

As formas do silêncio na era da pós-verdade: mídia digital, pseudonotícias e *fake news*

The forms of silence in post-truth era: digital media, pseudonews and fake news

DOI 10.20396/lil.v26inesp.8671190

Carolina Fernandes¹
UNIPAMPA

Resumo

Neste artigo, trato das formas do silêncio tais quais formuladas por Orlandi (2007) em notícias falsas e notícias que anulam a interlocução no debate político, o que designo por “pseudonotícias”. A questão da relativização do real na era da pós-verdade é discutida a partir da Análise de Discurso Materialista que mostra que o real é uma construção discursiva que produz a “impressão de realidade” (ORLANDI, 1996). Entretanto, ao observar o funcionamento do discurso bolsonarista através de produções do pseudojornalismo, compreendo que a produção do efeito de realidade difere da estratégia política de silenciamento e anulação do outro, o que impede o embate político na produção de sentidos.

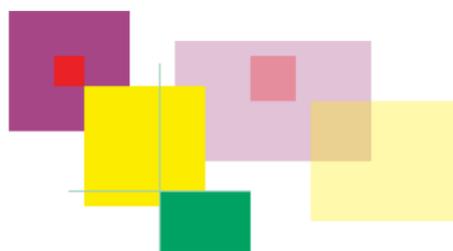
Palavras-chave: Pós-verdade, Pseudonotícias, Fake News, Discurso Bolsonaroista, Silêncio.

Abstract

In this article, I deal with the forms of silence such as those formulated by Orlandi (2007) in false news and news that nullify the dialogue in the political debate, which I call "pseudonews". The question of the relativization of the real in the post-truth era is discussed based on the Materialistic Discourse Analysis that shows that the real is a discursive construction that produces the "impression of reality" (ORLANDI, 1996). However, when observing the functioning of the Bolsonaroian discourse through pseudo journalism productions, I understand that the production of the effect of reality differs from the political strategy of silencing and annulment of the other, which prevents the political clash in the production of meanings.

Keywords: Post-truth, Pseudonews, Fake News, Bolsonaroian discourse, Silence.

¹ Doutora em Letras pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. É docente do curso de Letras e do Mestrado Profissional em Ensino de Línguas na Universidade Federal do Pampa. É líder do Grupo de Pesquisa Estudos Pêcheuxianos e tutora do Programa de Educação Tutorial PET-Letras, campus Bagé, com bolsa do FNDE. E-mail: carolinafernandes@unipampa.edu.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5395-827X>.

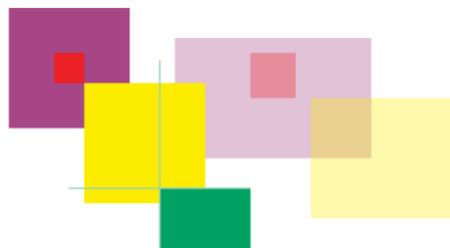


Considerações iniciais

Em um contexto de ampliação desmedida da comunicação, muito facilitada pelas tecnologias digitais da informação e da comunicação (as TDICs), observamos que qualquer sujeito, mesmo que não ocupe um lugar legitimado para falar de certo assunto, sente-se autorizado a “produzir conteúdo” para a *internet*. Os defensores das TDICs classificam positivamente seu avanço, destacando que as informações abundam nas redes e estão democraticamente disponíveis para seu acesso, além de dar voz àqueles que, na mídia hegemônica, não teriam possibilidade de se manifestar. Assim, surgem as mídias alternativas digitais que produzem conteúdo de forma independente das grandes corporações e são financiadas, especialmente, por doadores, assinantes e apoiadores.

Não podemos discordar que essa tecnologia mais acessível permite a polissemia, a enunciação e escuta de diferentes posições-sujeito, contribuindo para que discursos de resistência ganhem aderência de seus leitores/navegadores. Por outro lado, o digital facilita igualmente a proliferação de discursos de ódio e notícias falsas, as ditas *Fake News* (FN). Segundo Keyes (2018), podemos caracterizar a era em que nos encontramos como sendo a “pós-verdade”. Esse termo recebeu destaque mundial a partir de sua eleição como palavra do ano pelo Dicionário Oxford em 2015. Explica o autor (ibidem) que a adjetivação “pós-verdade” não se aplica aos tempos atuais porque aprendemos a mentir mais, mas porque a tecnologia facilitou a produção e disseminação da desinformação a que os sujeitos já estavam propensos a cometer. Além disso, a ética da conduta nas redes é fragilizada pelo fato do sujeito-enunciador poder encobrir a autoria de suas publicações, o que produz o efeito de anonimato, e com ele, um efeito de verdade por não estar atrelado à “opinião particular”. Soma-se a isso o fato de a imprensa ter, no momento atual, sua autoridade questionada por um discurso que a acusa de “partidária”, e por isso, trata as FN como mais confiáveis que os veículos tradicionais (TRÄSEL et. al, 2019).

Os efeitos da “era da pós-verdade” são agravados com relação à política e assuntos que demandam decisões institucionais como é o caso de eleições e referendos sobre os quais boatos e notícias falsas operam forte influência. As FN são definidas por Träsel et al. (2019, p. 482) como: “imitações fraudulentas de gêneros jornalísticos, cujo objetivo é emprestar as marcas discursivas de uma instituição social dos Estados democráticos para levar o leitor a conferir maior credibilidade a seu conteúdo”. Os autores do campo da comunicação ainda



tratam pelo termo “pseudojornalismo” (TRÄSEL et al., 2019, p. 482) os sites produtores desse tipo de conteúdo. Além disso, Allcot e Gentzkow (2017) alertam para o fato de as FN serem um produto de mercado criado para atender a demanda de consumidores específicos que buscam conteúdo para “confirmar” suas crenças e fazê-las circular nas redes sociais com vistas a uma maior adesão àquele discurso.

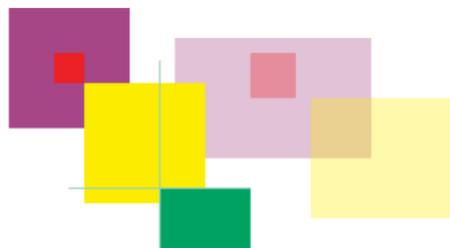
Para tratar da produção de sentidos na era da pós-verdade, encontro na reflexão de Eni Orlandi sobre o silêncio a sustentação teórica que me possibilita compreender o funcionamento de *Fake News* políticas produzidas na mídia digital. A abordagem discursiva do silêncio interessa não apenas pelo “encobrimento da verdade” que estas produzem, mas por fazerem o silêncio funcionar nas formas das “políticas do silêncio” como formulou Orlandi (2007).

A seguir, apresento como a Análise do Discurso (AD) compreende a construção discursiva do real, na sequência, remonto à obra “As formas do silêncio” para apresentar como Orlandi desenvolve o conceito de silêncio na produção de sentidos, o que buscarei recuperar mais adiante com a análise de uma postagem em rede social e uma matéria de um jornal *online* cuja produção de sentidos se vincula notadamente ao discurso bolsonarista², e por fim, apresento minhas considerações finais sobre o estudo realizado.

A construção do real no discurso

Não somente a Análise do Discurso, mas outras teorias de origem filosófica questionam a produção do real como sendo o que está evidente no mundo sensível, apontando sua constituição discursiva e a impossibilidade de sua apreensão, ao menos, em completude. Partindo das considerações de Milner (1987, p. 44) sobre o real da língua, de que “tudo não se diz”, Pêcheux e Gadet ([1981]2004, p. 32) entendem que o real “é o impossível de dizer” e ainda complementam “impossível de não dizer de uma determinada maneira” (ibid., p. 52), apontando a *ideologia* como definidora dos trajetos dos sentidos.

² Faço a ressalva de que o discurso caracterizado por “bolsonarista” compreende não apenas a fala de Jair Bolsonaro, mas toda produção de sentidos que se alinha à ideologia materializada pela posição-sujeito que se identifica com o imaginário de sociedade produzido pelo integralismo brasileiro.

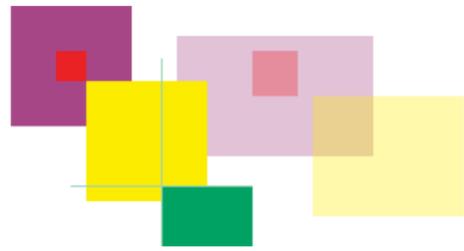


Em Fernandes (2008, p. 39), explico que “a língua não contempla todas as possibilidades do dizer ao mesmo tempo, sempre há algo que deve ficar de fora, o indizível, o não dito, o silenciado”. E esse resto, o que não foi escolhido do eixo vertical, o interdiscurso, para entrar no eixo horizontal da formulação, fica no silêncio. É, então, neste ponto que Orlandi (2007, p. 29) chega à conclusão de que “o silêncio é fundante” da significação. E diz ela ainda: “o real da significação é o silêncio” (ibid.), o que, saliento, ser diferente de dizer “o real é silenciado”, pois a autora (ibid., p. 75) distingue o *silêncio fundador*, aquele constitutivo da própria possibilidade de dizer, do *silêncio político*, ou ainda, da *política do silêncio* que estabelece, pelo “jogo das relações de forças”, certas palavras e certas produções de sentidos em detrimento de outras. No funcionamento político do silêncio, há, portanto, a *censura* e o *silenciamento*.

Integrado ao *real da língua* que produz sua incompletude, há o *real da história*, isto é, a impossibilidade de apreender como um todo a materialidade concreta do mundo, o que existe e está para conhecer. Assim, não podemos descrever um acontecimento em sua totalidade, do mesmo modo que não podemos conhecê-lo, tomá-lo em sua existência plena, senão apenas por um recorte do real. O real seria atingido apenas em parte por um viés, um modo de ver, isto é, pelas formações ideológicas. E isso é que explica a afirmação de Orlandi (op. cit., p. 21): “uma mesma coisa pode ter diferentes sentidos para os sujeitos”.

Dessa forma, embora o real não possa ser atingido em sua completude, ele pode ser representado na linguagem de modo parcial, sempre a partir das formações discursivas (FD) que “são as regiões que recortam o interdiscurso (o dizível) e que refletem as diferenças ideológicas” (ORLANDI, 2007, p. 20). Essa incompletude do real é o que vai conferir à linguagem seu caráter opaco e polissêmico, sendo que a palavra, comportando o silêncio, pode sempre vir a ser outra, pois o que é proibido de dizer em certa formação discursiva pode ser dito em outra.

Portanto, tanto na notícia considerada verdadeira tanto na falsa, o real empírico não se faz presente, por isso Pêcheux ([1983]1990, p. 43) caracteriza o real como “um saber que não se transmite, não se aprende, não se ensina, e que, no entanto, existe produzindo efeitos”. E produz sentidos porque não deixa de significar, é a injunção à interpretação que nos obriga a atribuir sentidos por meio da linguagem. Assim Orlandi (1996; p. 40, p. 39) entende a discursivização do real como a “impressão de realidade”, sendo que “é no discurso que o homem produz a realidade com a qual ele está em relação”.

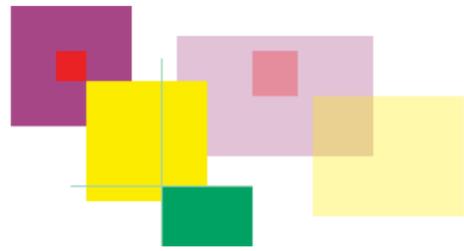


Logo, essa relativização do real como coisa concreta levanta o questionamento se podemos defender a existência de um real verdadeiro em oposição à um real falsificado, se não seria tudo, então, falsificação da realidade. Essa questão filosófica tem recebido atenção dos pesquisadores, sobretudo, por passarmos por um momento em que a verdade parece ter perdido seu valor, como observa Keyes (2018): há tolerância no mentir, no forjar fatos para satisfazer os próprios propósitos. Diz o autor (ibid., p. 20) ainda: “A pós-veracidade existe em uma zona ética crepuscular. Permite-nos [...] desenvolvermos abordagens alternativas de moralidade. Pense nelas como *alt.ética*”. O termo *alt.ética* se refere ao que não é realmente errado ou desonesto, seria essa moral “alternativa”. Assim, o sujeito poderia “escolher” qual é a verdade que melhor o atrai e buscar “se atualizar” com o jornal que “noticie” o que ele quer apenas confirmar.

A discussão é desenvolvida no trabalho de Seixas (2017) que afirma:

O que ocorre, com efeito, é uma *superação do desejo de verdade por parte dos sujeitos, ao menos da verdade divergente da sua*. Por assim dizer, 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 (SEIXAS, 2018, p. 125, grifos meus).

O autor explica que, em se tratando de *Fake News* (FN), as informações não são confirmadas, tendo em vista que o desejo de verdade do sujeito é que prevalece, ele já crê com sua convicção, e eu diria a partir de certa FD que sustenta esse “saber”, portanto se a informação confirma o que ele já suspeita, para ele só pode ser verdadeiro. É o caso, por exemplo, das FN sobre as urnas eletrônicas no Brasil. Se o sujeito já suspeita que elas não são seguras, quando recebe uma informação de violação das urnas ou de algum erro na contagem de votos, logo passa a informação adiante sem checá-la, porque ela confirma aquilo sobre o qual ele já tem “certeza”. Além disso, como diz o autor, a “verdade divergente da sua” é anulada, ou seja, há o silenciamento do discurso antagônico, o que faz com que fiquemos, como já estamos na rede social, presos em nossa “bolha ideológica”. A política do silenciamento nas redes sociais reduz o contato com o dizer do outro, o que dificulta também o acesso a outras possibilidades de significação, daí advém a contradição da *internet* que favorece a polissemia ao mesmo tempo em que nos encerra na paráfrase por meio de algoritmos que estudam nosso comportamento na rede e nos mostram apenas o que queremos ver.



Dessa forma, produzir sentidos sobre o real significa interpretá-lo para produzir um efeito de verdade, mas não significa inventar fatos para criar uma verdade paralela. O que se pode, através da interpretação, é chegar a “versões” diferentes de um mesmo fato, por exemplo a chegada dos portugueses em terras brasileiras pode ser, dependendo da posição em que o sujeito enunciador se coloca no discurso, se favorável à colonização dirá que foi “a descoberta do Brasil pelos portugueses”, já em uma posição crítica à colonização, dirá que se tratou de uma “invasão dos portugueses em território já habitado”.

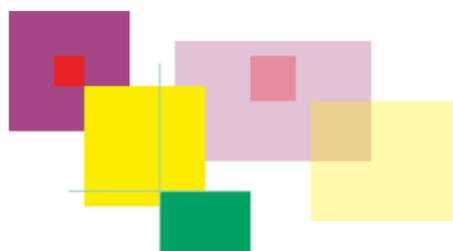
Quanto ao discurso midiático, temos que um acontecimento é interpretado pelo jornalista que destaca tal aspecto do evento histórico em detrimento de outros que poderiam igualmente produzir sentidos ao fato. Por exemplo, em um comício, o destaque pode ser dado para as promessas do candidato (ex.: o candidato falou que vai priorizar a educação ou defendeu, em seu discurso, o porte de armas para defesa da população), ou ainda o destaque pode ser dado ao público, à sua reação, à quantidade de participantes etc. (exemplo: o público extasiado ovacionou o candidato aos gritos de “já ganhou”). De todas as formas, o fato foi relatado, houve produção de sentidos a partir de elementos factuais da cena enunciativa em que se constitui o acontecimento histórico, mas não há criação de outros fatos, tampouco desinformação sobre quem eram os participantes do evento e o que fizeram³.

Nesse momento, podemos nos perguntar o porquê de não se questionar a autenticidade das informações e sua confiabilidade. Na pós-verdade, o dizer para atingir o valor de verdade, dispensa o efeito de legitimidade, basta agradar a audiência, como afirma Reis (2017, s.p.):

No mundo da pós-verdade *não há mais o reconhecimento da autoridade, há o “é assim que eu penso”, não importando quem seja seu interlocutor. [...] As conversas giram em torno de um individualismo exacerbado cujo centro é a autopercepção das coisas sem nenhum critério, a não ser o “é minha opinião”* (REIS, s.p., 2017, grifos meus).

Lendo essa citação pelas lentes da AD, temos que essa “minha opinião” não é propriamente a do indivíduo, mas da FD com a qual o sujeito se identifica e, partir dela, se

³ Para mais exemplos e explicação sobre a diferença entre notícia e notícia falsa, ver palestra proferida por mim: “A imbricação do verbal e do visual na produção de News e de Fake News”, disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=wOnQfq9KLpo&list=PLTU_r6WQKKRX_36_zSau9WXj6bSA1GwaB&index=10&t=3241s

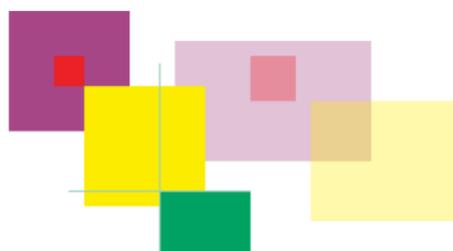


coloca em uma posição de sujeito no discurso. Dessa forma, o sujeito pode produzir “seu discurso”, como um recorte do *interdiscurso*, isto é, do que é dito “antes, em outro lugar e independentemente” (PÊCHEUX, [1975]2009, p. 149). Observo que, nesse contexto, o sujeito questiona a mídia quando esta não veicula os sentidos esperados pela FD que determina seu lugar de sujeito, considerando-a manipuladora da opinião pública. Assim, há uma rejeição dos veículos que contrariam o que a FD lhe impõe como realidade, fazendo com que a mídia seja constantemente questionada ou mesmo atacada. Para o sujeito identificado com o discurso bolsonarista, um jornal apresentar suspeitas de corrupção no governo de seu “mito” já é um motivo para rejeitá-lo. No entanto, se a denúncia de corrupção trata do Partido dos Trabalhadores (PT), ao qual se opõe, a mesma mídia questionada é então citada como referência para os fatos. Logo, a lógica da pós-verdade resume-se em tomar por verdade o discurso produzido pela FD com a qual se identifica.

O que também gera a desconfiança na mídia hegemônica é o fato de ela se colocar em um lugar de imparcialidade e de legitimidade do dizer ao passo que dissimula seu posicionamento político e ideológico, podendo deliberadamente veicular informações não checadas para agradar seu público-alvo. Sobre a mídia, afirma Keyes (2018, p. 163) “Com seu apetite incansável por manchetes pitorescas e escritores de alto-nível, a mídia é uma facilitadora primária da pós-verdade”.

Análises do discurso midiático na AD materialista nos mostram que a pretensa imparcialidade jornalística não passa de uma ilusão. Indursky (2019), examinando como a imprensa discursiviza o Movimento dos Trabalhadores sem Terra (MST), conclui que essa mídia que se diz “imparcial”, mesmo não explicitando sua “tomada de partido”, acaba por produzir sentidos que privilegiam um dos lados da disputa de sentidos, pois o sujeito-jornalista não pode escapar da ideologia que estabelece seu lugar de dizer no discurso.

Por outro lado, como observa Indursky (2019), é a própria imprensa que permite a voz do oprimido alcançar espaços fora de seu grupo, mesmo que a essa voz seja sobreposta outra com maior poder. Para a autora (2019), a imprensa é responsável por estabelecer um lugar possível de interlocução entre as posições-sujeito antagônicas que estão em litígio. Em suas palavras: “a mídia constrói espaços onde podem se manifestar a pluralidade, a diferença e o dissenso” (INDURSKY, 2019, p. 73). Dessa forma, percebemos que, embora a mídia hegemônica não seja imparcial ou ainda ajude a criar imaginários pela afetação simbólica que produz no sujeito leitor/espectador, é um veículo importante para tornar possível a



manifestação do discurso do oprimido. Ainda que de forma lacunar, a mídia faz circular o discurso de resistência, não o silencia ou mesmo o anula. Ao sujeito-interpretante cabe reconhecer os efeitos ideológicos do texto jornalístico, buscando observar de que posição-sujeito seu discurso produz sentidos. E, ao meu ver, esse é o grande diferencial das notícias da imprensa ou mesmo do jornalismo alternativo, cuja posição ideológica é assumida, com relação às *Fake News* (FN), pois estas anulam o discurso do outro, impondo sua “verdade” forjada como sendo a única possível.

E, para além das FN cuja falsificação é verificável, trago para a discussão o que estou chamando de “pseudonotícias”, que seriam as notícias enviesadas e tendenciosas, que partem de veículos ditos de informação e supostamente comprometidos com a verificação dos fatos, mas que reiteram um posicionamento partidário até mesmo panfletário, e acabam por, da mesma forma que as FN, silenciar e aniquilar o discurso outro conforme análise a seguir.

***Fake News*, pseudonotícias e seus modos de silenciamento**

Como dito anteriormente, as *Fake News* (FN) são um modo de discursividade que se difundiu no contexto da pós-verdade, sendo que se apresenta, como observa Mariani (2018, p. 4), como um tipo de texto *prête-à-porter*: “Chamo essas materialidades discursivas de *prête-à-porter*, ou seja, prontas para o uso e consumo. Em outras palavras, vídeos e textos a serem consumidos velozmente, supondo justamente uma *fast-leitura*, um passar de olhos”. Esses textos de rápido consumo funcionam nas redes sociais como meios de informação, atingindo amplamente os leitores através de disparos em massa. A seguir, vemos uma postagem publicada em rede social (Fig. 1) e sua falsidade contestada por um veículo da mídia hegemônica.

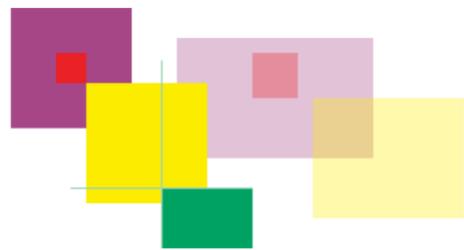
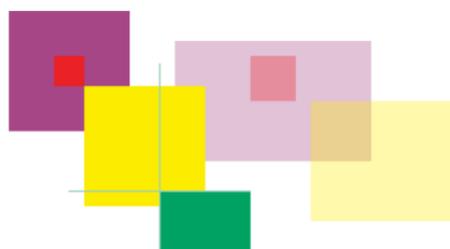


Figura 1 – Legenda: Mensagem enviada por WhatsApp.

A mensagem não tem autoria identificada, apenas se sabe quem a repassou, que foi um frequentador de uma casa universalista em um grupo de WhatsApp de seus frequentadores. Na fig. 1, observamos o uso do discurso religioso para criar um imaginário de salvador ao político Jair Messias Bolsonaro, artifício empregado por sua campanha tanto na eleição de 2018 quanto na deste ano. O texto faz ecoar enunciados como “fulano combate o mal”, “tal político fala com Deus”, “Deus está ao lado de Fulano que é o salvador do povo”. Esses enunciados podem ser proferidos em diferentes religiões, por um pastor, um mentor religioso ou um médium supostamente encarnado e, assim, produzir o efeito de verdade pelo “argumento de autoridade” que a religião o imputa. No caso, temos o uso da imagem do famoso médium espírita Chico Xavier que teria feito uma profecia sobre o surgimento de um salvador da pátria. A imagem do político montado no cavalo branco produz o efeito de uma “confirmação” de que ele seria o salvador: “Vai aparecer um homem franco, sincero e legal, montado num cavalo branco... Será combatido e criticado pelo seu temperamento e atitudes... Este que surgirá terá em seu nome a letra inicial do país”. E além do texto sublinhado nas partes em que se quer destacar as semelhanças com Bolsonaro, a mensagem já vem com o comentário embutido nela que, em caixa alta diz: “Eu nem era nascida e Chico Xavier transcreveu isso. Independente da religião... É de arrepiar”. O efeito de sentido que se produz sobre esse texto é de “surpreendente”, não causando suspeita sobre sua veracidade. Também “independente de religião” remete a uma aceitação global de seu conteúdo, não visando a uma crença específica, ainda mais por se tratar do público de uma casa universalista onde se respeitam diversas religiões. Portanto a mensagem, embora se utilize da religião espírita, não visa se limitar a este grupo, podendo atingir outros sujeitos pela



“impressão de surpresa” com a semelhança entre a descrição feita pelo médium com o tal político.

Já, durante as eleições de 2018, essa suposta profecia foi contestada pela agência Fato ou Fake do G1, que é operada pelo Grupo Globo⁴. As agências de *fact-checking* surgiram para apurar a veracidade de informações que circulam na *internet*. Essas agências de checagem atuam em rede de colaboração sobretudo durante as eleições quando abundam esse tipo de mensagem nas redes sociais. O Fato ou Fake, por exemplo, é feito por jornalistas da CBN, Época, Extra, G1, TV Globo, GloboNews, Jornal O Globo e Valor Econômico.

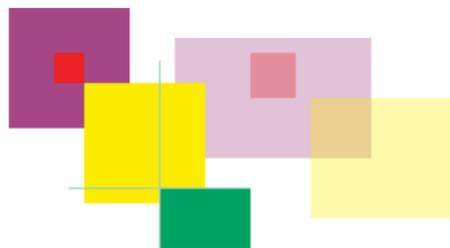
Em 2018, a Federação Espírita Brasileira (FEB) emitiu uma nota que foi noticiada pelo jornal para dizer que desconhecia a tal transcrição do médium e que esta já teria sido utilizada anteriormente para favorecer outros candidatos como Collor, Aécio Neves e Sérgio Moro, todos adversários do candidato de esquerda preferido da época. Para Bolsonaro, no entanto, é acrescida a informação “Este que surgirá terá em seu nome a letra inicial do país” para causar maior efeito de veracidade. Apesar da manifestação da FEB, a mensagem voltou a circular nas redes em 2022, pois muitos que a recebem não estão a par do que diz a Federação Espírita, ou mesmo nem são espíritas, mas podem crer em premonições.

Essa postagem se encaixa claramente na configuração de uma notícia falsa, de rápido consumo e de fácil compartilhamento, já a próxima produção que trago para análise merece mais atenção sobre seu modo de formulação e circulação. A fonte não é desconhecida, visto que surge do Jornal da Cidade Online⁵ (também nomeado pela sigla JCO), um veículo que circulou como semanário impresso de 1978 a 1998, e que retornou, em 2007, no formato online com o *site* de notícias e o canal do *YouTube*⁶ TV JCO. A direção editorial é assinada pelo Jornalista José Tolentino que indica seu registro na página, também há diversos nomes de jornalistas e especialistas apresentados como colunistas e comentaristas. O veículo se declara um jornal independente com pedido de colaboração por *pix*, ou seja, adota um recurso de monetização em seu site e canal.

⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/02/e-fake-que-chico-xavier-previu-a-chegada-do-candidato-jair-bolsonaro-a-presidencia.ghtml>

⁵ Descobri esse veículo de comunicação através da apresentação que o então presidente Bolsonaro fez aos embaixadores para apresentar suas suspeitas sobre a legitimidade das eleições no Brasil.

⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC1m0j4cs9NupQPoPebme0Ww/about>



Apresentando como *slogan*: “Um jornal consciente não abre mão do seu direito de crítica”, o JCO produz o efeito de sentido de ser imparcial, objetivo e crítico. Entretanto, apenas pelas manchetes de suas publicações no site já é possível observar que suas críticas são direcionadas apenas à posição política de esquerda, sendo o candidato à reeleição Jair Bolsonaro constantemente elogiado⁷.

A notícia da Fig. 2 trata de uma fala de Bolsonaro aos apoiadores de sua reeleição. O texto é do dia 10 de setembro de 2022, e traz como manchete: “Bolsonaro ataca o ‘mal’ e faz profecia⁸”.



Figura 2 – Legenda: *Print* de tela do site Jornal da Cidade Online.

A matéria é assinada pela redação do jornal e o texto para não-assinantes diz:

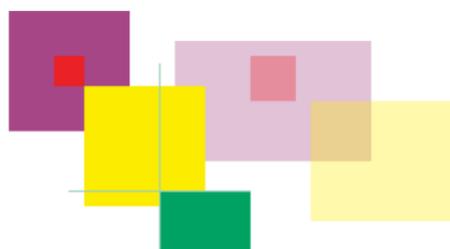
Em ato político nesta sexta-feira (9), o presidente Jair Bolsonaro, sobre a questão dos preços dos combustíveis, afirmou que os senadores da bancada do PT votaram contra a redução da alíquota do ICMS pelos estados.

“Essa praga sempre está contra a população. Esse pessoal não produz nada, só gera desgraça para o povo brasileiro”, disse.

Na sequência, Bolsonaro profetizou:

⁷ Isso pode ser observado na manchete: “Ministro acaba com narrativas da esquerda sobre o meio ambiente e mostra trabalho impecável do governo federal”, o que refuta as críticas sobre convivência do governo com o aumento dos crimes ambientais. No canto direito da Fig.2, também pode se ver a publicidade da revista *A Verdade*, que é gerida pela viúva do coronel e ex-torturador aclamado por Bolsonaro, Carlos Alberto Brilhante Ustra.

⁸ Disponível em: <https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/42077/bolsonaro-ataca-o-mal-e-faz-profecia>



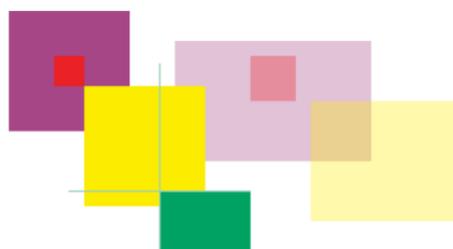
“Com essa nossa reeleição, [...] varremos para o lixo da história esse partido dito dos trabalhadores, mas que na verdade é composto por desocupados”.

O presidente voltou a tratar a disputa eleitoral como uma luta do “bem contra o mal” e colocou a pauta dos costumes no centro de seu discurso.

“Não podemos errar, sabemos que é uma luta do bem contra o mal. O lado de lá quer o comunismo, quer desarmar o povo de bem do Brasil, quer ideologia de gênero, quer liberar as drogas, quer legalizar o aborto e não respeita a propriedade privada e nossa família”.

O texto traz trechos da fala de Bolsonaro a partir de aspas, o que dá destaque ao discurso do outro, marcando sobretudo a palavra “mal” como sendo dita pelo candidato. Esse recurso, como aponta Authier-Revuz (1990), denota da heterogeneidade mostrada e marca uma delimitação entre o discurso do jornal e o do candidato. Entretanto, observo que essa separação não significa um distanciamento, tendo em vista que o próprio jornal diz que Bolsonaro “profetizou” sua reeleição, assinalando, no texto de informação, uma apreciação valorativa sobre um candidato e ainda mais por apelar a um elemento religioso, pois quem faz “profecias” só poderia ser um profeta, um predestinado, ou ainda, o escolhido de Deus como aponta a FN tratada mais acima. O uso dessa linguagem valorativa é apontado por Trasêl et al. (2019, p. 489) como um elemento de contestação da confiabilidade de um jornal que deveria “distinguir o conteúdo de cunho informativo do opiniático”.

Dessa forma, percebemos que, mesmo que o JCO não noticie acontecimentos falsos, não difere muito da postagem da Fig. 1, visto que ambos os textos produzem um imaginário de “escolhido de Deus” para Bolsonaro, apontando crenças como verdades. Além do mais, não traz o discurso de seus oponentes, nem apresenta outras informações como os motivos dos senadores da bancada petista não aceitarem a diminuição da alíquota dos estados pelo fato destes já estarem em crise e, com a perda dos valores desse imposto, agravar ainda mais os investimentos nas áreas da saúde e educação. Esses políticos e seu partido ainda são atacados pelo discurso do candidato que é transcrito pela redação como “praga” e “desocupados”: “*Essa praga sempre está contra a população*”, “*Esse pessoal não produz nada, só gera desgraça para o povo brasileiro*”, e conclui que se trata de uma “luta entre o bem [lado em que ele está] contra o mal [o lado do PT]”. A produção de um imaginário tão negativo para seu opositor constrói uma imagem de “inimigo da nação, da família e dos bons costumes”, e reescreve no discurso jornalístico o imaginário do “comunismo como intrinsecamente perverso” já muito propagado sobre o candidato Luiz Inácio Lula da Silva nas



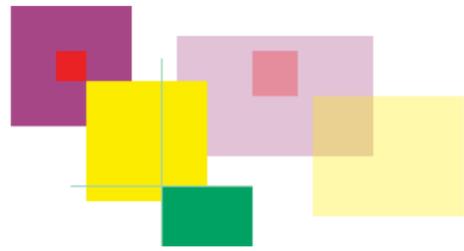
eleições em que disputou anteriormente (FERNANDES, 2008). Mesmo o PT já tendo governado o país por treze anos e mostrado que sua gestão não é autoritária, o discurso anti-comunista continua a produzir efeitos de sentido sobre seu imaginário, reforçado pelo discurso religioso que faz da disputa eleitoral uma disputa entre “bem” e “mal”, tornando evidente a necessidade de “eliminação” do outro como a representação desse mal.

Observo, então, que essa notícia é construída a partir de “um silenciamento estratégico” (ORLANDI, 2007, p. 22) a fim de construir uma realidade que anula o espaço de interlocução. Essa estratégia de argumentação no JCO me leva a pensar na “retórica da dominação (a da opressão)” de que Orlandi (2007, p. 29) trata para abordar as políticas do silêncio no período da ditadura militar. A diferença da retórica da dominação no governo militar e no governo do ex-capitão é que o primeiro tinha legitimidade no uso da força e podia, por meio dos atos institucionais instaurados no período de exceção, atacar os direitos humanos e impor uma pretensa ordem social através do efeito de medo. Já Bolsonaro não tem legalmente esse poder, por isso, durante seu atual mandato, não vimos aplicar-se aos jornais a prática de censura⁹, mas uma identificação e um ataque aos inimigos através do discurso. A limitação de seu poder também o faz atacar discursivamente o poder judiciário, produzindo um discurso antidemocrático que preconiza o fechamento do Supremo Tribunal Federal (o STF). Portanto, na falta de mecanismos legais de repressão aos veículos de informação como os instituídos pelo AI5 na ditadura, há uma disputa de sentidos através de veículos panfletários que advogam por um candidato sob a aparência de uma mera informação, contribuindo para a disseminação do discurso de ódio às instituições democráticas.

A violência empregada pelo discurso bolsonarista é, então, simbólica. É no discurso que Bolsonaro faz valer sua tirania e imputa ao sujeito com o qual antagoniza o imaginário de inimigo da nação, aquele que deve ser eliminado, e enquanto não o é fisicamente, o elimina discursivamente, atacando-o ou silenciando-o. É o que ocorre em outras matérias do JCO online que fazem menção ao candidato do PT, Lula, sempre tratando-o por “o ex-presidiário” ou “o meliante petista”. Além da falta de decoro no tratamento de um ex-presidente do país¹⁰,

⁹ O mesmo não pode se dizer aos artistas como revela o documentário “Quem tem medo?”, de Dellani Lima, Henrique Zanoni e Ricardo Alves Jr.

¹⁰ No código de ética dos jornalistas brasileiros, em seu art. 12, inciso terceiro, o jornalista deve: “tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar”. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf

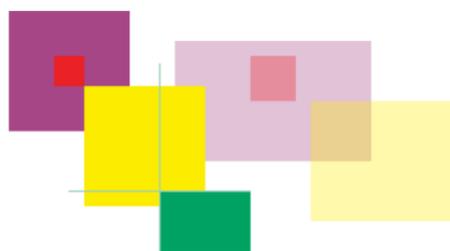


é visível o funcionamento da FD, reguladora do silêncio fundador das notícias do JCO, não deixando ser possível enunciar o nome de Lula ou tratá-lo com mais respeito como “o candidato do PT” ou “o presidenciável”. O que pode e deve ser dito nesta FD sobre Lula é que ele foi preso, silenciando as condições em que o levaram à prisão¹¹. Importa é alertar sobre as acusações de corrupção e reforçar o imaginário de corrupto para este referente.

Dessa forma, o JCO usa “fragmentos da realidade” para produzir notícias tendenciosas que acusam outros jornais de fabricarem o que eles chamam de “narrativas”. Foi esse o modo de funcionamento do discurso ditatorial no Brasil, em que causava o terror na população para justificar o combate ao terrorismo. O discurso bolsonarista mostra, assim, seu funcionamento através de uma *retórica de opressão fascista*, produzindo os efeitos de sentido de ser autoritário, conspirador e antidemocrático (PIOVEZANI, 2021). Além de criar “inimigos” como afirma Dunker (2022) (o STF, o PT/Lula, os países socialistas, a mídia), a lógica do discurso de ódio não reconhece a legitimidade da oposição, por isso não há debate político, não se instaura um espaço de interlocução porque a voz contrária é anulada do debate, visto que vale apenas a sua como a voz da verdade, a única possível de ser ouvida. O outro é apenas atacado para ser silenciado. O silenciamento político se faz, assim, pela retórica da dominação e da aniquilação do outro no discurso, o inimigo é julgado criminoso sem a possibilidade de defesa.

Por esse modo de estruturação do texto de gênero jornalístico através do silenciamento é que entendo a matéria do JCO como sendo uma “pseudonotícia”, pois, mesmo que o fato noticiado não seja inventado, seu modo de formulação exclui o dissenso e anula o debate político, servindo à cegueira ideológica de uma identificação plena com a FD (PÊCHEUX, [1975] 2009) que produz o discurso bolsonarista. Logo, podemos integrar esse tipo de notícia às FN de *fast-leitura* como recursos da estratégia política fascista, o que nos mostra que o silêncio não funciona apenas no encobrimento dos acontecimentos, mas no silenciamento do outro enquanto sujeito discursivo que está no embate político da produção de sentidos.

¹¹ Através de vazamento de mensagens do aplicativo Telegram, o jornal online *The Intercept* revelou um esquema entre procuradores do ministério público e o juiz que conduzia a operação denominada Lava Jato para cercear a defesa de Lula, visando sua condenação.



Considerações finais

A AD tem trabalhado o conceito de *Fake News* (FN), entretanto, às vezes, se torna tênue as diferenças entre o que é interpretação de sentido em certa direção e o que é a fabricação da realidade, por isso formulei o termo “pseudonotícias” para esse tipo de texto jornalístico que anula o espaço de interlocução tal qual as FN.

As análises mostraram que a retórica de opressão fascista usa tanto FN quanto “pseudonotícias” como recursos da estratégia política de silenciamento do outro no debate político. Já no campo econômico, essa estratégia tem ainda objetivos mais práticos com relação a um mercado específico de produção de notícias que construam realidades aceitáveis pela FD com que o público-consumidor se identifica. Essa nova modalidade de jornalismo, o “pseudojornalismo”, funciona como uma empresa de “venda” de conteúdo ideológico a serviço das políticas de silenciamento.

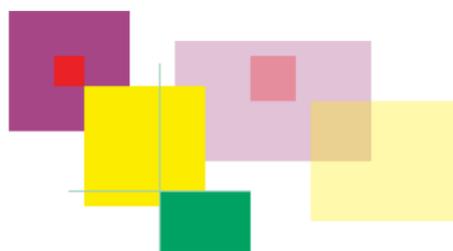
Neste artigo, também busquei mostrar que a AD considera próprio do processo discursivo a interpretação do real, mas não sua “invenção”, pois, mesmo que a interpretação crie imaginários e a impressão da realidade, não constrói fatos. É importante essa distinção para não banalizarmos as notícias falsas, e acreditar que tudo seria apenas uma questão de identificação ideológica, mas se trata de uma “estratégia política” fundamentada em um discurso fascista de silenciamento e anulação de uma realidade que destoe da desejada. Dessa forma, compreendo que o período da pós-verdade torna evidente o funcionamento dos modos de existência do silêncio apontados por Orlandi (2007).

Referências bibliográficas

ALCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake News in the 2016 election. **Journal of economic Perspectives**, Nashville, v. 31, n. 2, p. 211-236, abr-jun, 2017. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~gent-zkow/research/fakenews.pdf>. Acesso em: 14 set. 2022.

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. Heterogeneidade(s) Constitutiva(s). **Cadernos de Estudos Linguísticos**. Campinas, SP, n.19, jul/dez. 1990, p. 25-42. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cel/article/view/8636824>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

DUNKER, C. **A psicanálise e o discurso de Jair Bolsonaro 4 anos depois**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4alo9TnxS7k>. Acessado em: 23 de set. 2022.



FERNANDES, C. **O imaginário de Veja sobre ‘os Lulas presidenciaíveis’**. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

GADET, F.; PÊCHEUX, M. **A língua inatingível: o discurso na história da linguística**. Trad. Bethania Mariani e Maria Elizabeth C. de Melo. São Paulo: Pontes, 2004 (1981).

INDURSKY, F. **O discurso do/sobre o MST: Movimento social, sujeito, mídia**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2019.

KEYES, R. **A era da pós-verdade: desonestidade e enganação na vida contemporânea**. Trad. Fábio Creder. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

MARIANI, B. Discursividades *prêt-à-porter*, funcionamento de *fake news* e processos de identificação. **Entremeios: revista de estudos do discurso**. v. 17, Pouso Alegre, jul. - dez. 2018, p. 3-18. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.20337/ISSN2179-3514revistaENTREMEIOSvol17pagina3a18>. Acessado em: 10 mar. 2022.

MILNER, J.-C. **O amor da língua**. Trad. Angela C. Jesuino. Porto Alegre: Artes Médicas, 1987.

ORLANDI, E. P. **As formas do silêncio: No movimento dos sentidos**. 6 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

ORLANDI, E. P. **Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. São Paulo, Campinas: Pontes, 1996.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 4 ed. Trad. Eni P. Orlandi. Campinas, São Paulo: Editora da Unicamp, 2009 (1975).

PÊCHEUX, M. **O discurso: Estrutura ou acontecimento**. Trad. Eni P. Orlandi. Campinas, SP: Pontes, 1990 (1983).

PIOVEZANI, C. Discursos da extrema-direita no Brasil. **Revista Latinoamericana de Estudos del Discurso**, v. 21, n. 2, 2021, p. 85-100. <https://doi.org/10.35956/>. Acessado em: 15 mar. 2022.

REIS, H. **O mundo da pós-verdade**. 2017, 10 de janeiro. Disponível em: <http://homeroreis.com/o-mundo-da-pos-verdade/>. Acesso em: 25 mai. 2022.

SEIXAS, R. A retórica da pós-verdade: o problema das convicções. **EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 18, p. 122-138, abr.2019. DOI [dx.doi.org/10.17648/eidea-18-2197](https://doi.org/10.17648/eidea-18-2197). Acesso em: 04 set. 2022.

TRÄSEL, M.; LISBOA, S.; VINCIPROVA, G. R. Pós-verdade e confiança no jornalismo: uma análise de indicadores de credibilidade em veículos brasileiros. **Brazilian venues. Brazilian Journalism Research**. Brasília, DF. V. 15, n. 3, dez. 2019, pp. 476-497. <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n3.2019.1211>. Acesso em: 04 set. 2022.