o inimigo. Já em 2001, o contexto era outro: Nova York é atacada repentinamente, sem qualquer possibilidade de defesa. Não se sabia quem era o inimigo. Apenas num momento posterior, elegeu-se um responsável pelos ataques. As pessoas entraram em pânico. O medo de um novo ataque terrorista tomou conta dos Estados Unidos e de outras nações mundiais. Não havia como prever ou se defender de um ataque terrorista, pois poderia acontecer em qualquer lugar e a qualquer momento (Lyra, 2019).

Isto é, a fobia é como o inimigo que é conhecido e pode ser combatido, o sujeito consegue identificar e associar o medo a um objeto externo, que caracteriza sua fobia ou medo. Em contrapartida, o sintoma de pânico se refere ao inimigo desconhecido, ao que não se pode prever, deixando o sujeito incapaz de se defender, pois qualquer coisa pode acontecer a qualquer momento, o sujeito se sente desamparado à situação ameaçadora. Para Freud (2010), o sofrer nos ameaça a partir de três lados:

[...] do próprio corpo, que, fadado ao declínio e à dissolução, não pode sequer dispensar a dor e o medo como sinais de advertência; do mundo externo, que pode se abater sobre nós com forças poderosíssimas, inexoráveis, destruidoras; e, por fim, das relações com os outros seres humanos (Freud, 2010, p. 21).

Bauman (2008) divide o medo de duas formas: o medo primário e o medo secundário. O medo primário, em resumo, é o medo da morte, fenômeno que não prevemos e nem podemos nos preparar. Esse é um medo que está interiorizado no inconsciente dos sujeitos, de modo que, podemos aqui refletir sobre a dificuldade que existe na sociedade de lidar com a morte, o que faz com que as pessoas façam de tudo para evitá-la ou banalizá-la. Nessa óptica, notamos que Freud (2010) e Bauman (2008) concordam que a religião é uma forma confortável que os sujeitos encontraram para lidar com os medos.

Assim, com o apoio da religião, os sujeitos entendem a morte como algo que não é finito, literalmente como uma morte, mas, muitas vezes, como uma passagem para um lugar melhor, uma continuidade da vida, ou, dependendo da religião, na crença que existe reencarnação. Nessa perspectiva, a alma é “imortal” para muitos sujeitos na sociedade. Outro exemplo, é de quando algumas pessoas que foram exemplares durante a vida são consideradas como pessoas que “nunca morrem”, já que deixam legados e ensinamentos importantes. Além disso, de acordo com Bauman (2008), há uma banalização da morte, de forma que o mercado consumista busca passar uma



imagem de que a morte pode ser evitada ou adiada. Tudo isso, como estratégias para vislumbrar o medo primário da sociedade e vender.

Já o medo secundário diz respeito ao que se deriva do medo primário, o qual está ligado à insegurança e à vulnerabilidade, que é sobre não saber o que pode acontecer, não poder se preparar e sobre as poucas/nenhuma chances de fugir e se defender. O medo secundário acontece mesmo que não pensamos no nosso medo primário, que ao estar interiorizado em nós, estará sempre ligado e desenvolvendo outros medos, que são os medos derivados. Um exemplo disso é o medo do que pressupomos ser perigoso sem de fato termos experienciado o acontecimento. Algumas vezes nem passamos pelo que pensamos ser perigoso e mesmo assim sentimos medo, e a explicação disso retoma ao nosso medo primário, o medo da morte, que está interiorizado em nós e desenvolve outros medos, que molda o nosso agir, o nosso querer, o nosso ser.

Uma pessoa que tenha interiorizado uma visão de mundo que inclua a insegurança e a vulnerabilidade recorrerá rotineiramente, mesmo na ausência de ameaça genuína, às reações adequadas a um encontro imediato com o perigo; “o medo derivado” adquire a capacidade de autopropulsão (Bauman, 2008, p.9).

Dessa forma, Bauman (2008) aponta que existem três tipos de medos derivados: medo de não conseguir garantir o futuro, que está ligado a segurança do sustento e sobrevivência; medo de não conseguir se fixar na estrutura social, que se refere a posição do sujeito na hierarquia social; e o medo em torno da integridade física.

O medo de não conseguir garantir o futuro contempla diversos medos: o medo de não conseguir um emprego, o medo de não conseguir sobreviver por falta de dinheiro, o medo de não ter uma profissão e um salário garantido, entre outros; o que desencadeia a busca por uma sensação de segurança, como por exemplo, um emprego de carteira assinada, um contrato, uma dedicação aos estudos para ter uma profissão, que leva ao consumo de apostilas, de cursinhos estudantis, cursos técnicos, etc.

O medo em relação à integridade física tanto se refere ao físico do sujeito como aos seus pertences: o medo de ser roubada, de ser agredido, de ser violentado de várias formas, de perder os bens conseguidos.

Já o medo de não se fixar na estrutura social, muito podemos associar ao medo da exclusão social, de não ser aceito pelas pessoas ou por grupos de classes sociais. Um exemplo que Bauman (2008) apresenta são os reality shows, no qual os participantes estão sempre se esforçando, buscando táticas para se manterem no programa, para serem aceitos tanto pelo público quanto pelos participantes, mesmo que a sociedade os molde como um todo, pois possuem o medo da exclusão. Como Furedi (2013) cita:

O medo não está unicamente associado a ameaças de catástrofes de grande visibilidade, tais como o terrorismo, o aquecimento global, a SIDA ou uma pandemia de gripe. Os cientistas sociais também já chamaram a atenção para os medos subreptícios que há na vida (Furedi, 2013, p.191).

Isto é, o medo está internalizado culturalmente nos sujeitos e é alimentado pelas vivências do dia-a-dia. Furedi (2013) refere-se a esse tema como experiência do medo, pois, para ele, estamos em uma crescente experimentação desse sentimento, sendo incentivados e alimentados no nosso cotidiano, se tornando um produto de uma construção social de interação dos sujeitos. Para o autor, somos moldados em como lidar e reagir diante das nossas incertezas e inseguranças.

Michel Foucault (1987) apresenta essa ideia de poder disciplinar através do medo, de forma velada e sutil. Pela perspectiva do filósofo, mais do que impor diretamente o medo, cria-se um ambiente onde o medo se torna parte da identidade e do comportamento do sujeito. Nessa perspectiva, o medo não é apenas do outro como também de si mesmo, o medo torna-se parte do sujeito, que se disciplina para fugir de qualquer tipo de punição.

Mesmo sendo uma perspectiva da década de 70, podemos relacioná-la às discussões atuais, inclusive no que tange a pós-verdade e as *fake news*, em que o discurso do medo é manipulado para justificar práticas de controle, vigilância e cerceamento da liberdade, sob um discurso de proteção às ameaças da sociedade.

De modo geral, é revelado que os sujeitos amedrontados buscam a sensação de segurança no mercado consumista, que está sempre prometendo isso. A exemplo disso, podemos citar vários tipos de seguros, como seguros de carro, seguros de vidas, seguros de pertences, além de casas em bairros menos perigosos, com muros altos, vários dispositivos de segurança, shopping centers com lojas seguras, carros blindados, etc, como bem lembra Bauman (2008).

A linguagem do medo se transformou em uma arma de dominação política e de controle da sociedade, como uma construção não só social, mas também ideológica. Trata-se do enraizamento de uma desconfiança e de um conflito com o 'outro', em que é atribuído a esse 'outro' a culpa pelo que aconteceu ou que pode acontecer. Isso gera, portanto, uma necessidade de proteção (Castro, 2018, p. 60).

Além disso, de acordo com os estudos de Ferreira (2012):

O discurso amedrontador, que sempre encontra espaço no cotidiano, pode surgir como produto de ato retórico constituído a partir da concepção de medo como um fenômeno que atua, sobretudo, no fluir do próprio tempo (o medo sempre se projeta para o futuro) (Ferreira, 2012, p.14).

Dessa forma, compreendemos que o medo nos leva ao consumo, como uma forma de escape, de proteção, de garantia do futuro, e o mercado consumidor tem esse consentimento de que pode passar esse conforto para os sujeitos de que não precisa ter medo, porém, somos bombardeados a todo momento por este mesmo mercado: a mídia, os noticiários, as propagandas, entre outros, com discursos que alimentam sentimento de medo e o estado de pânico, o que os tornam cada vez maior e paralisante. Como destaca Ferreira:

É a eficácia do discurso que ocupa um espaço antes impensado, capaz de dominar os fios tênues da razão, abalar a confiança para, como efeito patêmico, fazer aflorar o medo em seres mais suscetíveis à opinião alheia (Ferreira, 2012, p.12).

À vista disso, vale ressaltar a importância de perceber como o medo nunca é associado ao presente, sempre se projeta ao futuro, e a necessidade que sentimos de precaver às incertezas do futuro é o que nos leva ao consumo. Dessa forma, o mercado capitalista tem como interesse despertar sentimentos no público-alvo, um desses sentimentos, que é tido como estratégia de venda e é a proposta de análise deste trabalho, é o medo.

Sendo assim, é comum conter, nos meios midiáticos, discursos e mecanismos linguísticos convincentes que manipulam nossos corpos, nossos sentimentos e nos levam ao consumo, não só

financeiro como também de ideologias. Diante de todo exposto, partiremos para o momento metodológico da pesquisa em que analisaremos a manifestação do medo no discurso da *fake news*.

## 4 ANÁLISES

### 4.1 Metodologia de Análise

A AD, em sua essência, tem como traço característico a sua estrutura teórico-metodológica. Isso, por si só, nos direciona a uma metodologia de pesquisa específica de cunho qualitativo, interpretativo e interdisciplinar. Assim, a AD busca, a partir dos referenciais teóricos, interpretar os discursos que atravessam o cotidiano, investigando como eles constroem sentidos, constituem sujeitos e reproduzem ou tensionam relações de poder. Dessa forma, a análise se ancora em condições de produção dos discursos, o que envolve fatores históricos e sociais.

Isso posto, o processo metodológico desse trabalho consistiu em fazer levantamentos sobre as questões teóricas, as quais nos permitiram construir um embasamento para a constituição de um *corpus* que direcionou as discussões propostas. Para proceder tal pesquisa, optamos por investigar as Condições de Produção do discurso das *fake news* vinculadas ao discurso da mídia digital, para apreendermos a relação interdiscursiva das *fake news* com o discurso do medo.

Diante de todo exposto no capítulo II, é ponderoso compreender que a construção de um *corpus* deve passar pelo reconhecimento das CP do discurso, tendo em vista que essa construção se dá em virtude dos objetivos da pesquisa e das hipóteses levantadas, para que sejam confirmadas ou refutadas. Essa escolha se deu pela preocupação dos efeitos que os discursos das *fake news* podem causar nos sujeitos, em suas integridades e suas ideologias, visto que é um discurso que tem uma propagação rápida e em grande demanda, se apresentando como verdade.






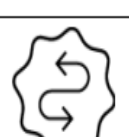
Para atingir os nossos objetivos, escolhemos fazer um percurso de análise com quatro *fake news*, com dois fragmentos de cada, totalizando oito recortes, retiradas de *fact-checkings*, que tratam-se, como a própria tradução prevê, de agências de checagens de fatos que surgiram da necessidade de investigar se são verdadeiras ou não as informações que circulam na mídia digital, que é um meio onde muitos discursos se propagam de formas variadas.

Vale ressaltar que optamos por utilizar as agências de checagens como porta de acesso às *fake news* que foram propagadas, confiscadas e confirmadas, visto que nosso interesse não é investigar se o discurso é verdadeiro ou falso, mas sim analisar os efeitos de sentidos ao se relacionar interdiscursivamente com outros discursos. Além disso, evitando utilizar as redes sociais pessoais, como analistas, fugimos das garras dos algoritmos das redes.

A Lupa e a Aos Fatos se apresentam em suas plataformas como agências de *fact-checkings* pioneiras no Brasil, surgidas em 2015 com o objetivo de combater a desinformação e sensibilizar os usuários de suas plataformas, dos riscos e consequências das *fake news* na sociedade e para a democracia. Ambas agências não têm vínculos associativos com nenhum jornal, mas fazem parcerias para divulgação das checagens e contam com o financiamento de apoiadores para se manter. A agência Lupa e a agência Aos fatos são integrantes da “International Fact-Checking Network (IFCN), rede mundial de checadores reunidos em torno do *Poynter Institute*, nos Estados Unidos, e segue à risca o código de conduta e princípios éticos do grupo” (Equipe Lupa, 2015)<sup>3</sup>.

A Lupa possui nove etiquetas para contribuir com o leitor na compreensão das checagens das informações, sendo: verdadeiro; verdadeiro, mas; ainda é cedo para dizer; exagerado; contraditório; subestimado; insustentável; falso; e de olho. Já a Aos Fatos possui seis etiquetas: falso; contraditório; insustentável; exagerado; impreciso; e verdadeiro. Veja a explicação de cada selo na Figura (2):

**Figura 2: Selos de classificação da Aos Fatos**

	O emprego do selo VERDADEIRO é simples: a declaração é condizente com os fatos e não carece de contextualização.
	Quando a afirmação recebe o selo IMPRECISO, significa que necessita de contexto para ser verdadeira. Ou seja, em alguns cenários, é possível que a declaração em questão não se aplique.
	O selo EXAGERADO é para aquelas declarações que não são totalmente falsas, mas que têm pouco amparo na realidade. Também são destinadas a afirmações sobre as quais faltam dados que atestem sua veracidade.
	Se uma afirmação é mentirosa, ela recebe o selo FALSO. É simples. Basta que os dados disponíveis a contradigam de forma objetiva.
	O selo INSUSTENTÁVEL se aplica àquelas declarações cujas premissas não podem ser refutadas nem confirmadas. Ou seja, serve para quando não há fatos que sustentem a afirmação.
	O selo CONTRADITÓRIO é usado quando o conteúdo da declaração checada é objetivamente oposto ao de afirmações ou ações anteriores atribuídas à mesma pessoa ou instituição que ela representa.

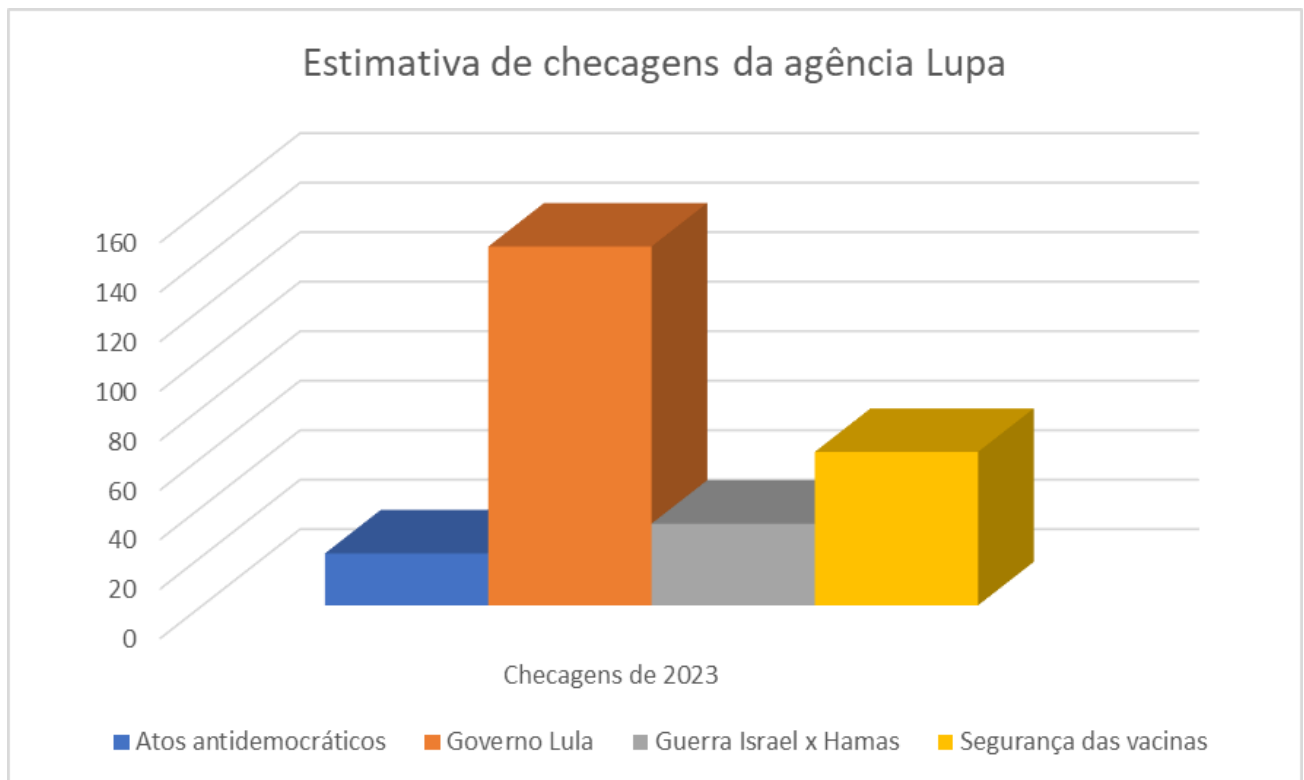
Fonte: Aos Fatos, 2023

<sup>3</sup> Equipe Lupa. Disponível em: <https://scan.lupa.news/sobre-nos>. Acesso em 2023.

A Lupa possui a seguinte metodologia: seleciona frases que podem vir a ser checadas e classificadas, para isso, a equipe Lupa observa, diariamente, discursos de políticos, líderes sociais e celebridades, que circulam nas mídias; adota três critérios de relevância; consulta tudo o que já foi publicado sobre o assunto em jornais, revistas e sites; busca bases de dados oficiais; solicita posição daquele que foi checado. A Lupa prioriza discursos de personalidades de destaque nacional, assuntos de interesse público, que tenham ganhado destaque nas mídias, por afetarem um número maior de pessoas.

De acordo com a retrospectiva apresentada pelo portal da agência Lupa, foram publicadas, em média, 600 checagens no ano de 2023, entre essas, os principais temas foram: o ataque antidemocrático no dia 8 de janeiro, o governo Lula, a guerra entre Israel e Hamas e a segurança das vacinas contra a covid-19. Seguindo os dados estimados pela agência, fizemos um mapeamento para melhor visualização:

**Gráfico 1: Dados da retrospectiva de checagens de 2023 da agência Lupa**



Fonte: Lupa, 2023.

Vale lembrar que o ano de 2023 foi o primeiro ano do governo Lula após passados 12 anos de seu último mandato. Por isso, podemos perceber a relação entre os temas de destaques abordados nas *fake news* desse ano em questão, afinal, como dito em capítulos anteriores, as *fake news* são ferramentas de poder anti-democráticas usadas para convencer os sujeitos de um posicionamento político.

Já a Aos Fatos possui uma ferramenta de checagem automática, chamada Radar, que tem o objetivo de detectar e coletar rapidamente conteúdos de baixa qualidade que viralizam na *Internet*. O funcionamento do Radar consiste em 5 etapas que contam com os conhecimentos da Linguística, da Comunicação e da Ciência de Dados: escolha do tema, coleta de dados, organização, análise e nota, as notas variam de 1 a 10, as menores notas tem grande chance de conter desinformação ou erros, assim, o Radar detecta os conteúdos com notas inferiores a 5.

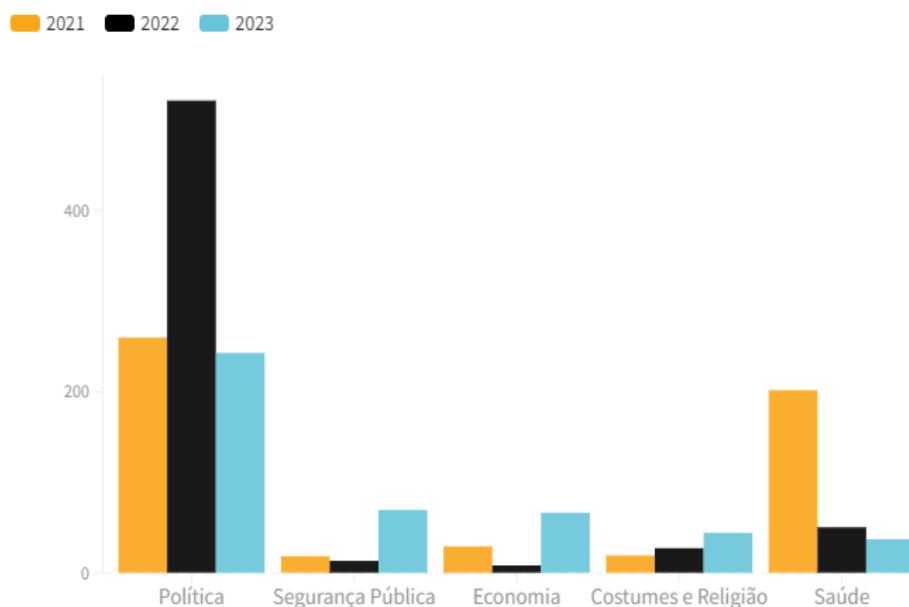
Não muito divergente, a agência Aos Fatos publicou um gráfico comparativo sobre os temas: política, segurança pública, economia, costumes e religião e saúde, entre os anos 2021, 2022 e 2023. Como podemos ver abaixo, os temas segurança e economia tiveram um aumento expressivo no ano de 2023:



## Gráfico 2: Dados de estimativa percentual de checagens por tema de 2021 a 2023 da agência Aos fatos

### Número de checagens por tema entre 2021 e 2023

Segurança e Economia tiveram crescimento expressivo, enquanto Saúde caiu



Fonte: Aos Fatos • O tema "Saúde" engloba as desinformações sobre Covid.



\* A Flourish chart

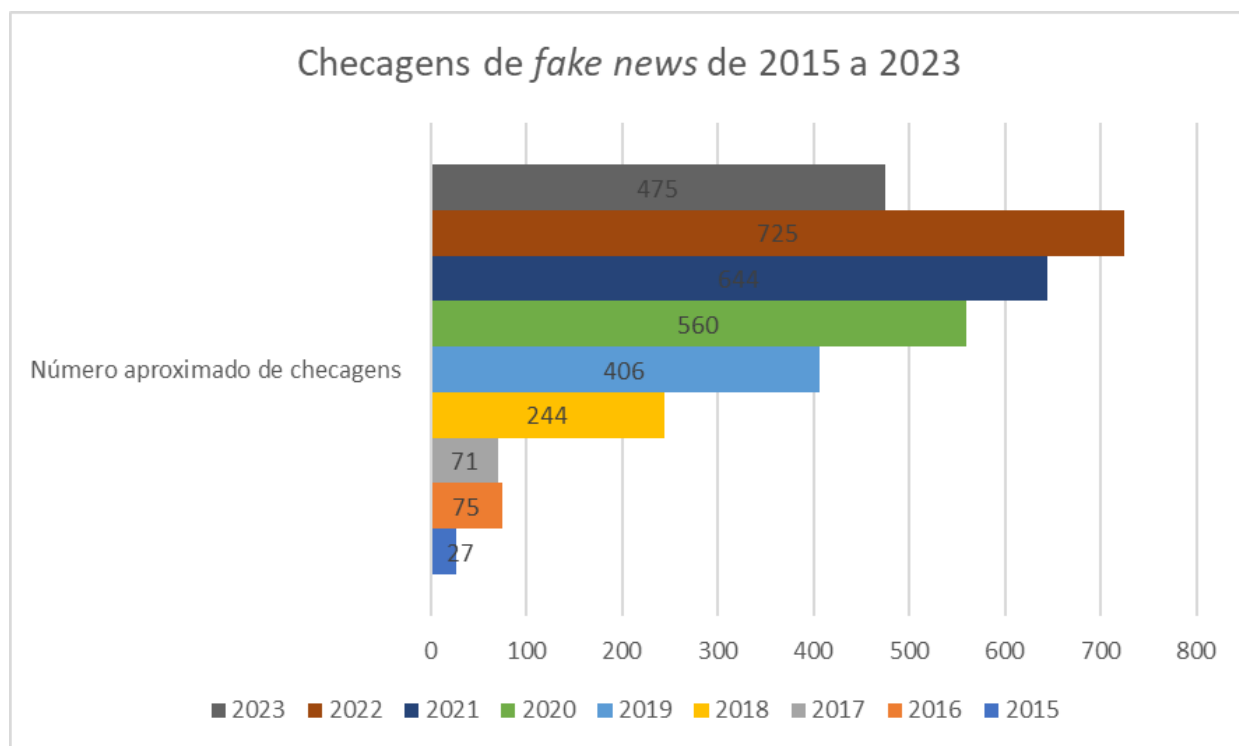
Fonte: Aos Fatos, 2023.

Para compreender o cenário de reprodução das *fake news* sobre esses temas, vale retomar acontecimentos importantes de cada um desses anos. Em 2021, o marco histórico foi a vacinação em massa contra a covid-19 com uma tentativa de conter a pandemia. Em 2022, o Brasil passou pelo período de eleições presidenciais em uma disputa bipolarizada. Em 2023, primeiro ano do governo Lula, eleito no ano anterior. Mesmo assim, os temas segurança pública e economia foram respectivamente 5 vezes e 3 vezes mais mencionados do que nos anos anteriores, o que não é de se impressionar, visto que são os temas de grande interesse da oposição para confrontar e levantar discussões sobre a atual gestão.

Além disso, pela Aos Fatos conseguimos fazer um aparato de quantas publicações foram checadas no decorrer dos anos, desde que a agência começou a atuar, isto é, desde o ano de 2015. Entretanto, isso não implica dizer que há como calcular a quantidade de *fake news* que foram propagadas no decorrer dos anos, pois não chegaremos nem perto disso, até porque vários pontos podem ser levantados, como a tomada de consciência dos usuários e a necessidade de verificação. Em decorrência disso, as metodologias de verificação também precisaram ser melhoradas, contando

com o apoio das próprias redes sociais e até mesmo da justiça brasileira. Vejamos o gráfico a seguir:

**Gráfico 3: Número de checagens realizadas pela Aos Fatos entre os anos de 2015 a 2023.**



A par de que vários fatores devem ser levados em conta, como o ano de início da atuação das agências de checagens, os interesses que governam tais iniciativas, a preocupação do poder público sobre os efeitos de sentidos das *fake news* nos sujeitos e até mesmo o interesse do mesmo por esses efeitos de sentidos, podemos analisar o aumento expressivo em anos eleitorais, 2018 e 2022. Além disso, observamos a constância entre os anos em que a extrema direita esteve no poder com o ex-presidente Jair Bolsonaro. Isso sugere a ideia de que as *fake news* podem ser usadas como ferramenta de manipulação em campanhas eleitorais, com o intuito de vencer por meio da desinformação. Além disso, é possível perceber a continuidade de discursos da pós-verdade, que contribuem para a manutenção de ideologias partidárias.

É importante destacar que ambas esferas de *fact-checking* possuem, em suas metodologias, o compromisso e interesse de disponibilizar o máximo de *links* possíveis para levar o usuário a publicação original, pois o que apontam como interesse é investigar a veracidade dos fatos e não dar opiniões sobre as checagens feitas.

No entanto, diante da necessidade e preocupação com os efeitos da desinformação na sociedade, o poder público busca uma iniciativa para amenizar o problema. De acordo com a BBC News Brasil (13/01/2022), sob a pressão dos usuários e da Justiça para combater as *fake news* sobre a COVID-19, o *Twitter* remove cerca de sete *fake news* sobre a COVID-19 por hora, o que a própria plataforma considera pouco em vista da demanda. No total, aproximadamente 63.876 postagens, do ano de 2020, foram removidas do *Twitter*. Além disso, todas as plataformas das redes sociais, como *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*, disponibilizam a ferramenta de denúncia por *fake news*, para que os usuários possam contribuir com as agências de checagens, para detectar, verificar e remover as *fake news* de circulação.

Em 2020, o senador Alessandro Vieira (CIDADANIA-SE) criou o Projeto de Lei 2630/20, conhecido popularmente como “PL das *Fake News*”, que institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. De acordo com o que é apresentado no site oficial do Senado Federal, a lei:

Estabelece normas relativas à transparência de redes sociais e de serviços de mensagens privadas, sobretudo no tocante à responsabilidade dos provedores pelo combate à desinformação e pelo aumento da transparência na internet, à transparência em relação a conteúdos patrocinados e à atuação do poder público, bem como estabelece sanções para o descumprimento da lei (Brasil, 2020).

Desde então, o projeto foi amplamente discutido e enfrentou a resistência de setores que se dizem preocupados com a liberdade de expressão e privacidade dos usuários, indicando até que seria uma forma de censura. Contudo, o PL foi aprovado no Brasil e conta com o apoio das redes sociais, as quais podem ser responsabilizadas para combater a disseminação de desinformação.

À vista disso, ao serem identificadas como *fake news*, as publicações são rapidamente removidas das redes sociais, o que dificultou o acesso ao material em seu meio original. Ainda assim, conseguimos realizar recortes que se aproximam do discurso inicial para sustentar nossas análises.

Além disso, em um contexto geral, enfrentamos um momento em que alguns representantes de *big techs* (empresas de grande tecnologia), como Musk e Zuckerberg, proprietários do X e da *Meta*, se recusam a seguir essa conduta, alegando ser uma ameaça à liberdade de expressão. Ao anunciar a compra da plataforma X (antigo *Twitter*), Musk declarou: “A liberdade de expressão é a base de uma democracia funcional, e o X será uma plataforma para permitir isso” (Musk, 2022).<sup>4</sup>Já

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/mundo/despota-das-redes/>. Acesso em 2023.

Zuckerberg afirmou, em uma audiência no Congresso dos EUA: “Não acho que o Facebook ou plataformas da Meta devam ser os árbitros da verdade de tudo que as pessoas dizem online” (Zuckerberg, 2020). <sup>5</sup>De acordo com a ICL Notícias (2025), no entanto, a realidade é outra:

A moderação dos conteúdos, por mais democrática que seja, vai de encontro ao modelo de negócios extremamente lucrativo das plataformas, que consiste em gerar o máximo de engajamento possível entre o máximo de pessoas possível, para melhor perfilar consumidores e otimizar a publicidade programática que os sustenta (ICL Notícias, 2025).

Outro fato que chama atenção é a associação de Musk ao governo Trump, assumindo um cargo no Departamento de Eficiência Governamental (DOGE, na sigla em inglês) (CNN Brasil, 2024).

Isso posto, destacamos que estamos vivendo em uma sociedade marcada pela crescente expectativa sobre como será a situação da checagem de *fake news* e as discussões em torno da pós-verdade, especialmente considerando que as *big techs* têm diminuído ou abandonado práticas de verificação de informações. Esse cenário se intensifica no contexto da eleição de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos, um evento que evidenciou a recorrência da circulação das *fake news* e o enfraquecimento dos mecanismos de checagem de fatos por parte das grandes empresas de tecnologia, o que levanta questões cruciais sobre o futuro da informação no espaço público e o impacto das redes sociais na formação de opiniões e decisões políticas.

Dessa forma, para constituir um *corpus* para essa pesquisa, selecionamos recortes de quatro checagens, sendo duas da Lupa e duas da Aos Fatos, e dois fragmentos em cada, isto é, oito recortes, com as temáticas centrais: direitos humanos, educação, saúde e segurança, para que seja possível analisar as diferentes formas de manifestação do medo nas *fake news* que alcançaram grande propagação. Dessa maneira, observamos as duas plataformas por um período de quatro meses, de junho a outubro do ano de 2023, para criar um paralelo entre ambas esferas.

A partir da constituição do *corpus*, analisamos os diferentes tipos de medo que emergem interdiscursivamente nas *fake news* e como esses discursos se apresentam no meio social como verídicos, buscando a confiabilidade dos sujeitos. Para isso, consideramos as condições de produção desses enunciados — isto é, o contexto sócio-histórico, os sujeitos envolvidos e os lugares de onde se fala —, o que nos permite compreender os efeitos de sentidos desses discursos. Esses tópicos, portanto, foram organizados em categorias de análise que orientam o próximo tópico deste trabalho.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://about.fb.com/br/news/2025/01/mais-expressao-e-menos-erros/>. Acesso em 2023.

## 4.2 As Condições de Produção das redes: a inteligência artificial a serviço das *fake news*

Conforme o exposto nos capítulos anteriores, atualmente, as *fake news* têm como dispositivo de circulação as redes sociais, as quais possibilitam uma propagação rápida, atualizada e em grande massa. Por esse motivo, não podemos ignorar o mal-estar causado em uma sociedade que não apenas recebe as informações, mas precisa desconfiar de discursos que até então eram confiáveis e investigar, não só os sujeitos coenunciadores desses discursos como também os enunciadores, ou seja, as esferas jornalísticas, que além de firmar parcerias com agências de *fact-checking*, buscam em seus próprios dados a veracidade antes de compartilhar os acontecimentos, o que está tumultuando a cultura democrática e desacreditando o jornalismo.

Uma das características para o senso comum sobre a mídia é a velocidade para informar, por consequência disso, as máquinas e o algoritmo são tão velozes que podemos dizer que os sujeitos vivem um colapso entre informações verídicas e fraudulentas.

Concordamos com Lacerda e Di Raimo (2019) ao apontarem a relação das redes sociais com os ditos *clickbait*s, ao compreendermos a preocupação em chamar a atenção dos sujeitos que usam as redes sociais para, sobretudo, o entretenimento. A partir deste pressuposto, os discursos das *fakes news* que circulam nas redes são, em grande maioria, apelativos e polêmicos, levando a característica de propaganda com o objetivo de vender uma ideia.

Se, por um lado, a publicidade e a mídia sensacionalista já conhecem o *clickbait* há muito, de outro, dentro das redes sociais, os *clickbait*s têm uma função mais específica, condicionada à própria estrutura do aparato digital, como forma de “iscar” o olhar desatento que fica a vagar pela página interminável do feed de uma rede social (Lacerda, Di Raimo, 2019, p. 183).

Como Nunes (2012) ressalta, a informação se tornou um produto na sociedade capitalista. Do mesmo modo, as *fake news* também podem ser vistas como um objeto de consumo, até mesmo de fins lucrativos, visto que elas influenciam sistemas eleitorais, políticos, religiosos, jurídicos e coloca o sujeito em confronto até mesmo com a ciência.

Engana-se quem acredita ser fácil se livrar das amarras das *fake news* e pensa que, em decorrência da ampla discussão do tema, seja um discurso facilmente detectável. Não estamos falando de notícias falsas, mas sim enunciados de construções fraudulentas que em sua composição há a presença de vários recursos, como por exemplo, o uso de Inteligência Artificial (IA).

De acordo com Lévy (2022), as IAs são tema de atenção há décadas, tendo bastante progresso no século XXI com os avanços tecnológicos no desenvolvimento de inteligências artificiais, entretanto, enfrentando barreiras em meados de 2010. Segundo o autor, devido ao “tamanho dos conjuntos de dados e o poder computacional usado para treinar modelos” (Lévy, 2022, p. 14), os desenvolvedores tiveram dificuldades em treinar as máquinas. Além do mais, as IAs se apresentam a partir de informações pré-dispostas, o que justifica suas respostas limitadas sobre assuntos atuais.

O conceito de inteligência artificial diz respeito à possibilidade de as máquinas realizarem operações de decisões com raciocínio semelhante ao dos humanos. Ela possibilita que máquinas aprendam, deliberem, decidam e percebam de forma inteligente de acordo com as situações apresentadas. Assim, essa tecnologia aprimora os sistemas através de análises preditivas, permitindo que encontrem padrões que não eram esperados anteriormente, aprendam com eles e consigam recombina os algoritmos para as novas situações. Cada situação específica, portanto, pode dar resultados diferentes de acordo com os inputs enviados para o sistema (Carvalho, 2018, p.30).

Em suma, podemos relacionar a IA aos algoritmos, que em uma sequência de instruções são capazes de orientar o funcionamento de um *software* e permitir a utilização correta de um *hardware*. No entanto, não pretendemos neste momento investigar o funcionamento das IA nem criticá-las, pelo contrário, queremos refletir sobre sua utilização em um mundo moderno e os riscos do uso inadequado.

As IA não são utilizadas apenas pelos produtores de *fake news*, podemos percebê-las em vários campos do meio digital, por exemplo: como forma de otimizar o tempo do atendimento em bancos digitais e lojas virtuais; como meios de pesquisas acadêmicas; como forma de segurança e vigilância; até mesmo para combater a desinformação, como é o caso das agências de *fact-checking* que utilizam robôs para detectar e atender as demandas dos leitores. Mas não podemos desconsiderar a falta de ética e o interesse em manipular os posicionamentos dos sujeitos através de montagens e adulterações de materiais feitos por IA.

Uma das ferramentas de IA mais conhecidas é o *ChatGPT*, desenvolvido pela *Open AI*, que fornece respostas aos usuários a partir de um banco de dados de grande armazenamento. Outro programa famoso é o *Midjourney*, que é utilizado para fazer criações que vão desde obras artísticas até *deepfakes*, que são “técnica de inteligência artificial que utiliza imagens ou sons para criar imagens e sons sintéticos” (Sartori, 2022 apud Pessôa; Bomfim, 2023, p. 28).

Contudo, essa não é a única forma de manipulação visual. A modificação/adulteração do conteúdo das imagens por meio de ferramentas de edição, como *Photoshop*, é muito utilizada desde a popularização da internet, prática que continua sendo perpetuada de forma antiética na sociedade para contribuir com a desinformação. Ainda assim, o avanço tecnológico da IA é digno de alerta, visto que essas ferramentas são substancialmente mais simples e acessíveis do que os *softwares* de edição outrora utilizados para manipular imagens. Dessa forma, a IA facilita o uso de programas de edição e, o que antes requeria mais tempo e técnica, foi facilitado, assim como os resultados otimizados, pelos novos moldes das ferramentas.

Isso posto, partiremos para a análise mais detalhada das *fake news*, de modo que identifique a manifestação dos diferentes tipos de medo e as estratégias linguístico-discursivas utilizadas na construção de *fake news* sobre os temas: direitos humanos, educação, saúde e segurança, sequencialmente.

#### **4.2.1 Fake News e adulteração de imagens – Os direitos humanos sob ataque**

Em junho de 2023, circulou nas redes sociais uma imagem de uma figura masculina com uma camiseta branca com a frase estampada “*Trans kids are sexy*”, em português, “crianças trans são sexy”, com a imagem de uma criança pintada com as cores azul, rosa e branco, cores da bandeira do orgulho transgênero.

**Recorte 1:** É falso que homem utilizou camisa estampada com a frase “Crianças trans são sexy”



Crianças trans são sexy. É isso que está dizendo aí

- Texto que acompanha post compartilhado no WhatsApp

**FALSO**

Fonte: Lupa, 2023.

Para compreender a problemática do Recorte 1, precisamos resgatar na memória discursiva a condição de produção desse discurso. A comunidade trans enfrenta uma longa trajetória de marginalização, patologização e exclusão social. Até recentemente, a transexualidade era classificada como transtorno mental pela Organização Mundial da Saúde (OMS), constando no CID-10 (Classificação Internacional de Doenças) como “transtorno de identidade de gênero”, alterado em maio de 2019, quando a entidade aprovou oficialmente a nova versão da CID-11. Essa estigmatização das identidades trans contribuiu para reforçar preconceitos sociais, dificultar o acesso a direitos e legitimar políticas excludentes e práticas discriminatórias (BENTO, 2006).

Segundo Facchini (2005), a partir das décadas de 1980 e 1990, houve um fortalecimento dos movimentos LGBTQIAPN+ no Brasil, com maior visibilidade de pessoas trans em espaços públicos e políticos, impulsionado pela organização de coletivos para o enfrentamento à epidemia de HIV e o crescente questionamento das normas de gênero e sexualidade. Eventos como a Parada do Orgulho LGBT e a ascensão de figuras públicas trans contribuíram para a ampliação do debate sobre identidade de gênero e cidadania. Esses avanços alcançaram, posteriormente, conquistas como a possibilidade de retificação de nome e gênero em documentos oficiais sem necessidade de



cirurgia ou laudos médicos, conforme decisão do Supremo Tribunal Federal em 2018 (BRASIL, STF, 2018).

No entanto, essa visibilidade também gerou reações conservadoras e tentativas de silenciamento, Miskolci e Campana (2017) apontam como a “ideologia de gênero”, — expressão criada no campo religioso e político para deslegitimar debates sobre diversidade de gênero nas escolas e espaços públicos, foi mobilizada por grupos ultraconservadores, sobretudo religiosos, para criar um pânico moral associado à proteção da infância, usando a figura da criança como símbolo de pureza ameaçada por pautas de diversidade de gênero, servindo como ferramenta para justificar a censura e a repressão de pautas progressistas, além de alimentar a produção e circulação de *fake news*, como o exemplo do Recorte 1.

Dessa maneira, destacamos que essa *fake news* circula em um cenário em que a comunidade LGBTQIAPN+ enfrenta diariamente a violência no país. Em 2023, de acordo com a Agência Brasil<sup>6</sup>, foram registradas 230 mortes violentas de pessoas LGBTQIAPN+, o que equivale a uma morte a cada 38 horas. Dessas mortes, 184 foram assassinatos, 18 suicídios e 28 por outras causas.

Além disso, ressaltamos que a comunidade LGBTQIAPN+ não só é vítima de violência física como também de discursos de ódio, que visam deslegitimá-los e colocá-los a margem da sociedade. Além disso, a mesma discriminação que origina essa violência e perseguição é usada para desinformar, imputando a integrantes da comunidade condutas criminosas e imorais, que nos leva a questionar “Quais as intenções de produzir esse tipo de conteúdo?” “Pretendem convencer do que?”. Por isso, consideramos de extrema importância analisar os efeitos de sentidos que essa *fake news* pode gerar, impulsionados por uma análise crítica dos riscos à integridade física de membros da comunidade LGBTQIAPN+, ameaçando os direitos humanos.

De acordo com Frias Filho (1984), as manchetes utilizam o contraste como estratégia de despertar sensações. Apesar de ser uma forte característica de jornais sensacionalistas, vale salientar que todo jornal possui um tom de sensacionalismo, inclusive, as *fake news*, que também buscam atingir as emoções dos coenunciadores. A utilização do contraste no Recorte 1 é percebido no modo como os termos “crianças”, “sexy”, “coisa demoníaca” etc. são colocados, cujos significados são de pólos distantes um do outro, compondo a mesma manchete. A construção de expressões por parte

---

<sup>6</sup> Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2024-05/brasil-teve-230-mortes-de-pessoa-lgbti-em-2023>. Acesso em 2023.

do enunciador dessa *fake news*, como “insanidade”, “demoníaca”, “macabra” e “nojenta”, evoca uma ameaça moral e física, acionando no coenunciador um afeto de repulsa e perigo iminente, especialmente no tocante à proteção de crianças.

Desse modo, observamos que os termos utilizados em contraste e a imagem adulterada estimulam a sensação do medo, afinal, tratam-se de crianças. Dessa maneira, vemos que o medo se articula nesse recorte de forma interdiscursiva ao acionar outros discursos já estabilizados socialmente, como o discurso religioso, o discurso de proteção da infância e o discurso securitário, para legitimar a ideia de que há um ataque à inocência das crianças por parte do grupo LGBTQIAPN+.

Isso posto, notamos o medo em relação: à vulnerabilidade; à integração física; à segurança; ao futuro da humanidade, com um sentimento de “o mundo está perdido”; à morte, de não saber o que pode acontecer e ao desconhecido. Em outras palavras, há uma interdiscursividade com o discurso da proteção da infância, no qual o sujeito é mobilizado a agir ou se posicionar contra um inimigo construído discursivamente como perverso. Como dito no capítulo anterior, Freud (2010) e Bauman (2008) concordam que os sujeitos vivem uma tentativa de se precaver, fugir do perigo e do que pode os levar a morte.

Dessa forma, o Recorte 1 mostra uma forma de manutenção do medo colocando uma comunidade exposta não só a discurso de ódio como atos de violência física, gerando assim um outro medo paralelo: do que a intolerância e a homofobia resultam na sociedade.

Além disso, observamos que o enunciado utiliza, como estratégia de garantir ao leitor que é uma informação verídica, informações reais no decorrer do texto, como o a foto de uma pessoa real, em uma parada de Orgulho LGBTQIAPN+. que de fato aconteceu, porém em Palm Springs, Califórnia (EUA), elementos que são comuns de ter em desfiles, como público, fotógrafos, bandeiras etc. e a estampa com uma figura de uma criança com traços existentes. Porém, como podemos ver melhor no Recorte 2, a estampa não existe na foto real:

**Recorte 2:** Foto original associada à Fake News de camisa com a frase “crianças trans são sexy”



Crédito: Taya Gray/The Desert Sun

A legenda da imagem original é a seguinte: “Os Desert Flaggers se apresentam ao longo da Palm Canyon Drive durante a parada do orgulho de Palm Springs no centro de Palm Springs, Califórnia, em 7 de novembro de 2021”.

Fonte: Lupa, 2023.

Além disso, a imagem foi acoplada a um *link* em que dizia que as camisetas com a mesma estampa estariam disponíveis para venda na loja *Shib Tee*, loja que existe, porém as camisas são inexistentes na loja mencionada.

A publicação foi etiquetada pela Lupa como *falsa* e foi detectada na rede social *WhatsApp*, a qual possui um público significativo e diversificado, dificultando um controle de circulação de desinformação. Ao usar a imagem de pessoas sorrindo e a suposta frase na camiseta, o discurso apela para uma comoção imediata, encobrindo a falsidade com o impacto emocional. Isso ativa o medo como operador afetivo.

O questionamento resultante dessa prática dialoga acerca da motivação dessa disseminação de inverdades. Esse enunciado se insere em um cenário contemporâneo marcado por discursos ultraconservadores e pela disputa de sentidos em torno de gênero e sexualidade. Há um pano de fundo ideológico que busca associar a população trans a uma ameaça à infância, o que é recorrente na retórica moralizante de certos grupos políticos e religiosos. Ao usar a imagem de pessoas sorrindo e a suposta frase na camiseta, o discurso apela para uma comoção imediata, encobrendo a falsidade com o impacto emocional. Isso ativa o medo como operador afetivo.

Diante disso, não conseguimos medir as intencionalidades do enunciador dessa *fake news* com precisão, mas compreendemos a dimensão e proporção que esse tipo de uso de manipulação de imagens pode chegar. Portanto, nosso interesse nesse momento é mostrar os riscos e o efeito de sentido que pode causar em uma grande quantidade de sujeitos e o desequilíbrio que a desinformação pode gerar na sociedade, promovendo a violência e até mesmo a morte.

Para dar sequência às nossas análises, partiremos para outro recorte, dessa vez de *fake news* gerada por montagens de vídeos tirados de contexto para convencer de que o sistema de educação do governo Lula é um perigo para a sociedade.

#### **4.2.2 Fake News e a ameaça ao governo e a educação**

Em agosto de 2023 foi detectada *fake news* envolvendo o presidente Lula com um tema tão importante em um país: a educação. O vídeo se tratava de uma montagem de um vídeo antigo em que alunos estavam simulando o uso de entorpecentes com pó de corretivo e pó de remédio para cólica menstrual em colégios particulares do Rio de Janeiro, em 2018 e 2020, junto a esse vídeo estava o vídeo de Anitta em que diz ser a favor da legalização da maconha e um vídeo do então atual presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, agradecendo o apoio de Anitta. Veremos um recorte da publicação abaixo para desenvolver o percurso de discussão:

**Recorte 3:** É falso que Lula tem projeto de crianças consumindo entorpecentes nas escolas



FALSO

*Crianças consumindo cocaína em sala de aula. Esse é o projeto de Lula para as crianças da tua família*



Fonte: Aos Fatos, 2023.

Para compreender o Recorte 3, apontamo-lo em sua condição de produção específica do Brasil recente. Como já retratado nesta pesquisa, as *fake News*, em um contexto sócio-histórico, são uma arma política e existem há muitos anos, quando não havia as redes sociais e as notícias enganosas eram espalhadas pelo ‘boca a boca’ para convencer os eleitores de alguma ideologia e posicionamento.

No Brasil, isso também não é recente, apesar de trazermos uma publicação de 2023, primeiro ano de atuação do presidente Lula após 12 anos longe do cargo, as *fake news* envolvendo seu nome e do partido em que pertence, Partido dos Trabalhadores (PT), ganharam destaque nas plataformas de *fact-checking* desde as eleições anteriores, de 2018, em que o candidato Jair Bolsonaro, da oposição, venceu as eleições.

A figura de Lula passou a ser alvo constante de narrativas que associam suas propostas a ideias de degradação moral, corrupção e ameaça à família tradicional. Entre todos os temas, podemos destacar a recorrência de (des)informações em relação a segurança ou insegurança que o governo Lula traz ao Brasil. O Recorte 3 apresentado é um entre tantos que temos como exemplo. A mensagem que esse recorte traz é de que o Lula propõe projetos para que as crianças usem cocaína nas escolas.

O enunciado “E você, vai permitir que Lula faça isso contra as crianças??” constrói uma oposição dicotômica: de um lado, um governo que representa o bem (implícito), e de outro, uma ameaça (Lula/PT), que supostamente promove comportamentos condenáveis, evocando o coenunciador a tomar uma posição e escolher um lado. Essa estrutura simplifica o real e cria uma falsa equivalência entre a imagem chocante e a proposta política do candidato.

Nesse momento, o Brasil se encontra em um cenário de extrema polarização política e é nesse mesmo cenário que as *fake news* se consolidam, onde os sujeitos buscam reafirmar e comprovar suas concepções, atacando e culpando o grupo político oposto, pelos problemas sociais existentes no país. (Braga, 2018)

É indiscutível que as redes sociais facilitaram o acesso à informação, o que para Motta (2017) é democrático, porém junto a isso vem também o acesso à desinformação, para tanto, criaram, junto aos algoritmos, as ‘bolhas’ – aqueles universos digitais onde só se debate o que for do agrado de quem participa deles. A partir dessa premissa, voltamos a discutir que as *fake news* são remetidas a grupos específicos de sujeitos, a que Motta se referiu as “bolhas”, que são sujeitos que compartilham de ideias e ideologias semelhantes. No caso do Recorte 3 é um discurso especialmente pensado para os grupos da extrema direita que acreditam na capacidade de Lula incentivar as crianças a usarem entorpecentes.

Atualmente, as redes sociais são utilizadas como um espaço de troca discursivas entre os sujeitos em debates políticos. De acordo com os estudos realizados pela Fundação Getúlio Vargas e pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas, perfis automatizados motivaram discussões no Twitter durante situações de repercussão política desde as eleições de 2014 (Ruediger, 2017). O

aumento do uso das redes possibilitou o surgimento de *softwares* que atuam nas redes como seres humanos e participam das discussões.

Mallmann e Rodrigues (2018) apontam outro fator importante que estão aliados as *fake news*, os discursos de ódio, que se trata do “fruto da estigmatização de um grupo ou de um indivíduo, podendo corresponder aos insultos, à perseguição ou mesmo à contenção de direitos”.

Para Freitas e Castro (2013), tais discursos são decorrentes da variável da liberdade de expressão ou pensamentos, que analisamos aqui como o discurso da pós-verdade, a partir disso, o discurso de ódio aponta rejeição, visa desqualificar, inferiorizar o que sai do pensamento para o mundo fático, causando transtornos.

Dessa forma, podemos identificar no Recorte 3 a tentativa de desqualificar o presidente e incentivar a produção de discursos de ódio sobre o mesmo. Para que seja possível se inserir na sociedade, as *fake news* utilizam de estratégias para convencer de uma realidade adulterada. Como postula Bucci (2019):

Nenhuma linguagem subsistiria se se resumisse a um sistema de difusão de enunciados que não encontram, nunca, algum nível de correspondência com fatos e ideias ou, ainda, com alguma forma de interpretação dos fatos e das ideias (Bucci, 2019, p.48).

Além disso, Gelfert (2018) aponta que as *fake news* partem de três condições: constituir uma desinformação que induz o público ao erro, além de criar crenças falsas; ser apresentada como se fosse notícia legítima; e ser criada deliberadamente para o objetivo de desinformar, não sendo então acidental.

À vista disso, podemos analisar o Recorte 3 partindo da premissa de que foi uma construção com a finalidade de desinformar, enganar, convencer os sujeitos de que, em uma votação democrática, escolheram uma figura que representa risco a humanidade, em especial às crianças. Para melhorar a visualização do Recorte 3, buscamos em outros meios os vídeos usados para montagem dessa *fake news* e encontramos no *Youtube*. Primeiro, é apresentado o vídeo dos alunos simulando o uso de drogas:

**Recorte 4:** Alunos de escola particular do Rio de Janeiro simulam o uso de entorpecentes dentro da sala de aula



Estudantes cheiram sal fingindo ser cocaína no Rio de Janeiro



Notícias RedeTV  
1,29 mi de inscritos

Inscrever-se

203

Compartilhar

Fonte: Youtube, 2020.

De acordo com a verificação da Aos Fatos:

- *O registro que mostra dois alunos em uma sala de aula foi feito em fevereiro de 2020 e foi objeto, na época, de uma reportagem da RedeTV!;*
- *A escola, cujo nome não foi revelado, informou à emissora que a substância inalada pelos alunos era sal de cozinha;*
- *Já a filmagem que mostra uma menina em um pátio foi feita em uma outra escola, em março de 2018;*
- *Na época, a diretoria da instituição emitiu uma nota em que diz que o pó branco era o conteúdo de uma cápsula de um remédio para cólica. (Aos Fatos, 2023)*



Logo em seguida a esse vídeo, aparece um corte de um vídeo antigo da cantora Anitta em conversa com o rapper Filipe Ret, que ela falava sobre a legalização das drogas. Para a cantora, sendo ou não ilegal, o tráfico tem força no país e legalizar faria com que traficantes pagassem impostos. No momento cortado, a cantora diz:

*“Eu sou a favor da legalização das drogas! Será que o Lula apoia isso, gente?! Apoia isso aí, Lula! Pô, eu tô te dando maior apoio.” - Anitta, 2022. (Youtube, 2022)*

Por fim, é apresentado o corte de outro vídeo, de Lula, em que o petista comemora o apoio de Anitta à sua candidatura. O apoio, no entanto, ocorreu após o assassinato de um membro do PT no Paraná, não em alusão ao uso de entorpecentes. (Aos Fatos, 2023). A seguir a fala de Lula:

*Se preparem porque essa luta não será fácil, se preparem porque a gente vai ter que lutar muito. Agora que eu tô com a Anitta me apoiando (dançando e comemorando).” - Lula, 2022. (Youtube, 2022)*

Diante de todo exposto, a Aos Fatos colocou o selo de falso na checagem por se tratar de um vídeo montado com recortes de vídeos antigos, com o intuito de enganar os sujeitos usuários das redes sociais. Um ponto importante a ser destacado é que esse vídeo teve grande propagação na plataforma *TikTok*, plataforma que é difícil medir o alcance de seus conteúdos e que tem como público, em sua maioria, crianças e adolescentes, o que altera os efeitos de sentidos, podendo intensificá-los. Isso por si só é preocupante, pois além de poder amedrontar as crianças sobre as escolas, pode também incentivar como se fosse algo comum e aceito pela sociedade. Ainda nessa perspectiva, podemos analisar o medo despertado nos sujeitos através dessa *fake news*.

Uma pessoa que tenha interiorizado uma visão de mundo que inclua a insegurança e a vulnerabilidade recorrerá rotineiramente, mesmo na ausência de ameaça genuína, às reações adequadas a um encontro imediato com o perigo; “o medo derivado” adquire a capacidade de autopropulsão (Bauman, 2008, p.9).

Dessa forma, conseguimos perceber no Recorte 4 a tentativa de incentivar o medo em relação a segurança das crianças que são vulneráveis ao mundo e, diante disso, não poderiam

confiar em instituições que são tidas como seguras na sociedade, o medo do futuro dessas crianças e do país, do que é incerto e não podemos prever.

Segundo Orlandi (2009), o sentido de um enunciado nunca está isolado, mas é resultado de uma rede de discursos anteriores (interdiscurso) que o atravessam. No caso em questão, o enunciado mobiliza sentidos já estabilizados socialmente: o medo das drogas, o medo da degradação da infância, e a desconfiança moral projetada sobre determinados grupos políticos, isto é, o medo relacionado à vulnerabilidade e à insegurança.

A relação interdiscursiva se manifesta pela apropriação de uma rede de discursos pre-existentes, como o discurso conservador sobre a proteção da infância e o medo das drogas, articulados com um discurso político-partidário de ataque. A frase “Esse é o projeto de Lula para as crianças da tua família” mobiliza um imaginário já construído em outros textos e contextos: o da associação entre políticas de esquerda e permissividade moral. Já o medo é convocado não como emoção espontânea, mas como efeito de sentido, sustentado por cadeias discursivas que atravessam a política, a religião, a moral e a mídia.

Entretanto, esse medo é apresentado de forma sutil, ele se manifesta na *fake news* por meio da manchete, que apresenta as crianças de forma vulnerável ao governo e à instituição da educação. Os vídeos mostram explicitamente crianças reais, em situações reais, com figuras públicas reais, com falas que de fato ocorreram, que mesmo que tenha sido uma montagem, em uma interação rápida com esse discurso isso não fica claro, isto é, o discurso se apresenta como verdade, e é justamente nessa premissa que observamos a relação interdiscursiva entre o discurso do medo e a *fake news*.

No próximo tópico, trataremos de outro tema que merece atenção devido aos riscos e as conturbações que podem causar na sociedade: a vacinação contra a Covid-19. Isso porque, mesmo depois de mais de dois anos do início da vacinação, a temática continua sendo alvo da desinformação propagada por negacionistas.

### 4.2.3 Fake News sobre a relação vacina da COVID e AIDS - A saúde em risco

A nossa preocupação com o tema é sobre a propagação de mentiras sobre a Covid-19, especificamente sobre a vacinação, pelos efeitos de sentidos perigosos que podem causar na sociedade, expondo uma grande quantidade de sujeitos à doença e até mesmo à morte. Por isso, enfatizamos a condição de produção do Recorte 5.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) foi notificada de uma possível nova cepa do coronavírus, no fim do ano de 2019. Já no início de 2020, a sociedade teve conhecimento da Covid-19 e foi decretado a pandemia, posteriormente, o *lockdown*. No *lockdown*, o mundo precisou se readaptar, pois grande parte dos sujeitos precisou parar seus afazeres fora de casa para permanecer dentro de casa, já que, até então, era a única forma de conter o vírus. Dessa forma, os meios de trabalho e de estudos ganharam um formato virtual/remoto.

A Covid-19 é uma infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, potencialmente grave, de elevada transmissibilidade e de distribuição global. O SARS-CoV-2 é um betacoronavírus descoberto em amostras de lavado broncoalveolar obtidas de pacientes com pneumonia de causa desconhecida na cidade de Wuhan, província de Hubei, China, em dezembro de 2019. Pertence ao subgênero Sarbecovírus da família Coronaviridae e é o sétimo coronavírus conhecido a infectar seres humanos (Ministério da Saúde. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/covid-19>).

A doença desencadeou muitas conturbações no país, em relação à economia, à educação, à logística do país e, principalmente, à saúde, chegando ao nível máximo de alerta e à calamidade pública. De acordo com o painel nacional sobre o coronavírus, do site do governo federal (Coronavírus Brasil), até dezembro de 2023 foram 708.491 óbitos confirmados.

Após um ano de pandemia, em janeiro de 2021, a vacina chegou ao país e começou a ser aplicada. Desde então, surgiram incontáveis *fake news* de grupos antivacinas, contestando a sua eficácia, logo, contestando a ciência. Essa é uma grande preocupação para um país, pois a vacinação é cientificamente comprovada, a única forma de conter a pandemia da COVID-19 e salvar os sujeitos da morte. Além disso, esse tipo de ideologia sobre as vacinas afeta, também, as campanhas de vacinação de outras doenças, como é o caso, por exemplo, da poliomielite, cuja

campanha de vacinação alcançou apenas 35% das crianças entre 1 a 5 anos de idade, de acordo com a publicação da Agência Brasil (10/09/2022).<sup>7</sup>

Voltando à discussão do nosso foco, consideramos importante discutir as *fake news* sobre a vacinação contra Covid-19, pelo motivo exposto até aqui. Nas nossas análises, apresentaremos uma *fake news* que utiliza dos meios científicos para se legitimar, com a ideia de estar divulgando a ciência, amparadas no discurso jornalístico, para convencer os sujeitos da verdade, entretanto, cada um destes discursos vai perdendo sua fronteira para o outro.

Sendo assim, fizemos o primeiro recorte desta parte da análise, Recorte 4, de uma checagem, publicada no dia 3 de outubro de 2023, pela Aos Fatos, sobre o possível efeito negativo resultante das vacinas utilizadas para combater a Covid-19, reportagem essa que a Aos Fatos etiquetou como *falso* e apresentou uma investigação da notícia, detectando que os documentos citados pela mesma não fazem qualquer menção à Aids como consequência da imunização contra a Covid-19. Recorte 5:

---

<sup>7</sup>Disponível em:

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/fr/node/1391634#:~:text=A%20menos%20de%20uma%20semana,p%C3%BAblico%20dalvo%20recebeu%20a%20vacina>. Acesso em 2022.

**Recorte 5:** É *fake news* que governo canadense admite que vacinados contra Covid-19 contraíram Aids



Governo canadense admite que 74% dos triplamente vacinados agora têm AIDS



Fonte: Aos Fatos, 2023.

Nesse momento da pesquisa nos deparamos com um problema, devido à preocupação das *fake news* continuarem circulando, as agências de *fact-checking* deixam as imagens distorcidas, o que dificulta a leitura. Por esse motivo, buscamos a mesma matéria em outra agência de *fact-checking* para melhorar nossa visualização e encontramos a seguinte imagem na UolConfere:

**Recorte 6:** É *fake news* que governo canadense admite que vacinados contra Covid-19 contraíram Aids: checagem realizada pela agência UolConfere



Fonte: Uol, 2023.

Em um primeiro momento, ao nos confrontarmos com esse discurso e verificarmos o site que publicou esta notícia, nomeado como Jornal Tribuna Nacional, nos deparamos com um discurso falso que se apoia no discurso jornalístico com um traço comum de transmitir uma “informação” para se instaurar na sociedade como uma verdade.

Para isso, o discurso Recorte 6 segue a estrutura do discurso jornalístico na mídia digital, que tem como objetivo transmitir informação aos sujeitos da sociedade. Ao se apresentar como tanto, essa instância de produção se apresenta, portanto, como verdade. Essa publicação é encontrada na seção saúde do jornal, ou seja, pressupõe-se que esse se preocupa e prolifera informações a fim de contribuir com a saúde dos leitores. O Jornal Tribuna Nacional já teve seu design utilizado em outras produções de *fake news* também sobre a Covid-19, acreditamos que seja pela busca de legitimar o discurso assemelhando-o a discursos já legitimados.

Em outras palavras, podemos observar que, para se constituir e se instaurar nos discursos cotidianos como verdade, a instância de produção apresenta, como estratégia linguístico discursiva, as características do discurso jornalístico: o *layout*, o nome do jornal, as seções e toda sua configuração, ou seja, imita as convenções da mídia tradicional. Podemos considerar, também, uma manchete apelativa que busca despertar emoções nos sujeitos, para consequentemente despertar o interesse em ler e propagar esta desinformação, sendo este o sentimento de medo.

Com esse propósito, o enunciador utiliza: números chamativos como “74%”, que é uma porcentagem considerada alta; o exagero através de palavras como “triplamente”; o termo “Aids”, que é uma doença autoimune e assunto polemizado no Brasil há mais de 40 anos, por ser uma doença sexualmente transmissível e ter levado muitos sujeitos à óbito; e, o verbo “admite”, que amplifica a ideia de confissão oficial do governo e responsabilização pela vacinação.

*“Esse cálculo não faz o menor sentido. Eles distorceram o cálculo de efetividade da vacina para poder criar essa suposta medida de performance do sistema imune. Em toda a minha formação em imunologia, eu nunca ouvi falar desse tipo de cálculo” - afirmou Letícia Sarturi, mestre em imunologia pela USP, ao Aos Fatos. (Aos Fatos, 2023)*

Além do mais, como grande parte da população está vacinada, conseqüentemente, a maioria dos novos casos de Aids vai ocorrer mais em quem é vacinado, pois a minoria da população não é vacinada.

Segundo a Aos Fatos:

Os relatórios semanais da Agência de Saúde Pública do Canadá mostram somente o número total de casos, hospitalizações e mortes causadas pela Covid-19, quantidade de testes realizados e lista as variantes que circulam no país do vírus Sars-Cov-2, que causa a doença. O detalhamento sobre casos da doença após a vacinação parou de ser atualizado em setembro de 2022, e um resumo dos dados era publicado nos relatórios semanais até maio (Aos Fatos, 2023).

De acordo com a investigação da Aos fatos, a agência de saúde canadense explica que isso se deve ao fato de que a maioria dos cidadãos do país contraiu a Covid-19 ao menos uma vez, o que tornava difícil separar os impactos da imunidade da doença, da imunidade da vacina e da imunidade de ambas.

Isso posto, verificamos, a partir de uma análise interdiscursiva apoiada nos estudos de Mainguenu (2007), que outros discursos atravessam este de forma implícita, como é o caso do discurso negacionista, discurso antivacina, O discurso estigmatizante sobre a AIDS, além do discurso do medo.

O discurso do medo é uma estratégia discursiva de convencer e manipular os sujeitos. Segundo Bauman (2008) o medo primário dos sujeitos é o medo da morte e, através do discurso

falso apresentado, podemos analisar como esse medo se instaura a fim de modificar pensamentos e ações dos sujeitos. “A memória da morte é parte integrante de qualquer função da vida. A ela se atribui grande autoridade, talvez a maior, quando quer que se precise fazer uma escolha numa existência cheia de escolhas” (Bauman, 2008, p.59).

Dessa maneira, percebemos a manifestação do medo no discurso da seguinte forma: pela manchete da “notícia”, ao apresentar a vacina, que foi apresentada e comprovada como única forma de combater a doença que tem matado milhares de pessoas por todo o mundo, como uma ameaça à vida, à humanidade, logo, uma possibilidade de extinção da humanidade; ao afirmar que a vacina, causa outras doenças que levam à morte, ou seja, o sujeito não conseguirá escapar da morte; e ao apresentar uma “confissão” do governo de um possível erro no que se refere promover vacinação em massa para as nações.

Em outras palavras, a reportagem alimenta o medo do sujeito que, mesmo em caso de dúvida, não vai querer se arriscar, pois os sujeitos, como fomenta Bauman (2008), vivem em uma tentativa de escapar, evitar o inevitável, que é a morte. Aos que já se vacinaram (a maioria) alarma o medo de que tudo está perdido.

De acordo com a Aos Fatos, essa publicação acumulava mais de 4 mil compartilhamentos no X (ex-Twitter), além de centenas de curtidas e compartilhamentos no *Instagram*, o que nos faz retornar ao questionamento do que motiva as *fake news* sobre a vacinação, que foi uma solução para o mundo que estava em estado de calamidade, ainda ganharem tanta repercussão entre os discursos sociais. Estamos cientes de que não chegaremos a uma resposta plausível, mas com esse trabalho, conseguimos contemplar reflexões de como as ideologias negacionistas e o poder da política antiética movimentam em abundância a sociedade e o perigo dos efeitos de sentidos desses discursos por emergir como efeito de sentido sujeitos amedrontados e imediatistas por soluções para os problemas do mundo.

Dessa forma, partimos para a última análise de *fake news* desse trabalho que, embora seja um tema divergente dos anteriores, este associado ao terrorismo, veremos no decorrer da análise uma relação estreita com as demais discussões realizadas até aqui.



#### 4.2.4 *Fake News* e terrorismo - A segurança internacional em tela

O conflito entre Israel e Hamas, iniciado em outubro de 2023, ganhou repercussão pelo mundo e por vários dias se tornou tema de reportagens e notícias de grandes jornais, no entanto, também foi cobiçado pela desinformação.

De acordo com a retrospectiva da Lupa do ano de 2023, esse foi um dos conteúdos mais comentados em *fake news*, o que chamou nossa atenção visto que se iniciou em outubro, já no final do ano, e ganhou tanto destaque devido a quantidade de conteúdos enganosos a respeito do assunto.

Mas antes de adentrarmos na *fake news* a ser analisada, faz-se necessário resgatar a discussão da condição de produção do Recorte 7, para entender o cenário em que a publicação está inserida. Aliás, o medo não é alimentado nos sujeitos em uma ou outra publicação, ele é sustentado em sequências discursivas e situações de enunciações cotidianas, sejam elas falsas ou verdadeiras.

Desde 2007, o Hamas, grupo militante islâmico palestino que governa a Faixa de Gaza, vive uma guerra com Israel motivados por uma disputa territorial, política e religiosa. Esse grupo, também chamado de “Irmandade Muçulmana” profere ataques terroristas pela região, o que assusta o mundo pela crueldade e frieza nas execuções de sujeitos inocentes.

Talvez seja difícil entender a complexidade da situação pelos noticiários, pois nos remetem a uma cenografia de filme de terror, do nível máximo da maldade humana, mas de fato o nome terrorismo é proposital.

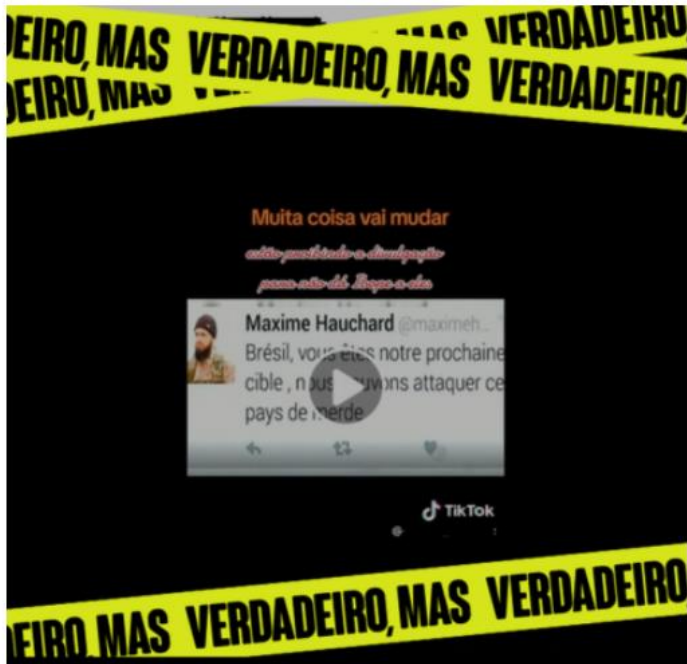
Diante disso, circulou em outubro de 2023 uma publicação de Maxime Hauchard dizendo:

*“Brésil, vous êtes notre prochaine cible, nous pouvons attaquer ce pays de merde.”*

*“Brasil, vocês são nosso próximo alvo. Podemos atacar esse País de merda”*, traduzido para o português.

É possível conferir pela publicação da Lupa:

### Recorte 7: É fake news que terrorista islâmico ameaça o Brasil em 2023



Terrorista francês do Estado Islâmico ameaça o Brasil

- Texto em post que circula nas redes sociais

VERDADEIRO, MAS...

Fonte: Lupa, 2023.

Como podemos observar no Recorte 7, a publicação recebeu a etiqueta *verdadeiro, mas* pela Lupa, o que no primeiro instante pode assustar os leitores, a propósito é uma mensagem de ameaça que voltou a circular nas redes sociais. Contudo, essa etiqueta foi utilizada porque a publicação é verdadeira, mas é antiga, foi realizada no ano de 2015 em outro momento em os Hamas faziam ataques terroristas, assustando o mundo. Abaixo, a publicação da época em que esse tuíte circulou no Twitter:

**Recorte 8:** Tuíte publicado em novembro de 2015 é usado em fake News

Fonte: Diário Gaúcho, 2016.

Os elementos semióticos dessa publicação leva o coenunciador a uma cena de terror, um homem com roupa de guerra, semblante fechado, barbas compridas e corpo todo coberto proferindo ofensas à uma nação sem medo, sem pudor, sem se esconder, com a tranquilidade de que o mundo tem medo do grupo ao qual pertence.

Nesse momento, vale destacar que o contexto de circulação desse discurso é de um ano após eleições presidenciais do Brasil, em 2015, ano em que muitos discursos enganosos foram propagados fazendo relação com a atual gestão do Brasil com os grupos islâmicos. Dessa forma, relacionamos esse discurso a uma intencionalidade de causar terror e medo nos sujeitos por meio da insegurança e vulnerabilidade, ao apontar laços de governadores, ministros e do presidente ao grupo terrorista.

Diante do Recorte 8 apresentado, notamos a relação interdiscursiva do medo, buscando despertar no sujeito receptor o medo da morte. Sobre o interdiscurso, Maingueneau (2007, p. 35) explica que “o discurso reencontra o discurso do outro em todos os caminhos que levam a seu objeto, e um não pode não entrar em relação viva e intensa com o outro”.

Contudo, para se legitimar, a instância de produção deste discurso utilizou de artefatos verídicos que condizem com a realidade: a publicação é real, ela aconteceu, ela circulou no Twitter, foi muito comentada nas redes sociais e jornais televisivos, foi investigada e ainda permanece nas redes por não ser falsa. Tudo isso, legitima este discurso como verdade, pois ele se apoia em um discurso real. Mariani (1996) aponta esse procedimento como estratégia que insere as *fake news* na sociedade.

O que percebemos em termos de condições de produção das notícias falsas, é que elas são significadas pela maneira com que circulam, isto é, pela técnica digital, sustentada pela evidência de um sujeito livre das coerções do mundo (da realidade?) para (se) dizer da maneira como “quiser”. Faz parte dessas mesmas condições o primado da emoção sobre a razão, o que dá margens à formulação do debatível termo “pós-verdade”, que salienta os efeitos das emoções e crenças sobre a produção do conhecimento (Lacerda, Di Raimo, 2016, p. 183).

Ao se instaurar por uma instância de comunicação, emerge nos sujeitos a dúvida do que é real ou não e isso por si só promove o medo, a incerteza. Além do mais, os sujeitos se sentem ameaçados em um mundo que apresenta ameaça de todos os lados, por todas as instâncias e de todas as formas e que não tem como fugir da violência e das consequências dela (que não se pode prever).

Esta indagação desperta: o medo em relação à integridade física, pois os ataques são cruéis; medo da morte no sujeito, que analisando o contexto chega à conclusão de que não há “para onde correr”, pois ele não conseguirá escapar da morte; e o medo causado pela vulnerabilidade, pois nem o poder público consegue garantir a segurança dos sujeitos. Como Freud (2010) explica, os sujeitos estão sempre em uma tentativa de fugir do sofrimento, fugir da morte, isso para eles já basta. Podemos perceber que essa sensibilidade é despertada desde a manchete “Muita coisa vai mudar”.

É manchete aquilo que na sensibilidade jornalística temperada pela experiência institui essa curiosidade num movimento de excitação-saciedade-excitação. É no território capilar do rumor, da fofoca, do bisbilhotar entre vizinhos, que a imprensa arregimenta as energias capazes de mover máquinas, cifrões e massas (Frias Filho, 1984, p.3-4).

Dessa forma, percebemos a relação interdiscursiva desse discurso com o discurso securitário, tendo um forte diálogo com os discursos de segurança global, discurso nacionalista e

conservador, pois reforça a ideia de que o país precisa de líderes fortes para protegê-lo, frequentemente mobilizando discursos de ódio ou exclusão e o discurso do medo. É por meio da emoção que o medo se manifesta de forma sutil, produz pânico no coenunciador do discurso, que é preso em uma rede de sentidos alarmantes. A sensação despertada destes discursos é de que os sujeitos não podem confiar em ninguém, nem na ciência, nem nas políticas públicas, nem na religião, mas sim nos discursos que se apresentam como informação, seja qual for o dispositivo de propagação. Ou seja, a instituição da informação sobressai o discurso científico, religioso, e todos os que são reais.

Concordamos com Castro (2018) ao dizer que se utilizam do medo como arma de dominação e de controle da sociedade. “Trata-se do enraizamento de uma desconfiança e de um conflito com o ‘outro’, em que é atribuído a esse ‘outro’ a culpa pelo que aconteceu ou que pode acontecer. Isso gera, portanto, uma necessidade de proteção” (Castro, 2018, p.60).

Diante de todo o exposto, propomos uma síntese da análise deste trabalho pelo Quadro 1, para que seja possível analisar a relação e linearidade entre as *fake news* aqui apresentadas.

**Quadro 1:** Mapeamento das *fake news* analisadas

<b><i>Fake News</i> 2023</b>	<b>Tema</b>	<b>Agência de checagem</b>	<b>Etiqueta</b>	<b>Meio de propagação</b>	<b>Tipo de medo</b>
<b>Homem vestindo camisa com a frase “crianças trans são sexy”</b>	Direitos Humanos	Lupa	Falso	WhatsApp	Medo em relação a integridade física
<b>Lula tem projeto de crianças consumindo entorpecentes nas escolas</b>	Educação	Aos Fatos	Falso	TikTok	Medo da vulnerabilidade
<b>Governo canadense admite que vacinados contra Covid-19 contraíram Aids</b>	Saúde	Aos Fatos	Falso	Facebook	Medo da morte
<b>Terrorista islâmico ameaça o Brasil em 2023</b>	Segurança	Lupa	Verdadeiro, mas	Twitter	Medo da insegurança

Fonte: elaboração própria.

O Quadro 1 apresenta uma síntese da análise realizada neste trabalho organizada em tópicos: *fake news* que foi analisada, tema primário abordado, agência de fact-checking que averiguou, rede social que circulou e o tipo de medo apresentado na *fake news*. O intuito desse quadro não é limitar nossa análise, mas possibilitar uma visualização ampla para que seja possível observarmos a linha tênue entre esses discursos.

Apesar dos temas serem diferentes, é possível perceber que eles se relacionam entre si e, tendo em sua constituição um discurso atravessado pelo medo, constroem uma certa linearidade. Dessa forma, todos esses discursos voltam, alguns de forma sutil outros não, ao medo primário: o medo da morte.

O que mais amedronta é a ubiquidade dos medos; eles podem vazar de qualquer canto ou fresta de nossos lares e de nosso planeta, das ruas escuras ou das telas luminosas dos televisores. De nossos quartos e de nossas cozinhas. De nossos locais de trabalho e do metrô que tomamos para ir e voltar. De pessoas que encontramos e de pessoas que não conseguimos perceber. De algo que ingerimos e de algo com o qual nossos corpos entraram em contato. Do que chamamos “natureza” [...] (Bauman, 2008, p.11).

O medo faz os sujeitos agirem de maneira que repulsa, tentam escapar das amarras desses discursos, o que os levam a consumir cada vez mais desses mesmos discursos, tornando um ciclo vicioso. Consciente disso, a indústria da (des)informação aproveita dessa vulnerabilidade em comum dos sujeitos para vender suas ideias.

O medo nos estimula a assumir uma ação defensiva, e isso confere proximidade, tangibilidade e credibilidade às ameaças, genuínas ou supostas, de que ele presumivelmente emana. É nossa reação à ansiedade que reclassifica a premonição sombria como realidade cotidiana, dando ao espectro um corpo de carne e osso. O medo se enraíza em nossos motivos e propósitos, se estabelece em nossas ações e satura nossas rotinas diárias (Bauman, 2008, p.173).

Por fim, não podemos deixar de concordar com Eugênio Bucci (p.47) ao indicar que “a cultura da paz, a tolerância, a justiça social e a democracia são valores que dependem direta e indiretamente da qualidade ética, mais do que técnica, da comunicação social”.

De modo geral, chegamos ao fim deste trabalho com a ideia de que o medo, em uma relação interdiscursiva com as *fake news*, das quais se inserem nos discursos cotidianos como verdades factuais, se transformou em uma arma política, usado na tentativa de dominação do poder, que busca uma compra ideológica dos sujeitos da sociedade.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho permitiu delinear e discutir a relação interdiscursiva do discurso das *fake news* com o discurso do medo como estratégia de convencimento e manipulação. Para tanto, traçamos um percurso teórico-metodológico que permitiu observar como as *fake news* se instauram na sociedade, apoiadas em discursos socialmente legitimados, e de que maneira o medo perpassa essas construções, afetando diretamente as práticas sociais dos sujeitos, que passam a se sentir vulneráveis, amedrontados e, muitas vezes, induzidos a um consumo baseado em inseguranças.

A análise dos discursos das *fake news* mais acessados nas agências de checagens revelou, conforme Gráfico 1, Lupa (2023), e Gráfico 2, Aos Fatos (2023), a recorrência dos temas: direitos humanos, educação, saúde e segurança, especialmente por um viés de posicionamento político. Com isso, encontramos uma problemática, afinal, esses discursos despertam dúvida nos sujeitos se devem ou não se sentir seguros, o que modifica seus posicionamentos, os levam a consumir ainda mais desse tipo de (des)informação e alimenta um ciclo vicioso. Isto é, trata-se de um mecanismo discursivo que não apenas desinforma, mas também fomenta um estado de terror social, sustentado na ideia de que ninguém está protegido do sofrimento ou da malícia do mundo contemporâneo.

Junto a isso, pela compreensão do discurso digital em função dos movimentos de circulação online, as *fake news* aparecem para atestar uma luta por formulações, por sentidos em contradição, a partir de um jogo de emoções e crenças.

Isso posto, ao compreender o discurso digital, pelo qual as *fake news* se inserem na sociedade, consideramos os riscos pelo grande alcance de propagação. Dessa maneira, constatamos que as *fake news* e o discurso da mídia comungam da estratégia de despertar emoções nos sujeitos através do discurso da pós-verdade, em que as crenças pessoais e as ideologias sobressaem a verdade factual.

Nesse sentido, destacamos o caráter avassalador da propagação desses discursos, sobretudo porque não é possível delimitar com precisão o público-alvo de tais mensagens, o que reforça a necessidade de promover uma leitura crítica e cuidadosa das narrativas que circulam nas redes sociais, frequentemente normalizadas e absorvidas sem questionamento, inclusive por públicos mais vulneráveis, como crianças e adolescentes.



Nesse grupo, o impacto é ainda mais preocupante, pois trata-se de sujeitos em processo de formação crítica, cognitiva e emocional, que, possivelmente, ainda não possuem instrumentos suficientes para avaliar a veracidade das informações que recebem. Além disso, é importante ressaltar que justamente as plataformas mais consumidas por esse público, como *TikTok* e *YouTube*, estão entre as que mais propagam *fake news*, em razão de seus algoritmos que priorizam conteúdos de forte apelo emocional e de rápida circulação, além da baixa barreira para produção de conteúdo e menor presença de checagem. Ao serem expostos de forma contínua a narrativas que mobilizam o medo, esses sujeitos podem internalizar percepções distorcidas da realidade, desenvolver sentimento de insegurança, ansiedade e até desconfiança generalizada em relação às instituições sociais.

Ao focalizarmos o discurso do medo, identificamos diferentes manifestações na constituição das *fake news*: o medo relacionado à integridade física, no Recorte 1, à vulnerabilidade, no Recorte 3; o medo do desconhecido, do que não se pode prever e precaver; que é o medo primário dos sujeitos, a morte, no Recorte 5; e o medo relacionado a insegurança, no Recorte 7.

Dessa forma, diante das condições de produção das *fake news*, podemos constatar que esse discurso permite que as inverdades sejam instauradas na sociedade ao se apoiar em discursos institucionalmente aceitos, como o jornalístico, o científico, o religioso, etc. Com isso, as *fake news* conseguem se legitimar e alcançar seus objetivos de atingir os sujeitos como uma verdade absoluta, mesmo que para isso elas se constituem do discurso do medo para emergir certas emoções e sensações, ocasionando os efeitos de sentidos que aprisionam os sujeitos nesse ciclo vicioso e os tornam amedrontados.

Reconhecemos, contudo, os esforços institucionais em curso. O poder público brasileiro, em parceria com instâncias da justiça e com plataformas digitais como *Instagram*, *Facebook*, plataforma *X* e *WhatsApp*, tem intensificado medidas de combate à desinformação, promovendo a remoção de conteúdos falsos e incentivando o uso de ferramentas de denúncia e verificação.

Por esse motivo, logo que detectadas, as *fake news* são removidas de circulação. Além disso, os usuários das redes sociais podem contribuir com esse trabalho, denunciando e enviando para os robôs das plataformas de *fact-checking* para solicitar averiguação do discurso suspeito de *fake news*. Cabe destacar, entretanto, que essa exclusão imediata dos conteúdos também representou um desafio para nossa análise, uma vez que em diversos casos não tivemos acesso ao discurso original.

Para contornar essa limitação, foi necessário recorrer a recortes preservados pelas agências de checagem, que se tornaram fontes fundamentais para a constituição de nosso corpus. Isso evidencia que, mesmo quando o conteúdo original é removido, é possível identificar padrões de circulação, articulação com discursos legitimados e impactos sobre os sujeitos que consomem essas informações.

Além do mais, os esforços de regulação e combate à desinformação, embora positivos, não eliminam a complexidade do problema, especialmente diante do contexto global. Isso é, cenário mundial ainda revela fragilidades, uma vez que a democracia tem sido ameaçada por interesses pessoais e econômicos de representantes de *big techs*, muitas vezes em articulação com governos de diferentes países. Essas alianças, movidas por disputas políticas e mercadológicas, contribuem para ampliar a circulação de discursos fraudulentos e dificultam a criação de políticas efetivas de enfrentamento às fake news.

Dessa forma, compreendemos que o combate às *fake news* está longe de alcançar uma solução definitiva. Entretanto, este trabalho se soma aos esforços já empreendidos, oferecendo reflexões que podem contribuir para a formação de uma sociedade mais crítica, consciente e menos suscetível à manipulação da informação. Mais do que encerrar uma discussão, esta pesquisa abre caminhos para novos questionamentos e análises, incentivando investigações futuras sobre outras dimensões discursivas, emoções mobilizadas e estratégias de legitimação que atravessam o fenômeno da desinformação no mundo contemporâneo.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Gisele; SILVEIRA, Rosane Rocha da. **Discurso, verdade e pós-verdade: notas sobre escritorialidade e legitimação na cultura digital**. In: GALLO, Sílvio (org.). **Verdade e pós-verdade: questões contemporâneas**. Campinas: Mercado de Letras, 2017. p. 121–138.
- BAUMAN, Zygmunt. **Medo líquido**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro. [U1] Editora: Zahar, 2008.
- BENTO, Berenice. **A reinvenção do corpo: sexualidade e gênero na experiência transexual**. Garamond, 2006.
- BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2ª ed [U2] . rev. Campinas: Unicamp, 2004.
- BUCCI, Eugenio. **Pós-política e corrosão da verdade**. Revista USP [U3], São Paulo, 2018. Disponível em: <[www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146574](http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146574)>. Acesso em: 20 jun. 2020.
- BUCCI, Eugenio. **Seriam as fake news mais eficazes para campanhas de direita? – uma hipótese a partir das eleições de 2018 no Brasil**. Novos Olhares [U4], São Paulo. [U5] Disponível em: <[www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/162062/158018](http://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/162062/158018)>. Acesso em: 10 set. 2020.
- BUCCI, Eugenio. [U6] SANTAELLA, Lucia (org.). **Existe democracia sem verdade factual?** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.
- CANO, Márcio Rogério de Oliveira. **A manifestação dos estados de violência no discurso jornalístico**. São Paulo, 2012. [Tese de Doutorado] [U7]
- CARVALHO, Gian. **Conheça 8 aplicações da inteligência artificial em nosso cotidiano**. Disponível em: <https://escotta.com/canal/conheca-8-aplicacoes-dainteligencia-artificial-em-nosso-cotidiano/>.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Tradução: Angela M. S. Côrrea. 2ª [U8] ed. São Paulo: Contexto, 2019.
- DIAS, Cristiane. **Análise do discurso digital: Sujeito, espaço, memória e arquivo**. Campinas: Pontes, 2018.
- DUNKER, Christian Ingo Lenz. **Reinvenção da intimidade: políticas do sofrimento cotidiano**. São Paulo: Ubu, 2017.
- EMEDIATO, Wander. **Teorias do discurso: novas práticas e formas discursivas**. [U9] In: Cap. 1 “Problemáticas contemporâneas dos estudos do discurso: por uma análise integrada [U10] ”. Campinas, SP: Pontes Editores, 2020. [U11]
- FERREIRA, Luiz Antonio. **A Retórica do Medo**. Organização Ana Lúcia Magalhães, Luiz Antonio Ferreira. [U12] 1ª. Ed. [U13] São Paulo: Cristal. 2012. Pág. (9-23)

FREUD, S. **O mal-estar na civilização, novas conferências introdutórias à psicanálise e outros textos (1930-1936)**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. p. 13-122. (Obras completas, 18).

FRIAS FILHO, Otávio. **Vampiros de Papel**. Folhetim, 1984.

FUREDI, Frank. **Medo: a cultura do medo na sociedade contemporânea**. Tradução de Luciana Villas-Boas. Rio de Janeiro: Record, 2013.

GALLO, Gisele; SILVEIRA, Rosane Rocha da; PEQUENO, Ana Paula da Silva. **O acontecimento da pós-verdade e a falência do lugar de fala do jornalismo**. Revista Eptic, Aracaju, v. 21, n. 1, p. 1–17, jan./abr. 2019.

GLABER, Neal. **Vida, o filme**. São Paulo. Editora: Companhia das Letras, 1999.

GUGONI, Marcel Fernandes. **A manipulação discursiva das fake news na era da informação**. São Paulo, 2020.

ICL Notícias, 2025. Disponível em: <https://iclnoticias.com.br/desinformacao-risco-humanidade-2025-combate-la/>.

LACERDA, Gustavo Haiden; DI RAIMO, Luciana Cristina Ferreira Dias. **“Se tá na internet é verdade”: análise discursiva de fake news sobre saúde e estética**. PERcursos Linguísticos, v. 9, n. 22, p. 178-199, 2019.

LÉVY, Pierre. (2022). **IEML: Rumo a uma mudança de paradigma na inteligência artificial**. Matrizes, 16(1), 11-34. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16.p11-34>

LYRA, Vanessa Oliveira. **Medo, controle e biopoder: a construção do sujeito na modernidade**. São Paulo: Paulus, 2019.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise do Discurso e suas fronteiras**. Rio de Janeiro: Matruga, 2007.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Tradução: Maria Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. 6ª ed. [U14] São Paulo: Cortez, 2013.

MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. In: Cap.1 “O primado do interdiscurso”. [U15] Curitiba: Editora Criar Edições, 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. 2ª ed. [U16] São Paulo. Editora: Ática, 1997.

MARIANI, B. **O comunismo imaginário: práticas discursivas da imprensa sobre o PCB (1922-1989)**. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Estadual de Campinas – Instituto de Estudos da Linguagem. Campinas: UNICAMP, 1996.

MAZIÈRE, Francine. **A Análise do Discurso: história e práticas**. [U17] Tradução: Marcos Marcionilo, São Paulo: Parábola Editorial, 2007.

MISKOLCI, Richard; CAMPANA, Maximiliano. **“Ideologia de gênero”:** notas para a genealogia de um pânico moral contemporâneo. *Sociedade e Estado*, v. 32, n. 3, p. 725–744, 2017.

NASCIMENTO, Carlos Eduardo. **Verdades e mentiras: o lugar da opinião pública.** São Paulo: Brasiliense, 1989.

NUNES, Silvia Regina. **A geometrização do dizer no discurso do infográfico.** Tese Doutorado em Letras. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos.** 8. ed. Campinas: Pontes, 1999, p. 15.

PESSOA, Paulo; BOMFIM, Ivan. **(Des)informação e (des)contextualização no jornalismo.** *Vozes e Diálogo*, v. 2, pág. 26–35, 2023.

SEIXAS, Paulo Roberto. **Pós-verdade e os discursos da (des)informação: epistemologia, linguagem e política.** São Paulo: Appris, 2019.

SENADO FEDERAL DO BRASIL, 2020. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>>.

SIEBERT, Silvânia; PEREIRA, Israel Vieira. **A pós-verdade como acontecimento discursivo.** *Linguagem em (Dis) curso*, v. 20, p. 239-249, 2020.

SILVA, Luciana Soares. **A mulher na política: representação, gênero e violência no discurso jornalístico.**[U18] São Paulo, 2013.[U19] [Tese de Doutorado]

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2022. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Fevereiro/eleicoes-2022-tse-e-plataformas-digitais-firmam-parceria-para-combate-a-desinformacao>>.