
FAKE NEWS: UMA PERSPECTIVA PARA ALÉM DE VERDADES E MENTIRAS

Mariano Magri¹

Doutorando pelo programa de Língua Portuguesa da PUC-SP

Renan Gonçalves Locatelli²

Mestre em Língua Portuguesa pela PUC-SP

RESUMO

O objetivo do presente artigo é analisar as estratégias discursivas utilizadas no processo de construção do artigo de opinião que podem engendrar uma opinião disfarçada de fato e, assim, possibilitar leituras que se ancoram na noção de *fake news*. Para tanto, partimos das proposições de Charaudeau (2013) em relação ao discurso das mídias e analisamos três artigos de opinião que versam sobre algumas polêmicas que envolvem o atual presidente da república brasileira. Os resultados revelam que, por mais verossímeis que possam ser as opiniões que se transformam em notícia, abre-se uma controvérsia em que o opinado poderá alegar que a notícia só objetivou atacar sua imagem e, a partir desse ponto de vista, uma *fake news*.

Palavras-chave: *Fake News*. Opinião. Notícia.

Considerações iniciais

Por muito anos, a produção e a distribuição de notícias em larga escala foram prerrogativas de poucos veículos formais de comunicação. Emissoras de rádio e de televisão e empresas com periódicos impressos, como jornais e revistas, autorizadas, reguladas e fiscalizadas por órgão governamental, atuavam em um ambiente pouco favorável em relação ao encurtamento do tempo entre o acontecimento e a divulgação dos fatos. Esse cenário favorecia um contexto mais apropriado à acuracidade da notícia, mas nunca impediu que os noticiados se sentissem ofendidos e procurassem a justiça em busca de reparo às informações produzidas contra as suas imagens. Danos por veiculação de notícias de cunho duvidoso, portanto, não é fato novo.

O que assistimos de diferente nas duas últimas décadas está associado a dois fenômenos distintos, mas que se complementam. O primeiro refere-se à aceitação em massa do uso da tecnologia, que passou a fazer parte do cotidiano das pessoas e tornou-se um meio de produção e consumo de notícia, sem qualquer barreira geográfica, temporal e autoral, com velocidade de propagação gigantesca e inimaginável até poucas décadas atrás. O tempo entre o acontecimento e a divulgação da notícia pode ocorrer de forma instantânea. O segundo é

¹ Endereço eletrônico: ma.magri@terra.com.br

² Endereço eletrônico: renanglocatelli@gmail.com

que tanto os jornais, quanto as rádios e as mídias sociais, aumentaram os espaços para os gêneros discursivos voltados à opinião, o que acentuou as controvérsias e elevou-as, muitas vezes, a níveis passionais, especialmente no campo das ideias políticas.

A diminuição do tempo para checagem da informação e o acirramento das opiniões têm, ao que tudo indica, elevado a produção de notícias com o objetivo de invalidar o discurso adversário e, para isso, ataques à honra ou à conduta vêm acontecendo com frequência. Segundo estudo produzido pelo laboratório de segurança cibernética da PSafe³, nas últimas eleições presidenciais no Brasil, o número de notícias falsas, com objetivo de ultrajar os adversários, só no segundo trimestre de 2018, chegou a 4.4 milhões.

Como todos esses acintes se dão em ambiente público, os prejudicados em suas honras se defendem, sumariamente, com a alegação de que o discurso alheio não passa de *fake news*. Todavia, esse estrangeirismo, recente entre nós, é usado em demasia e de forma indiscriminada. Se o traduzirmos ao português de maneira literal, teremos “notícia falsa”, isto é, nada que remeta à ideia de um novo fenômeno social. Termos novos, contudo, são utilizados para designar fenômenos novos. A acepção do vocábulo *fake news* vai além da encontrada em seu correspondente literal na língua portuguesa. Portanto, a primeira pergunta que se impõe é: o que esse termo pretende designar?

Uma possível resposta se encontra na associação com o que se convencionou chamar “pós-verdade”. Em 2016, o dicionário Oxford elegeu esse termo como a palavra do ano e deu a ele a seguinte acepção: relacionado a uma situação em que as pessoas têm maior probabilidade de aceitar um argumento com base em suas emoções e crenças, em vez de se basearem em fatos⁴. Pós-verdade e *fake news*, portanto, têm relação com uma forma particular de produção: a notícia ou a opinião não se baseia fielmente nos fatos. O narrador utiliza-se de estratégias discursivas que fazem uma leitura declaradamente enviesada dos fatos, as quais objetivam angariar propagadores por meio da comoção. Segundo Santaella (2019), a proliferação de *fake news* é motivada por interesses que visam manipular atitudes, opiniões e ações. Para atacar um adversário político, por exemplo, basta associá-lo a uma conduta ou a um grupo que pactua ideias que entram em choque com valores aceitos por boa parte da sociedade.

³ PSAFE. Detecções de Fake News chegam a mais de 4 milhões no Brasil no 2º trimestre. *PSafe*, 17 ago. 2018. Disponível em: <https://www.psafe.com/pt-br/deteccoes-de-fake-news-chegam-a-mais-de-4-milhoes-no-brasil-no-2o-trimestre/>. Acesso em: 23 jul. 2020.

⁴ POST-TRUTH. In: *CAMBRIDGE DICTIONARY*. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/post-truth>. Acesso em: 23 jul. 2020. O dicionário definiu o conceito na língua inglesa. A tradução para língua portuguesa é nossa.

Embora não possamos dissociar *fake news* de fabricação de informações inverídicas no mundo real, este trabalho não se aterá às ideias extremadas de verdade e mentira. De acordo com Campbell *et al* (2015, p. 3-4), qualquer perspectiva é um modo de olhar para algo. A autora adota a premissa de que verdades não podem caminhar com as próprias pernas e precisam ser carregadas por pessoas, têm de ser explicadas, defendidas e difundidas por meio da linguagem, da argumentação e do apelo. O nosso objetivo, então, é analisar as estratégias discursivas, utilizadas no processo de composição do fato, que permitem levantar a hipótese de que estamos diante de um processo de construção de notícia que visa macular a imagem de alguém pelo apelo às emoções e às crenças dos destinatários da notícia. A finalidade não é investigar a veracidade ou a nulidade dos fatos, mas apontar como o enunciador se vale da linguagem para persuadir e, ao mesmo tempo, deixar aberturas para o noticiado se dizer vítima de *fake news*, porque muitos “conteúdos não apresentam relação factual que possa ser verificada, por exemplo, quando a opinião é mascarada como fato” (SANTAELLA, 2019, p. 33).

Com a finalidade de organizar o texto e tornar mais claro nosso objetivo, faremos a exposição, fora as considerações iniciais e finais, em três tópicos. No *primeiro tópico*, trataremos o referencial teórico. Tomamos como referência o semiologista francês Patrick Charaudeau (2013), em sua obra *Discursos das Mídias*, especificamente o tópico que trata as estratégias de encenação da informação. No *segundo tópico*, à luz da teoria escolhida, faremos a análise de três reportagens para demonstrar, na prática, como os jornalistas utilizam os recursos linguísticos para construir a realidade. No *terceiro tópico*, faremos considerações sobre as análises efetuadas. Enquanto no tópico anterior nos ateremos às estratégias linguísticas, neste o objetivo será comentar como essas estratégias podem criar uma opinião transvestida de fato e abrir possibilidades para ser taxada de *fake news*.

A construção da informação

Para falar sobre a construção da informação, seja ela uma notícia ou um artigo de opinião, devemos ter em mente dois pressupostos norteadores. O primeiro é que não possuímos o dom da ubiquidade e, por isso, inteiramo-nos sobre os fatos que ocorreram longe do nosso campo empírico por meio do acesso a informações. O segundo é o valor de novidade: não se divulgam acontecimentos que já caíram em domínio público. Pode-se lançar

um novo olhar a acontecimentos antigos, mas, nesse caso, estamos diante de um novo olhar, mas não de um novo fato. O novo é fundamental no gênero notícia.

Esses dois pressupostos são essenciais para expormos os motivos pelos quais não trabalhamos com verdades e mentiras. Os acontecimentos não significam nada em si. Para existirem, precisam ser nomeados, narrados ao interlocutor por meio da construção de um processo inteligível. É natural que haja divergência entre o ponto de vista de quem narra e de quem lê, mas essa tensão, provocada por diferentes visões dos fatos, pode se tornar uma linha tênue entre o direito de opinião e a difamação.

Não há captura da realidade empírica que não passe pelo filtro de um ponto de vista particular, o qual constrói um objeto particular que é dado como fragmento do real. Sempre que tentamos dar conta da realidade empírica, estamos às voltas com um real construído, e não com a própria realidade. (CHARAUDEAU, 2013, p. 131).

Vale dizer, portanto, que a notícia não é o fato em si: é uma encenação, é um processo de construção discursiva com o propósito de recriar, por meio da linguagem, o recorte feito por quem narra, o qual virá impregnado da visão de mundo do narrador, além de obedecer a critérios que satisfazem os interesses de grupos e retornos financeiros, seja com a própria notícia ou com o resultado que ela pode acarretar.

Do trabalho de Charaudeau (2013), podemos extrair três estratégias utilizadas para a encenação da informação: i. *O mecanismo de construção da notícia*; ii. *A forma de relatar o acontecimento*; e iii. *A forma de comentar o acontecimento*. Passamos, a partir deste ponto, a demonstrar cada uma dessas estratégias.

Sobre o *mecanismo de construção da notícia*, o semiologista aborda as estratégias de seleção dos fatos pela instância midiática. A mídia escolhe o que vai retratar por meio de dados mais ou menos objetivos em relação ao tempo, ao espaço e à hierarquia. Em relação ao *tempo*, o autor salienta que as mídias têm como incumbência dar conta de acontecimentos que se situam em uma *cotemporalidade enunciativa* e, para isso, devem buscar aproximar ao máximo os dois momentos opostos na cadeia temporal: o instante do surgimento do acontecimento com o instante da produção midiática e o instante da saída do produto midiático com o instante do consumo da notícia. Quanto ao *espaço*, o autor aponta que a instância midiática tem por encargo reportar os acontecimentos mundiais que ocorreram em lugares próximos ou afastados do receptor da notícia. Quando um acontecimento se encontra afastado, as mídias se munem de agências em diferentes lugares do mundo e requisitam

informações de fontes oficiais ou oficiosas e apelam para diversos tipos de testemunhas. Dessa forma, os consumidores se encontram numa posição ilusória de ver, ouvir e ler o que acontece em diferentes pontos do mundo ao mesmo tempo e os leva a acreditar, segundo o autor, que estão investidos de um dom de ubiquidade. Além disso, o pesquisador assume que a proximidade espacial confere à notícia um interesse particular quando o fato ocorreu no mesmo espaço físico em que se encontra a instância de recepção. Entretanto, para Charaudeau (2013), é o tratamento da notícia que faz o lugar do acontecimento ser próximo ou distante da instância de recepção. No que concerne à *hierarquia*, o autor explicita que a escolha dos acontecimentos impõe um recorte e uma configuração, as quais são baseadas em critérios externos e internos. O primeiro está voltado para o modo de surgimento do acontecimento, que pode ser inesperado, quando não pode ser previsto; ser programado, quando anunciado antecipadamente; e suscitado, quando provocado por determinado setor social. O segundo é relativo às escolhas realizadas pela instância midiática em função do *princípio de saliência*, daquilo que se sobressai ao cotidiano e possa, segundo critério das mídias, interessar o público. Assim, os fatos político-sociais são tratados para evocar os dramas do destino humano: o insólito, o enorme, o misterioso, o repetitivo, o acaso, o trágico e o horror. Dessa forma, observa-se que o universo da informação midiática é um universo construído. O acontecimento, jamais, é transmitido em estado bruto, uma vez que, antes de ser transmitido, ele se torna objeto de diversas racionalizações.

Quanto à *forma de relatar o acontecimento*, o autor constrói os conceitos de fato relatado e dito relatado. O *fato relatado* coloca às mídias a questão da autenticidade ou da verossimilhança dos fatos que descreve. Isso pode ser obtido por meio de diferentes recursos linguísticos e semiológicos, que remetem a três tipos de procedimentos: i. *O procedimento de designação identificadora*, que consiste em revelar as provas de que o fato realmente existiu; ii. *O procedimento de analogia*, que consiste, quando não é possível exibir o fato diretamente, em reconstituir os fatos da maneira mais realista possível, com detalhamento de descrições, reconstituições e comparações; iii. *O procedimento de visualização*, que consiste em fazer observar o que não é visível a olho nu – por meio de closes, panoramas, maquetes e outros – e em fazer ouvir o que, de modo geral, não se ouve – por meio de aparelhos especiais e técnicas de gravação. Todavia, isso nem sempre é um processo de fácil realização. As mídias não têm a liberdade, como na ficção, de inventar uma história, pois elas partem de um acontecimento para interpretá-lo e analisá-lo. Se, de um lado, o jornalista é uma testemunha esclarecida, o que insufla a sua responsabilidade de relatar o mais fielmente possível o acontecimento, do

outro lado, compromete-o, uma vez que a narrativa que constrói não pode estar alheia à visada de captação. Instaura-se, para o jornalista, a tensão entre o que viu e o que extraiu disso e tem de ser contado. O *dito relatado* se caracteriza pelo encaixe de um dito em outro, pela manifestação da heterogeneidade do discurso. Essa construção se configura por meio de uma dupla operação de *reconstrução* e de *desconstrução*. O primeiro se caracteriza pelo ato de retomar um dito e reintegrá-lo em um novo discurso. Dessa maneira, o dito relatado realiza uma transformação enunciativa e, ao mesmo tempo, aponta para uma possível apropriação ou rejeição deste último pelo locutor-relator. O segundo trata-se de um dito extraído de um outro ato de enunciação e, assim, distingue o dito relatado do dito de origem. Dessa maneira, o dito relatado funciona como uma espécie de *discurso de prova*, tanto em relação ao outro como em relação a si mesmo.

A terceira estratégia para encenar a informação diz respeito à *forma de comentar o acontecimento*. Para Charaudeau (2013), comentar o mundo é discursar, colocar o raciocínio para analisar os fatos; uma das formas de fazer isso é por meio de uma mecânica argumentativa que, segundo o semiologista, ocorre a partir de três dimensões: problematizar, elucidar e avaliar. Para *problematizar*, o enunciador exercita um processo de levantar um propósito, que é o assunto de que se fala, e, assim, inseri-lo numa proposição, ou seja, fazer alguns questionamentos e trazer argumentos com o objetivo de persuadir. Para *elucidar*, uma vez realizada a problematização, o enunciador esclarece o que está oculto e que constitui as razões mais ou menos aprofundadas do surgimento de determinado fato. Para tanto, os procedimentos mais frequentes adotados nessa empreitada são: i. A *reconstituição* de uma sequência de fatos, por meio de relações de causa e consequência entre eles, em um procedimento dedutivo que parte de uma origem conhecida em direção única com o objetivo de não deixar espaço para outros encadeamentos; ii. O *raciocínio por analogia*, que consiste em apresentar explicações por meio de comparações do fato com outros similares ou então com outros diferentes – que, no entanto, parecem depender de um mesmo encadeamento causal. Sobre a atribuição de *avaliar*, o pesquisador aponta que não existe comentário sem que o sujeito informador expresse um ponto de vista pessoal a respeito.

Análise dos artigos de opinião

Escolhemos três artigos de opinião, dois em revistas impressas e um em revista eletrônica, sobre o presidente da República do Brasil, em face de suas ações, em boa parte das

vezes, provocar grande alvoroço. Ao invés de analisarmos notícias, que poderiam ser consideradas verdadeiras ou falsas, escolhemos analisar artigos de opinião, uma vez que, de acordo com Charaudeau (2013), a busca pela *verdade*, um dos pilares do jornalismo, também se ancora no *efeito de verdade*, que “está mais para o lado do ‘acreditar ser verdadeiro’ do que para o do ‘ser verdadeiro’”, em oposição ao *valor de verdade*, que se baseia na “construção explicativa elaborada com a ajuda de uma instrumentação científica que se quer exterior ao homem (mesmo que seja ele quem a tenha construído), objetivante e objetivada” (CHARAUDEAU, 2013, p. 49). Nesse sentido, o *efeito de verdade* pauta-se na *convicção*, no *saber de opinião*, e busca a credibilidade, o direito à palavra, por meio de textos portadores de julgamentos, como os artigos de opinião.

Para cada um dos três artigos de opinião, faremos uma análise à luz da teoria apresentada neste trabalho para, na próxima seção, considerações finais, demonstrarmos que não se trata de verdade ou mentira, mas de uma construção discursiva que visa criar uma imagem do presidente por meio da comoção, amparada em uma leitura fortemente enviesada. Esse viés, inevitavelmente, leva a dois caminhos: um é o que vinga boa parte daqueles que são contra o presidente e outro é o que abre brechas para o noticiado taxar a notícia de *fake news*.

Artigo de opinião I – OLIVEIRA, Germano. Bolsonaro e Lula, Guarujá, Land Rover. *Revista IstoÉ*. São Paulo, jul. 2020, ano 43, n. 2.635, pág. 18.

Bolsonaro e Lula

Bolsonaro e Lula adotam os mesmos métodos em suas estratégias políticas. Embora um seja devoto de ideias postas em prática pela extrema-direita e o outro, seguidor de projetos da extrema-esquerda, ambos se assemelham em seus objetivos. O episódio da prisão de Queiroz trouxe uma série de coincidências que aproximam Bolsonaro de Lula. Basta Lembrar que Queiroz foi preso em um sítio de Atibaia, pertencente ao advogado de Bolsonaro, Frederick Wassef. A poucos quilômetros dali, também em Atibaia, fica o sítio que Lula usava como seu, mas que estava em nome do amigo de seu filho Lulinha. A diferença, neste caso, é que Lula foi condenado à prisão por usar o sítio de Atibaia, enquanto Bolsonaro não foi acusado de mandar seu advogado esconder o ex-assessor do filho Flávio.

Guarujá

Antes de se esconder em Atibaia, Queiroz esteve confinado em um apartamento de Wassef no Guarujá, a poucos quilômetros do triplex de Lula na mesma praia. A diferença é que Lula foi condenado à prisão por ter recebido o triplex como propina de contratos da Petrobras, enquanto Bolsonaro não foi acusado de mandar Wassef ocultar o ex-assessor.

Land Rover

Quando era deputado, Bolsonaro comprou uma Land Rover da empresária Cristina Boner, ex-mulher de Wassef, que ganhou R\$ 41 milhões em contratos com o governo agora. Quando Lula foi presidente, também havia uma Land Rover. Silvio Pereira, secretário do partido, ganhou um veículo dessa marca de presente de uma empresa que operava com a Petrobrás. (OLIVEIRA, 2020, p. 18).

Sobre os *mecanismos de construção da notícia*, os quais tomam como referência o *tempo*, o *espaço* e a *hierarquia*, é possível observar que o jornalista fez a seleção dos fatos por meio da *cotemporalidade enunciativa*. Esse artigo de opinião esteve na primeira edição da revista acima citada, que foi publicada após a prisão do assessor do filho do presidente Bolsonaro. Em relação *ao espaço* em que ocorrem os acontecimentos, o jornalista usou o critério de trazer fatos que estão próximos aos receptores do artigo de opinião, na medida em que as ações de um presidente afetam a todos os brasileiros. Sobre *a hierarquia*, o jornalista utilizou a provocação como critério de escolhas para o surgimento do artigo de opinião. Embora o assunto já tivesse sido divulgado por outros meios de comunicação, é um ponto de vista, suscitado por ele, que propicia o caráter de novidade. Ao mesmo tempo, optou por tema de interesse do público em geral, na medida em que, por parte do atual presidente, tratam de ações que colocam a sua moral em cheque. Outro detalhe importante é o processo de racionalização ao montar o artigo de opinião. O autor utilizou a geografia e bens para correlacionar a ação dos dois noticiados. Seguindo a análise e retomando o argumento sobre as *formas de relatar os acontecimentos*, Charaudeau (2013) nos forneceu os conceitos de *fato relatado* e de *dito relatado*. Sobre o primeiro, o autor do artigo de opinião utilizou o procedimento de *analogia* ao associar as ações tomadas pelos presidentes em relação à geografia dos fatos e os bens envolvidos. Já no segundo, o jornalista usou o processo de *desconstrução*, pois os dois noticiados estão envolvidos com os fatos em momentos distintos. O produtor do artigo de opinião buscou ditos anteriores e construiu uma nova notícia por meio da *analogia*. Já sobre a última estratégia de encenação da notícia, que Charaudeau (2013) chamou de *forma de comentar o acontecimento*, estamos diante da questão discursiva em si: *problematizar*, *elucidar* e *avaliar*. Nem sempre as questões discursivas estão explícitas na materialidade do texto. No caso em questão, entendemos que o jornalista fez, em seu artigo de opinião, os três procedimentos ao mesmo tempo. Por analogia, o autor do artigo: a) *problematizou*, na medida em que correlacionou as ações dos dois presidentes; b) *elucidou*, porque o objetivo foi incitar a necessidade de punição de Bolsonaro, pois se Lula foi

condenado pelas mesmas ações, Bolsonaro também deveria ser; e c) *avaliou*, visto que a analogia não se sustenta naturalmente, mas é um ponto de vista do autor.

Artigo de opinião II – CANTANHÊDE, Eliane. Sócios do fracasso. *O Estado de S. Paulo*. São Paulo, 14 jul. 2020, Caderno A10.

Sócio no Fracasso

Apesar de frágil, sempre por um fio, a trégua entre os três Poderes ia bem até ser ameaçada pela declaração impetuosa do ministro do Supremo Gilmar Mendes, de que “o Exército se associou ao genocídio” ao intervir no Ministério da Saúde e assumir a política negacionista do presidente Jair Bolsonaro na pandemia. Foi um deus nos acuda no governo, na Defesa e nos comandos do Exército, Marinha e Aeronáutica. Porém, o ministro do STF errou feio nos termos, mas acertou no diagnóstico. O que realmente irritou as Forças Armadas foi o uso da expressão “genocídio” – na definição de Hounaiss, “exterminio deliberado, parcial ou total, de uma comunidade, grupo técnico, racial ou religioso” –, que define o crime mais grave do direito internacional, remete a Holocausto e à morte de 6 milhões de judeus. É despropósito unir Exército e genocídio e não há, tecnicamente, como usar o termo para a ação de Bolsonaro na pandemia, por mais condenável que ela seja. Assim, a irritação dos militares é compartilhada por magistrados e civis até de oposição, que elogiam a resistência firme do Supremo às investidas de Bolsonaro e às ameaças golpistas de seus filhos e seguidores por “ter ultrapassado o limite”. Lembram que a palavra de um ministro do Supremo tem a força de uma sentença e os excessos vulgarizam, tiram peso, relevância e solenidade da função, que deve servir de reflexão para a Nação. Dito isso com todas as letras, não se pode negar que Gilmar Mendes não errou nos fatos, no conteúdo. Há evidente desmonte do Ministério da Saúde, inadmissível em tempos normais e trágico durante a pandemia avassaladora. Sem ministro há 60 dias, entregue a um general intendente da ativa entupida de militares que nunca viram uma curva epidemiológica, a Saúde foi jogada na mesma vala do MEC e da Cultura. A tática de Bolsonaro é clara: anular o ministério, usar um cumpridor de ordens e uma legião de batedores de continência para impor suas decisões mais estapafúrdias e fazê-los lutar contra a ciência, isolamento social, máscara e bom senso, enquanto faz propaganda da cloroquina, que não é comprovadamente eficaz para a covid-19, mas tem efeitos colaterais que podem ser graves. O próprio paciente Bolsonaro se submete a eletrocardiogramas duas vezes ao dia. Se não é perigoso, por que essa “histeria”? [...] (CANTANHÊDE, 2020).

Numa primeira abordagem, em relação aos mecanismos de *construção da notícia*, nota-se que a jornalista adota a *cotemporalidade enunciativa*, no sentido em que aproxima o surgimento do acontecimento do consumo da notícia, pois as ações do presidente, no que se refere às relações conflituosas com os poderes Legislativo e Judiciário, ocupam as primeiras páginas dos jornais de grande circulação do Brasil. Além disso, no que diz respeito *ao espaço*,

trata-se de um artigo de opinião que desperta interesse particular dos consumidores, uma vez que o acontecimento é nacional. No que tange à *hierarquia*, há, por um lado, a notícia de um *acontecimento suscitado*, porque diz respeito à fala do ministro do STF em relação às ações do presidente e, de modo imbrincado, dá-se a *análise* da jornalista sobre o fato, que suscita e evidencia a tensão existente entre os poderes; por outro lado, há as *escolhas* realizadas pela instância midiática, que teriam por objetivo *evocar os dramas do destino humano*, como a tragédia e o horror – a associação ao genocídio executado na Segunda Guerra Mundial, assim como a contestação da fala do ministro, que utiliza o termo de modo equivocado, segundo a jornalista, é um exemplo. Em relação à *forma de relatar o acontecimento*, o procedimento que mais se evidencia é o de *analogia*, visto que a jornalista, às voltas do debate, reconstitui os fatos de maneira realista, descreve-os e compara-os; por essa via, a produtora do artigo de opinião relaciona a nomeação do ministro interino da saúde, Eduardo Pazuello, com as ações do presidente em relação ao MEC e à Secretaria de Cultura. Além disso, percebe-se que a jornalista se vale da *desconstrução do dito relatado*, pois são retomadas algumas falas diretas do ministro Gilmar Mendes, retiradas de sua declaração, assim como, ao final do artigo, é retomada uma expressão comum do presidente ao se referir à pandemia de Covid-19 – “histeria”; nesse caso, o uso das aspas indica que se tratam de falas literais e permite identificar o dito relatado do dito de origem. Assim, como aponta Charaudeau (2013), o dito relatado funciona como um discurso de prova, pois, com a demarcação do discurso do outro, evidencia-se quem diz o quê, sem margens para possíveis contestações. Por fim, tratemos das formas de *comentar o acontecimento*. De modo geral, ocorre uma *problematização* dos acontecimentos, visto que, por um lado, a jornalista contesta a declaração do ministro Gilmar Mendes quanto à utilização do termo “genocídio”, mas, por outro lado, apesar da referida contestação, há uma preocupação em relacionar o conteúdo da fala do ministro quanto a outras ações do presidente, o que faz com que a declaração do ministro seja validada e referendada, ainda que com ressalvas. A problematização proposta está em estreita vinculação com o procedimento de *elucidação dos acontecimentos*, por meio do *raciocínio analógico*, em que, num primeiro momento, a fim de elucidar a utilização do termo “genocídio”, a jornalista recorre ao dicionário e rebate o uso realizado pelo ministro, e, em um segundo momento, o fato debatido é comparado a outros acontecimentos recentes que revelam ações do presidente que visariam o desmonte da educação e da cultura. Nessa seara, também se destaca a *avaliação* a respeito dos acontecimentos, uma vez que o ponto de vista pessoal da

jornalista é bastante marcado, como no uso das expressões “errou feio”, “despropósito”, “a Saúde foi jogada na mesma vala”.

Artigo de opinião III – TIEPPO, Marcelo. E daí que 85 mil morreram? Ema, emma, cada um com seus problemas. *Portal Terra*, 25 jul. 2020. Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/paradinha-esportiva/e-dai-que-85-mil-morreram-ema-emma-cada-um-com-seus-problemas,6a7a6fd95b3098e8feddfd77845739bckgde70pz.html>. Acesso em: 23 jul. 2020

E daí que 85 mil morreram? Ema, emma, cada um com seus problemas

E daí que 85 mil já se foram pelo coronavírus? A falta de empatia é tanta que recentemente um gênio da raça postou em uma rede social que o número é grande, mas que representava apenas 0 vírgula sei lá o quê da população. Sim, ele não deve ter perdido nenhum parente ou amigo. Então, não tem importância. São apenas números. É a lógica de quem quer provocar o falso dilema entre o trabalho e a vida. Como o presidente nunca combateu a pandemia e se agarrou a um remédio que nunca funcionou, a população ficou abandonada. Dá pra entender o desespero pelo desemprego. Quem poderia ajudar, lavou as mãos e entregou pra Deus. Afinal ele não é cozeiro né e todo mundo vai morrer um dia. Ema, emma, emma, cada um com seus problemas não é mesmo? O lema de Jairzinho. Como a cloroquina não serve pra nada, o garoto-propaganda do Planalto tentou empurrar o remédio até para as emas. Tomou umas bicadas merecidamente. O instinto animal de sobrevivência nunca falha. (TIEPPO, 2020).

Nesse artigo de opinião, os *mecanismos de construção da notícia* se assemelham aos dois anteriores. O presidente de uma república é sempre motivo de notícia e o da República brasileira contribui, ao sair em defesa do uso de uma medicação para o combate ao coronavírus sem o conhecimento técnico-científico necessário. Esse ruído entre a falta de conhecimento e o empenho na indicação, feito por um empossado de maior cargo de um dos poderes da república, em cuja palavra uma parcela considerável da sociedade pode confiar, provoca reiteradas notícias e torna-se, por um bom tempo, *cotemporal*. Sobre *o espaço* em que ocorrem os acontecimentos, o assunto é da ordem do dia e do interesse de toda sociedade, o que torna os receptores da notícia próximos. Em relação à *hierarquia*, o autor utilizou a ironia ao adjetivar o presidente como “gênio da raça” e ao mencionar “tentou empurrar o remédio até para emas”, em alusão ao episódio em que o presidente exhibe uma caixa da medicação que tanto defende para as emas do Palácio da Alvorada. Sobre a *hierarquia*, o assunto já havia sido comentado em dias anteriores, mas o autor lançou mão de fazer a sua

crítica e provocou com a informalidade do título “E daí que 85 morreram?”, que dá uma novo olhar ao fato para se enquadrar no pressuposto da novidade, no gênero notícia⁵. No que diz respeito às *formas de relatar os acontecimentos*, o autor utiliza o raciocínio lógico, na medida em que problematiza: “e daí que 85 mil já se foram pelo coronavírus?” e critica a forma de lidar com as vidas perdidas por meio de estatística, quando diz “o número é grande, mas que representava apenas 0 vírgula sei lá o quê da população” e não deixa de avaliar quando diz “ele não deve ter perdido nenhum parente ou amigo. Então, não tem importância. São apenas números. É a lógica de quem quer provocar o falso dilema entre o trabalho e a vida”.

Considerações sobre as análises

Como dito anteriormente, as análises dos discursos se ocuparam de verificar as estratégias linguísticas para a construção dos artigos de opinião. Neste tópico, o objetivo será demonstrar como a opinião, caracterizada como uma notícia, pode ser uma *fake news*.

No primeiro artigo de opinião, o jornalista fez relações entre as ações de dois presidentes da república. Usou a provocação como forma de destacar a notícia e construiu uma imagem negativa dos dois principais noticiados. O que isso pode acarretar?

- Tanto Bolsonaro quanto Lula podem ofender-se com a comparação realizada, por serem inimigos políticos, e argumentar que a relação construída intenta a produção de uma notícia que só existe na construção do jornalista, logo, uma *fake news*.
- Tanto Bolsonaro quanto Lula podem alegar que a coincidência geográfica não aproxima as ações de um e de outro. É como dizer que um crime cometido no bairro de Parelheiros tem relação com outro cometido no bairro do Tucuruvi, por ambos estarem na cidade de São Paulo. Problematizar e fazer relações são formas de construir o artigo de opinião, mas, quando pautadas em argumentos com falsa aparência de verdade, abrem espaço para o rótulo de *fake news*.
- No caso da Land Rover, tanto Bolsonaro quanto Lula podem dizer que a opinião, caracterizada como uma notícia, foi feita por meio de analogias indevidas. Construir notícias baseadas em relações lógicas, verossímeis, mas que atinjam a imagem do

⁵ Embora nossa análise tenha recaído sobre um artigo de opinião, o caráter de novidade está presente, na medida em que emitir a mesma opinião sobre um fato não satisfaz os interesses dos editores, muitos menos dos leitores.

noticiado sem prova juridicamente aceita, enseja motivo para denúncia de *fake news*, até como mecanismo de defesa.

No segundo artigo de opinião, a jornalista comenta a fala do ministro do STF em relação à forma de o governo Bolsonaro lidar com a pandemia. Iniciou a opinião com críticas tímidas ao ministro e aumentou o tom quando se referiu ao Bolsonaro. A crítica, quando cria uma imagem negativa do noticiado, pode acarretar alguns problemas:

- Bolsonaro pode dizer que o desmonte do Ministério da Saúde é mera opinião da jornalista, pois há ministro em exercício e os termos “evidente” e “inadmissível” são critérios pessoais que criam uma visão negativa com o objetivo incitar a revolta da população e, por isso, ultrapassa o limite da liberdade expressão, logo, *fake news*.
- Quando a jornalista diz que o presidente faz propaganda da medicação Cloroquina, que não é comprovadamente eficaz, tem efeito colateral e, prova disso, é que o próprio presidente faz eletrocardiograma duas vezes ao dia, entra numa seara que não é da especialidade dela. A medicação Cloroquina dividiu opiniões, inclusive da comunidade médica. Ainda que ela possa se ancorar em discurso de alguns profissionais da medicina, o presidente pode fazer o mesmo com médicos que endossam o uso do medicamento. Construir notícias com opiniões que avaliam a capacidade de outro com base em argumentos controversos pode levar o noticiado a taxá-las de *fake news*.

No terceiro artigo de opinião, o jornalista se vale do uso da comoção para criar uma imagem negativa do noticiado, ao dar ênfase ao número de mortos pela pandemia no Brasil. Contudo, construir um artigo de opinião que atribui culpa a mortes em larga escala pode trazer alguns problemas. Há diferença entre uma opinião dada no espaço privado e uma que vira notícia no espaço público:

- A alegação de que o presidente nunca combateu a pandemia, agarrou-se a uma medicação que não funciona e, por consequência, deixou a população abandonada, pode ser refutada com o argumento de que o STF delegou aos poderes estaduais o combate ao vírus e o governo federal ofertou recursos financeiros aos estados e à

boa parcela da população. Não importa, para efeito deste trabalho, quem está certo ou errado, mas, sim, que a construção da notícia por meio de uma opinião oferece espaço à réplica com conclusão de que só objetivava difamar, portanto, *fake news*.

Considerações Finais

O objetivo deste trabalho foi estudar o processo de *fake news* por uma perspectiva que não se encerra nos extremos da verdade e da mentira. A notícia é sempre produzida com um olhar parcial, pois é transmitida por meio da linguagem e carrega consigo seu caráter de ausência de neutralidade.

Com base da teoria de Charaudeau (2013), analisamos três artigos de opinião que tomavam o presidente Jair Bolsonaro como referência e pudemos constatar que, em todas elas, estávamos diante de uma opinião que se apresentava como notícia. Num primeiro momento, não há nada de errado com uma opinião mascarada de notícia; todavia, quando objetiva atribuir adjetivos nada honrosos ao noticiado, abre espaço para um embate.

Nos artigos de opinião em questão, as estratégias linguísticas fizeram uso de ironia, insultos, provocações, atribuição de desídia em relação ao combate a um vírus que levou milhares de vidas e, sob esse aspecto, o noticiado pode se sentir objeto de *fake news*, na medida em que todo discurso encontra espaço para uma visão contrária e, por consequência, a construção da mesma notícia com conclusão oposta.

Não importa quão verossímeis possam ser as opiniões que se transformam em notícia, como é o caso dos artigos de opinião aqui analisados. Se a crítica sai dos atos e vai em direção à pessoa ou, se, por meio dos atos, os argumentos são usados para o destinatário da notícia chegar a uma ideia pejorativa do noticiado, abre-se uma controvérsia em que o opinado poderá alegar que a notícia só objetivou atacar sua imagem e, visto por essa ótica, uma *fake news*.

Referências

CANTANHÊDE, Eliane. Sócios do fracasso. *O Estado de S. Paulo*. São Paulo, 14 jul. 2020, Caderno A10.

CAMPBELL, Karlyn Kohrs et all. *Atos de Retórica: para pensar, falar e escrever criticamente*. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2013.

OLIVEIRA, Germano. Bolsonaro e Lula, Guarujá, Land Rover. *Revista IstoÉ*. São Paulo, jul. 2020, ano 43, n. 2.635, pág. 18.

POST-TRUTH. In: *CAMBRIDGE DICTIONARY*. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/post-truth>. Acesso em: 23 jul. 2020.

PSAFE. Detecções de Fake News chegam a mais de 4 milhões no Brasil no 2º trimestre. *Psafe*, 17 ago. 2018. Disponível em: <https://www.psafe.com/pt-br/deteccoes-de-fake-news-chegam-a-mais-de-4-milhoes-no-brasil-no-2o-trimestre/>. Acesso em: 23 jul. 2020.

SANTAELLA, Lucia. *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Barueri: Estação das letras e cores, 2019.

TIEPPO, Marcelo. E daí que 85 mil morreram? Ema, emma, cada um com seus problemas. *Portal Terra*, 25 jul. 2020. Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/paradinha-esportiva/e-dai-que-85-mil-morreram-ema-ema-cada-um-com-seus-problemas,6a7a6fd95b3098e8feddfd77845739bckgde70pz.html>. Acesso em: 23 jul. 2020.

FAKE NEWS: A PERSPECTIVE BEYOND TRUTHS AND LIES

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze the discursive strategies used in the process of constructing the opinion article that can engender an opinion disguised in fact and, thus, enable readings that are anchored in the notion of *fake news*. For that, we start from the propositions of Charaudeau (2013) in relation to the discourse of the media and analyze three opinion articles that deal with some controversies that involve the current president of the Brazilian republic. The results reveal that, however credible the opinions that turn into news may be, there is a controversy in which the opinion may claim that the news only aimed to attack his image and, from that point of view, *fake news*.

Keywords: *Fake News*. Opinion. News.

Envio: julho/2020
Aceito para publicação: setembro/2020