

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Cristiano Magrini Rodrigues

**CAMPO JORNALÍSTICO NA PÓS-VERDADE:  
ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS DE UM JORNALISMO  
POLÍTICO DESAFIADO PELA DESINFORMAÇÃO**

Santa Maria, RS  
2023

**Cristiano Magrini Rodrigues**

**CAMPO JORNALÍSTICO NA PÓS-VERDADE:  
ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS DE UM JORNALISMO  
POLÍTICO DESAFIADO PELA DESINFORMAÇÃO**

Proposta de tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS) como requisito parcial para obtenção do título de **Doutor em Comunicação**.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>a</sup> Rejane de Oliveira Pozobon

Santa Maria, RS  
2023

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001

Rodrigues, Cristiano Magrini  
CAMPO JORNALÍSTICO NA PÓS-VERDADE: ESTRATÉGIAS  
ARGUMENTATIVAS DE UM JORNALISMO POLÍTICO DESAFIADO PELA  
DESINFORMAÇÃO / Cristiano Magrini Rodrigues.- 2023.  
270 f.; 30 cm

Orientadora: Rejane de Oliveira Pozobon  
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa  
Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de  
Pós-Graduação em Comunicação, RS, 2023

1. Campo jornalístico 2. Jornalismo político 3.  
Desinformação 4. Pós-verdade 5. Estratégias argumentativas  
I. Pozobon, Rejane de Oliveira II. Título.

Sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFSM. Dados fornecidos pelo autor(a). Sob supervisão da Direção da Divisão de Processos Técnicos da Biblioteca Central. Bibliotecária responsável Paula Schoenfeldt Patta CRB 10/1728.

Declaro, CRISTIANO MAGRINI RODRIGUES, para os devidos fins e sob as penas da lei, que a pesquisa constante neste trabalho de conclusão de curso (Tese) foi por mim elaborada e que as informações necessárias objeto de consulta em literatura e outras fontes estão devidamente referenciadas. Declaro, ainda, que este trabalho ou parte dele não foi apresentado anteriormente para obtenção de qualquer outro grau acadêmico, estando ciente de que a inveracidade da presente declaração poderá resultar na anulação da titulação pela Universidade, entre outras consequências legais.

**Cristiano Magrini Rodrigues**

**CAMPO JORNALÍSTICO NA PÓS-VERDADE:  
ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS DE UM JORNALISMO  
POLÍTICO DESAFIADO PELA DESINFORMAÇÃO**

Proposta de tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS) como requisito parcial para obtenção do título de **Doutor em Comunicação**.

Aprovado em 07 de junho de 2023

**Rejane de Oliveira Pozobon** (Dr<sup>a</sup>., UFSM)  
(Presidente/Orientadora)

**Bruno Bernardo de Araújo** (Dr., UFMT)  
(Examinador)

**Camilla Quesada Tavares** (Dr<sup>a</sup>., UFMA)  
(Examinadora)

**Laura Strelow Storch** (Dr<sup>a</sup>., UFSM)  
(Examinadora)

**Viviane Borelli** (Dr<sup>a</sup>., UFSM)  
(Examinadora)

Santa Maria, RS  
2023

à minha mãe, Roselaine.

## AGRADECIMENTOS

Iniciei este texto algumas vezes e percebi que a escrita não fluía da forma como eu imaginava. Os anos de doutorado coincidiram com um dos períodos mais nefastos da política brasileira nas últimas três décadas e isso teve um impacto muito forte em diversas esferas da minha vida a ponto de eu achar que devesse abordá-los também aqui como forma de mostrar o contexto pessoal por trás do pesquisador. Pensei, repensei e concluí que não seria justo deixar que esses episódios ofuscassem quem realmente merece o destaque: os familiares e amigos que me deram todo o suporte e incentivo que podiam e que nunca permitiram que eu me sentisse sozinho, ainda que a escrita de uma tese seja um trabalho por vezes bastante incompreendido para quem está de fora e bastante solitário para quem redige. De antemão, sei não conseguirei citar todos aos quais eu estimo. O que parecia ser mais um impeditivo, mostra-se uma alegria. Quando paro para retomar todo o carinho que recebi das pessoas queridas nos últimos anos, sinto plena realização.

Em primeiro lugar, está meu núcleo familiar. Meus pais, Roselaine e Paulo e minha irmã Andrielle. A eles, pela simples existência e pela tolerância com as oscilações que compõem o “drama” de ser um estudante de doutorado. Cada um à sua forma me faz sentir, sobretudo, muito amado. Em especial, teria muito a dizer para minha mãe, a verdadeira definição de amor, compreensão e força. E mesmo que tudo fosse dito, ainda seria pouco. É para ela que dedico este trabalho.

No percurso da tese, em meio a pandemia, reencontrei o significado de cumplicidade. Cristiano veio para me fazer sentir ainda mais amado e para aumentar meu núcleo familiar. Dono de uma generosidade e de um senso de justiça ímpares, é também uma pessoa cativante e que me inspira a ser cada dia melhor.

Quanto aos amigos, são muitos e não conseguirei contemplar a todos. Citando Kalliandra Conrad, Michelle Falcão, Mariana Soares, Luiz Coletto e Carolina De Davi, sempre incentivadores, estendo meus agradecimentos a vários outros. Foram tantos – alguns até inesperados – que acompanharam a defesa e muitos outros que dedicaram um tempo a me felicitarem por esse momento que eu percebi, de fato, que estou cercado por dezenas de pessoas maravilhosas, as quais eu admiro muito. Seria inviável mencionar todos. A vocês, mesmo que não se leiam aqui, sintam-se abraçados.

Um agradecimento muito especial e carinhoso eu dedico à minha orientadora, Rejane Pozobon. A compreensão, o acolhimento, a empatia e a dedicação que desempenhados a mim me colocam em dívida eterna. O mundo acadêmico seria tão mais fácil se todos tivessem como mentora alguém do profissionalismo e da sensibilidade da Rejane. Sabemos, ela e eu, que não fui um doutorando fácil. Obrigado por não soltar a minha mão.

Sou grato também à banca. Bruno, Camilla, Laura e Viviane foram escolhidos propositalmente pela competência que têm em suas respectivas áreas de pesquisa e se mostraram receptivos desde o convite. Submeter meu trabalho a pessoas tão gabaritadas causou insegurança, no entanto, a atenção dedicada ao meu texto e a generosidade com a qual construíram suas arguições dissiparam meu medo e fecharam com chave de ouro o caminho de cinco anos até o doutoramento.

Por falar em medo e insegurança, não posso deixar de agradecer a outra excelente profissional, Mariane de Souza, a quem devo, a partir do meu fortalecimento emocional, a melhoria em tantos outros aspectos da minha vida que me ajudaram a segurar as pontas nesses anos tão difíceis para se pensar comunicação e política.

Agradecimento também ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, às professoras e aos colegas pelas trocas nesse percurso; ao Grupo de Estudos e Pesquisas em Comunicação e Política e aos integrantes que por ele passaram, em especial, Jonária França, Daisy Damario, Andressa Ribeiro, Fernanda Couto, Andressa Prates, Adriana Garcia, Bibiano Girard, Carolina De David e Bruno Kegler.

Obrigado à Universidade Federal de Santa Maria, minha segunda casa.

Por fim, à Comissão de Aperfeiçoamento de Nível Superior (Capes) pelo financiamento parcial dessa pesquisa.

## RESUMO

### CAMPO JORNALÍSTICO NA PÓS-VERDADE: ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS DE UM JORNALISMO POLÍTICO DESAFIADO PELA DESINFORMAÇÃO

AUTOR: Cristiano Magrini Rodrigues  
ORIENTADORA: Rejane de Oliveira Pozobon

A tese discute as estratégias discursivo-argumentativas do jornalismo contemporâneo na busca por manter a sua legitimidade enquanto ator social fornecedor de informações confiáveis à sociedade. Apresenta uma reflexão sobre os processos de deslegitimação do jornalismo, principalmente a partir do desenvolvimento exponencial das Tecnologias de Informação e Comunicação e consequente aumento do uso das redes sociais digitais. Considera que as mudanças no ecossistema de comunicação impactaram diretamente na oferta de conteúdo à sociedade e na qualidade do material distribuído. A diminuição da credibilidade do jornalismo é percebida a partir do abandono de consumo de informação jornalística em detrimento de informações diversas sem comprovação, corriqueiramente chamadas de *fake news* (TANDOC et. al., 2017; LAZER et. al., 2018; DOURADO; GOMES, 2019), uma das nomenclaturas dadas à desinformação (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017), numa época sociologicamente definida como pós-modernidade (LYOTARD, 2020). A proliferação da desinformação e dos seus efeitos é compreendida sob o conceito de pós-verdade (TESICH, 1992; OXFORD LANGUAGES, 2016; ZARZALEJOS, 2017; MCINTYRE, 2018; ARAÚJO, 2020), termo que denota a irrelevância da verdade e da racionalidade em detrimento da formação de opinião por emoções e crenças. A partir desse contexto, busca-se identificar que *ethos* (MAINGUENEAU, 2020; AMOSSY, 2018b) o campo jornalístico afirma perante a pós-verdade; quais estratégias o jornalismo aciona em sua defesa e quais alternativas o campo tem para a preservação da sua legitimidade social. Para tal, investigam-se 389 editoriais dos jornais brasileiros *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* entre os anos de 2019 e 2022. A metodologia se fundamenta na Análise Discursiva Argumentativa (AMOSSY, 2018a; 2018c; CHARAUDEAU, 2015b; ORLANDI, 2015; 1990; PÊCHEUX, 1990), desenvolvida justamente para responder as dúvidas que motivam este texto. Ela é combinada à análise do discurso e à Linguística de *Corpus* e esta confirma a possibilidade de se expandir as inferências da AD tradicional a um conjunto volumoso de textos. A partir de uma contextualização socio-histórica introdutória, o texto apresenta o campo jornalístico contemporâneo como um espaço de incertezas acerca do seu futuro; a influência do campo econômico sobre o jornalismo; a sua estruturação enquanto instituição e sujeito políticos; o seu papel enquanto enunciador do discurso e o *ethos* que o configura nesse contexto. Em seguida, aborda as desordens de informação (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) sob o conceito de pós-verdade para, então apresentar o suporte teórico-metodológico a partir da Análise do Discurso e da Análise Argumentativa, originando a Análise Discursiva Argumentativa (AMOSSY, 2018a; 2018c; CHARAUDEAU, 2015b; ORLANDI, 2015; 1990; PÊCHEUX, 1990), descrevendo o papel do leitor como elemento essencial na construção da estratégia argumentativa no editorial político; os *softwares* de linguística de *corpus* e sua aplicação à Análise Discursiva Argumentativa. A Análise Discursiva Argumentativa dos editoriais aponta uniformidade no modo como os três jornais apresentam seus principais valores: a partir de evidências compartilhadas e de pronomes pessoais, expõem seus valores de reforço ao *ethos* jornalístico (ética, credibilidade e imparcialidade) e estabelecem o vínculo com os leitores. Tais valores se somam a outro, a defesa da democracia, o que corrobora com a perspectiva do jornalismo enquanto ator político. Os jornais também estabelecem um vínculo de pertencimento ao se incluírem no conjunto “brasileiros”, aproximando-se dos leitores. Por fim, recorrem a estratégias que valorizam a argumentação por meio do raciocínio lógico, por meio de argumentos históricos, analogias e ilustrações. Conclui-se que a principal estratégia dos editoriais é se vincular com o auditório por valores universalmente reconhecidos e os esquemas argumentativos são acionados para validar estas premissas. O jornalismo defendido nos editoriais corresponde aos ideais clássicos do campo e, ao mesmo tempo que resgatam os valores tradicionais, defendem a atividade profissional como ação necessária para a defesa da democracia.

**Palavras-chave:** Campo jornalístico. Jornalismo político. Desinformação. Pós-verdade. Fake news. Estratégias argumentativas.

## ABSTRACT

### JOURNALISTIC FIELD IN POST-TRUTH: ARGUMENTATIVE STRATEGIES OF A POLITICAL JOURNALISM CHALLENGED BY DISINFORMATION

AUTHOR: Cristiano Magrini Rodrigues  
DOCTORAL SUPERVISOR: Rejane de Oliveira Pozobon

The thesis discusses the discursive-argumentative strategies of contemporary journalism in its efforts to maintain its role as a primary source of information for society. It reflects on the delegitimization processes that journalism has undergone, mainly due to the exponential growth of Information and Communication Technologies and the consequent increase in the use of digital social networks. The thesis argues that changes in the communication ecosystem have a direct impact on the provision of content to society and on the quality of the material distributed. The decline in the credibility of journalism is evident from the shift away from consuming journalistic information to the consumption of diverse, unverified information, commonly referred to as fake news (TANDOC et al., 2017; LAZER et al., 2018; DOURADO; GOMES, 2019), which is one of the nomenclatures given to disinformation (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017), in a time sociologically defined as post-modernity (LYOTARD, 2020). The proliferation of disinformation and its effects is understood under the concept of post-truth (TESICH, 1992; OXFORD LANGUAGES, 2016; ZARZALEJOS, 2017; MCINTYRE, 2018; ARAÚJO, 2020), a term that denotes the irrelevance of truth and rationality, which are replaced by emotions and beliefs in forming opinions. Against this backdrop, the thesis seeks to identify the *ethos* (MAINGUENEAU, 2020; AMOSSY, 2018b) that the journalistic field affirms in the face of post-truth, the strategies that journalism uses to defend itself, and the alternatives the field has to preserve its social legitimacy. The study investigates 389 editorials of the Brazilian newspapers *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, and *O Globo* between 2019 and 2022, using the Argumentative Discursive Analysis methodology (AMOSSY, 2018a; 2018c; CHARAUDEAU, 2015b; ORLANDI, 2015; 1990; PÊCHEUX, 1990), which is designed to answer the questions that motivate this research. The methodology combines discourse analysis and Corpus Linguistics and confirms the possibility of expanding the inferences of traditional DA to a large set of texts. The text begins with an introductory socio-historical contextualization, presenting the contemporary journalistic field as a space of uncertainty about its future. It discusses the influence of economics on journalism, its structure as an institution and political subject, its role as a discourse enunciator, and the *ethos* that configures journalism in this context. The text then addresses information disorders (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) under the concept of post-truth and presents the theoretical-methodological support from Discourse Analysis and Argumentative Analysis, which originate Argumentative Discursive Analysis (AMOSSY, 2018a; 2018c; CHARAUDEAU, 2015b; ORLANDI, 2015; 1990; PÊCHEUX, 1990). The text describes the role of the reader as an essential element in the construction of the argumentative strategy in political editorials and also discusses Corpus Linguistics software and its application to Argumentative Discourse Analysis. The Argumentative Discursive Analysis of the editorials reveals uniformity in the way the three newspapers present their main values. Based on shared evidence and personal pronouns, they expose their values of reinforcement to the journalistic ethos (ethics, credibility, and impartiality) and establish a link with the readers. These values are added to another important value, the defense of democracy, which further reinforces the perspective of journalism as a political actor. The newspapers also establish a sense of belonging by including themselves in the “Brazilians” set, which helps them to connect with their readers. Finally, the newspapers use various strategies that value argumentation through logical reasoning, historical arguments, analogies, and illustrations. In conclusion, the main strategy of editorials is to establish a bond with the audience through universally recognized values, and the argumentative schemes are used to validate these premises. The journalism that the editorials defend corresponds to the classic ideals of the field, and while they uphold traditional values, they also defend professional activity as a necessary action for the defense of democracy.

**Keywords:** Journalistic field. Political Journalism. Disinformation. Post-truth. Fake news. Argumentative strategies.



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>1. JORNALISMO POLÍTICO</b> .....	23
1.1 CAMPO JORNALÍSTICO CONTEMPORÂNEO: ESPAÇO DE INCERTEZAS .....	26
1.2 INCIDÊNCIAS DO CAMPO ECONÔMICO SOBRE O CAMPO JORNALÍSTICO .....	39
1.3 JORNALISMO: UMA INSTITUIÇÃO POLÍTICA .....	53
<b>1.3.1 O papel político do editorial jornalístico</b> .....	58
<b>2. DESORDENS DE INFORMAÇÃO E PÓS-VERDADE: PREOCUPAÇÕES GLOBAIS SOB A ÓTICA DO JORNALISMO</b> .....	70
2.1 VERDADE .....	71
2.2 POLARIZAÇÃO: PERCURSO PARA A DESINFORMAÇÃO .....	76
2.3 TIPOS, FASES E ELEMENTOS DAS DESORDENS DE INFORMAÇÃO .....	87
2.4 PÓS-VERDADE .....	99
<b>3. ANÁLISE DISCURSIVA ARGUMENTATIVA COMO METODOLOGIA PARA ANALISAR O <i>ETHOS</i> DO JORNALISMO POLÍTICO</b> .....	112
3.1 JORNALISMO: SUJEITO ENUNCIADOR DO DISCURSO .....	118
3.2 <i>ETHOS</i> NO JORNALISMO POLÍTICO .....	127
3.3 ANÁLISE DO DISCURSO E A ARGUMENTAÇÃO NO DISCURSO .....	141
<b>3.3.1 O leitor como elemento da abordagem argumentativa no editorial jornalístico</b> ...	158
<b>3.3.2 <i>Softwares</i> de análise linguística e textual como complemento à Análise Discursiva Argumentativa</b> .....	163
<b>4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	171
4.1 DEFINIÇÃO DO <i>CORPUS</i> E DELIMITAÇÃO PARA ANÁLISE .....	171
4.2 APLICAÇÃO DA LINGUÍSTICA DE <i>CORPUS</i> : DESCRIÇÃO E PROCESSOS .....	177
4.3 ANÁLISE DISCURSIVA ARGUMENTATIVA .....	185
<b>4.3.1 O Globo</b> .....	186
<b>4.3.2 O Estado de S. Paulo</b> .....	203
<b>4.3.3 Folha de S.Paulo</b> .....	217
<b>4.3.4 Temáticas e abordagens</b> .....	224
4.4 LINGUÍSTICA DE <i>CORPUS</i> .....	233
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	247
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	261
<b>APÊNDICE A – EDITORIAIS DE <i>FOLHA DE S.PAULO</i></b> .....	273
<b>APÊNDICE B – EDITORIAIS DE <i>O ESTADO DE S. PAULO</i></b> .....	276
<b>APÊNDICE C – EDITORIAIS DE <i>O GLOBO</i></b> .....	280

## INTRODUÇÃO

Esta tese trata, em sentido amplo, de questões relacionadas ao jornalístico político e as suas implicações no campo jornalístico. As páginas que seguem orientam a uma discussão sobre as estratégias discursivo-argumentativas do jornalismo frente à incidência de fenômenos que questionam a sua legitimidade em diferentes graus na sociedade. Assim, o tema se constitui em torno do desafio do jornalismo contemporâneo para se manter como ator social reconhecido e fornecedor de informações confiáveis em um ambiente capitalista politicamente tumultuado. Busco refletir sobre os processos de deslegitimação do jornalismo atravessado pelo fenômeno da desinformação – este, nitidamente acelerado pelo avanço das tecnologias de informação e comunicação (TIC) e suas plataformas, em especial, as redes sociais digitais – sem, no entanto, negligenciar os aspectos ideológicos nos quais nos encontramos imersos. A legitimidade que está em jogo é a do jornalismo *per se*, isto é, o jornalismo enquanto uma instituição – questão que será pormenorizada posteriormente. Este é percebido, em um primeiro momento, como alvo de contestação e descrédito tanto por aqueles mais alinhados à esquerda quanto por aqueles mais alinhados à direita no espectro político. Considera-se como contexto o período do início da segunda década dos anos 2000, que explicita o esforço do jornalismo em se reafirmar como ator digno de credibilidade frente à efervescência da pós-verdade (WICHOWSKI, 2017).

A partir de mudanças no ecossistema da comunicação que ampliaram a oferta de conteúdo e de diferentes posicionamentos para a sociedade, tem-se como hipótese que o jornalismo, enquanto instituição, realiza um esforço para se reafirmar como digno de credibilidade. Relaciono a perda de credibilidade ao abandono do consumo de informações baseadas em fatos empíricos – a notícia – em detrimento do consumo de desinformação trabalhada de forma a se parecer como uma notícia – *fake news*. Isso porque creio que há uma combinação de fatores que possibilita o avanço de ideologias antidemocráticas e que envolve a queda de confiança nas instituições da imprensa e da política. O colapso de representação política dessas instituições, que inclui o declínio de autoridade e de potencial democrático delas, permite que os sistemas de informação sejam tomados pela desinformação estratégica (BENNET; LIVINGSTON, 2018). Parte do problema também se dá devido ao principal modelo de jornalismo no mundo, um modelo que funciona como uma indústria produtora de informação e que está submetido ao comercialismo, isto é, à preponderância do fator comercial com ênfase nos lucros (PICKARD, 2020). O comercialismo sobrepõe o que se tem como valores

tradicionais do jornalismo porque coloca o capital econômico acima de qualquer outro, inclusive o democrático.

A delimitação do tema considera o jornalismo no seu aspecto político. Aqui, isso significa compreendê-lo como uma instituição política. Essa é uma entre as várias formas de se observar o jornalismo político e é a forma que melhor ilustra o meu olhar sobre o campo, porque permite que se isole parcialmente o campo, mas sem esquecer que ele existe em interrelação com outras esferas sociais. Os campos, sob a perspectiva de Bourdieu (2010, 1997, 1983, 1974), são espaços simbólicos que se relacionam entre si, impondo-se uns aos outros.

O recorte abordado na tese tem foco no jornalismo comercial. Dentre a variedade de tipos de jornalismo existentes, o jornalismo comercial é aquele que se convencionou chamar de “jornalismo tradicional” (TAVARES, 2018). Nele (e também em outros modelos), há uma relação entre o jornalismo como instituição e o jornal (veículo) como ator político vicário da empresa jornalística que o detém – essa percepção é possível, ver-se-á, a partir da análise. Assim, o ator político jornal materializa o jornalismo e fala não somente em nome da empresa, mas também em nome do jornalismo como um todo, na defesa de um *ethos* institucional. Portanto, é essa ligação direta entre o jornalismo enquanto instituição e o jornalismo enquanto prática em um veículo midiático que me leva à afirmação do jornalismo *também* como ator político. Ainda, acerca desse jornalismo, a perspectiva de Tavares (2018, p. 31) me leva a crer na indissociabilidade entre a indústria do jornalismo e o jornalismo enquanto prática, isto é, o jornalismo em si. Compactuo do posicionamento da pesquisadora de que seja difícil defender uma diferenciação entre eles: “parece-nos que a crise do modelo de negócio – uma das vertentes da crise econômica – é uma das que levam à crise do jornalismo, já que interfere diretamente no seu conteúdo e que passa agora a ter que lidar com um cenário pouco conhecido até então”. Não obstante, compreendo que haja uma distinção entre o jornalismo produto de organizações de mídia e o jornalismo enquanto organização, porém, tal segmentação se torna secundária frente ao objeto já delimitado e aos objetivos a seguir expostos.

Como **objetivo principal**, a tese busca responder a) **que *ethos* o jornalismo apresenta e defende no contexto brasileiro politicamente polarizado e atravessado por constantes crises de legitimidade decorrentes da desinformação e do fenômeno da pós-verdade?** Para tal, faz-se necessário introduzir questões auxiliares: b) **quais são os discursos e posicionamentos apresentados pelo jornalismo** entre os anos de 2019 e 2022, quadriênio no qual a desinformação foi presença constante na política brasileira, inclusive, a partir das fontes oficiais e; c) **quais estratégias argumentativas podem ser depreendidas desses discursos e posicionamentos**. Essas questões levam a aspectos cruciais para o entendimento de como o

jornalismo enquanto instituição representada por seus atores políticos busca convencer seus interlocutores; também, de quais estratégias ele se vale para defender a sua permanência como ator em posição de credibilidade, com voz socialmente reconhecida e politicamente ativa na defesa do interesse público e no enfrentamento da desinformação.

Para viabilizar as respostas, o presente texto se debruça sobre a análise de editoriais, seção na qual o posicionamento de um veículo jornalístico é mais abertamente apresentado e também espaço em que o discurso jornalístico assume característica claramente argumentativa. Compõem a análise a referida seção dos jornais *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*, tidos como referências no jornalismo político no Brasil e frequentemente utilizados como fontes de informações por outros veículos jornalísticos do país, seja diretamente ou a partir das suas agências de notícias. A escolha desses veículos se dá porque, como afirma Nielsen (2014, p. 11) em sua análise do cenário estadunidense, “os jornais ainda produzem a maior parte dos conteúdos originais (mesmo que a televisão e as mídias digitais sejam mais importantes em termos de disseminação de notícias)”<sup>1</sup>. Também, por serem as marcas nacionais de impresso de maior circulação (IVC, 2022) e com maior média de confiança de acordo com o *Digital News Report* (2021) – *O Globo* tem 58% e *Folha de S.Paulo* e *O Estado de São Paulo* têm 56%. A seleção dos textos, que tem seus critérios detalhados no capítulo 4, resultou em 389 editoriais, publicados entre janeiro de 2019 e dezembro de 2022.

A metodologia empregada é uma das propostas apresentadas nesta tese. Ela se constitui da Análise Discursiva Argumentativa (AMOSSY, 2018a; 2018c; CHARAUDEAU, 2015b; ORLANDI, 2015; 1990; PÊCHEUX, 1990) – fundamentada no capítulo 3 e aplicada no capítulo 4 – combinada à Linguística de *Corpus* – também apresentada no capítulo 3 e operacionalizada no capítulo 4. Esse entrelaçamento busca unir o detalhamento das análises discursivas à grande capacidade analítica computadorizada e procura expandir as inferências da AD tradicional a um conjunto volumoso de textos de modo que seja possível a observação qualitativa em grande escala.

A Análise do Discurso de vertente francesa soma a partir do seu princípio de não estar interessada apenas na materialidade, isto é, no texto em si, mas também nas relações de poder, nas identidades e nos processos de consciência e inconsciência ideológicas. Ela permite uma “análise interna” – o que o texto diz e como ele diz – e uma “análise externa” – por que este texto diz o que diz (GREGOLIN, 1995), ou seja, analisar o discurso significa estar sempre diante da questão de como ele se relaciona com a situação que o criou. A AD francesa também

---

<sup>1</sup> No original, em inglês: newspapers still produce the most original news content (even as television and digital media are more important in terms of disseminating news).

tem foco nas condições de produção e de recepção textual e na construção de efeitos de sentido (MELO, 2009; PEREIRA, 1991) e opera com base em recortes (ORLANDI, 1986). Sob essa perspectiva, o discurso é considerado como sendo determinado pelos processos históricos e sociais e a linguagem figura como o lugar do confronto e do enfrentamento por excelência.

É marcante na AD francesa a questão da ideologia. Ela está diretamente ligada à noção de classe social. Gregolin (1995, p. 17, grifo da autora) diz que “a ideologia é, pois, a visão de mundo de determinada classe, a maneira como ela representa a ordem social. Assim, a linguagem é determinada *em última instância* pela ideologia”. O que Pêcheux entende por *formação ideológica* ou *condições de produção do discurso* está elaborado nesse contexto. Para ele, “a formação discursiva é aquilo que numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição numa conjuntura específica, determinada pelo estado de luta de classes, delimita o que pode e o que deve ser dito” (PEREIRA, 1991, p. 13). O discurso é um dos aspectos da materialidade ideológica, conforme sintetiza Gregolin (1995, p. 16) ao colocá-lo como parte fundamental para a geração de sentido de um texto, isto é, “o lugar onde se manifesta o sujeito da enunciação e onde se pode recuperar as relações entre o texto e o contexto sócio-histórico que o produziu”. A máxima de que, para a Análise do Discurso francesa, o sujeito não é dono do seu próprio discurso – ou seja, a construção lexical sofre atravessamentos histórico, político, econômico, por exemplo, que fazem do discurso algo que serve à ideologia dominante – me leva a crer que essa metodologia se faz coerente com a perspectiva da tese. A constituição da AD é permeada por aspectos semelhantes aos que me fazem perceber todo jornalismo como jornalismo político, por exemplo. Ainda, os fundamentos da AD são necessários para uma abordagem argumentativa. Justamente pelas características do gênero editorial, a argumentação se faz relevante ao valorizar as variáveis sócio-históricas e os estatutos do orador e do auditório, bem como por buscar esclarecer o funcionamento dos discursos a partir de falas situadas e sujeitas a coerções (AMOSSY, 2018a).

Dadas essas diretrizes, creio ser importante apontar que a tese é atravessada por duas noções que se fizeram primordiais em minha dissertação de mestrado e, inevitavelmente, são colaterais aqui. Tratam-se do campo jornalístico (BOURDIEU, 1997) em primeiro lugar e, em segundo, do jornalismo como instituição política (COOK, 2011), entendido assim, em resumo, pelas características de elaboração da sua agenda e a contribuição desta com a do poder político. Pondero que essas características se mantêm principalmente por dois motivos: em aspecto macro, pelo anseio pessoal de compreender o jornalismo, no seu gênero político, como integrante de um complexo sistema com papel fundamental de orientação social e manutenção da democracia; de modo mais específico, porque acredito que Bourdieu e Cook auxiliam na

compreensão de por que os editoriais que compõem o *corpus* de análise também podem ser tratados como jornalismo político. Pensar o jornalismo como ator de um sistema social sugere que ele esteja vinculado a outras esferas, com fronteiras nem sempre tão bem delimitadas quanto os nomes que damos a elas – campo jornalístico, campo político, campo econômico e assim por diante. Por isso, entendo que seja necessário visualizar os universos simbólicos envolvidos na tese como “produtos sociais que têm uma história” cuja compreensão dos seus significados demanda o entendimento da “história de sua produção” (BERGER; LUCKMANN, 2014, p. 128). Procuo ressaltar isso porque falo *sobre* e apresento reflexões *a partir de* um período histórico que atravessa toda a percepção da tese.

Berger e Luckmann (2014, p. 72) sustentam que o comportamento humano deve ser entendido dentro do seu contexto social de formação. Da mesma forma aqui, pensa-se ser importante demarcar temporalmente e contextualmente a fala. Para isso, inicialmente, tem-se o campo jornalístico e o campo político. Os dois campos comungam de algumas características: “não apenas o jornalismo, mas também a política, ficam obcecados por questões que possam tornar-se oportunas, concisas, facilmente descritíveis, dramáticas, cheias de cor e visualizáveis” (COOK, 2011, p. 240) – mesmo que, como afirma Marques de Melo (2012), o jornalismo tenha como ingredientes essenciais o conflito, a contradição, o inusitado e o imprevisível. Cabe mencionar que essas características comuns ao jornalismo e à política são marcantes também na pós-verdade, o contexto macro no qual acredito que o universo simbólico dos campos em questão está inserido. Discutir-se-á que a pós-verdade é um fenômeno que se aproveita de sintomas de uma sociedade com forte apelo às emoções e às crenças para formar e consolidar opiniões porque há uma tendência do indivíduo em aceitar mais facilmente aquilo que se aproxima das suas convicções. Soma-se a isso o declínio institucional, as interferências na esfera pública e os crescentes ataques ao jornalismo e aos valores iluministas – grosso modo, ataques à racionalidade (BENNET; LIVINGSTON, 2018) – que conferem um caráter volátil à sociedade.

Vale lembrar que todo momento histórico reflete aspectos do passado e prospecta consequências ao futuro. Daí, também, que resgato a origem do campo jornalístico a partir de Bourdieu (1997). Ele permite tomar consciência de que há um *ethos* assumido pelo jornalismo tradicional contemporâneo e que conserva as suas propriedades originais do campo descritas por este sociólogo francês: o caso mais recorrente na tese e que considero de suma importância para o entendimento do campo jornalístico é a orientação das empresas jornalísticas para o fator comercial, isto é, o vínculo que o campo jornalístico estabelece desde a sua origem com o campo econômico. Ainda, o momento histórico é fruto de um espaço geograficamente

delimitado. Reforço essa característica porque, apesar de a tecnologia interligar cada vez mais as culturas, transformar os acontecimentos locais em eventos mundiais e, da mesma forma, permitir regionalizar o que é global, a questão geográfica é determinante para uma pesquisa. Quando se restringe a pesquisa ao jornalismo político brasileiro, é preciso considerar geografia humana desse espaço e o conjunto de regras às quais os grupos pertencentes a ele estão submetidos. No caso do Brasil, somos regidos pela Constituição Federal de 1988 e, obedecendo a ela, encontramos todos os demais códigos que organizam juridicamente o que se pode chamar de sociedade brasileira. Já sob uma perspectiva de desenvolvimento e consumo cultural, temos o Brasil fortemente alinhado ao contexto do mundo ocidental, de modo que, enquanto acadêmicos, buscamos frequentemente embasar e comparar nossos modelos de fazer comunicação e de fazer política com estudos de vertentes majoritariamente europeias e norte-americanas. Torna-se imperativo definir a partir de onde se observam o jornalismo e a política, mesmo que todos os períodos estejam interconectados e não seja possível isolar passagens da história sem que se apresentem nelas resquícios de outros momentos. Portanto, cabe contextualização e delimitação de um período histórico coerente com o tema observado.

As diversas fases do Brasil enquanto república demonstram que o país oscilou entre períodos de maior e menor liberdade política, com dois regimes autoritários (Estado Novo, de 1937 a 1945 e Ditadura Civil-Militar, de 1964 a 1989) que deixaram uma herança latente na sociedade brasileira – herança esta que se manifesta sob a égide de *bons tempos* e faz, ainda hoje, grupos pedirem por intervenção militar no comando do país –, uma memória criada, em parte, pela vigilância da censura dos governos, mas cuja existência encontra responsabilidade também em corporações jornalísticas alinhadas aos propósitos dos políticos da época<sup>2</sup>. Alguns episódios têm mais ligações entre si do que outros, como a Marcha da Família com Deus pela Liberdade, em 1964, e a tomada do poder pelos militares naquele mesmo ano; o movimento Diretas Já, entre 1983 e 1984, culminando na eleição indireta de Tancredo Neves em 1985, no processo de uma Assembleia Constituinte e, finalmente, nas eleições diretas de 1989; e as manifestações de 2013 em todo o Brasil que levaram o país a uma série de desdobramentos que se cristalizaram na ascensão de uma direita populista que assumiu o controle do país quando da

---

<sup>2</sup> Guazina (2015, p. 61) relembra o que afirma ser paradoxal: que “a profissionalização do jornalismo após a ditadura militar tenha também trazido junto elementos relacionados à desconfiança nas instituições políticas que já estavam presentes nos anos autoritários”. Ela se refere aos partidos e aos políticos em geral, difamados em noticiários baseados em denúncias contestáveis e críticas homogeneizadas que colocavam os políticos – envolvidos em corrupção, cinismo e desmandos nos partidos e no Congresso – em oposição aos militares – eficientes, ordeiros e hierárquicos.

posse de Jair Messias Bolsonaro, eleito presidente da República em 2018 e, à época, filiado ao Partido Social Liberal (PSL)<sup>3</sup>.

Pensando que se deseja discutir o contemporâneo, considera-se como marco inicial de contextualização nesta tese o período de protestos populares de 2013 que ficou conhecido como Jornadas de Junho. O recorte histórico a partir daquele ano apresenta algumas especificidades que fazem dele um momento bastante particular na política brasileira. As mudanças sociais, políticas e econômicas no Brasil desde aquela época se combinaram às transformações tecnológicas (MICK; KIKUTI, 2020) e a principal delas é a importância das redes sociais digitais como ferramentas amplamente acionadas desde a organização até a exibição em tempo real das mobilizações. A questão tecnológica alterou a forma como se produz e se consome a informação em toda a cultura ocidental e, aqui, não foi diferente. É uma forma de articulação que pode ser considerada recente em uma escala histórica, pois o acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) ainda se encontra em expansão (como foi mencionado, o relatório TIC Domicílios de 2019 indica que o acesso às TIC mais que dobrou de 2013 a 2019).

Na esteira do avanço tecnológico da comunicação, as redes sociais digitais alteraram a forma de produção, distribuição e consumo de informações, introduzindo mudanças sociais significativas que refletem também na forma como a sociedade se relaciona com a informação. Em meados dos anos 1990, Thompson (2009, p. 76) já mencionava um “novo cenário técnico” que permitia converter, manusear e transmitir com maior flexibilidade e facilidade a informação. Desde então, a popularização do serviço de internet e o avanço rápido da tecnologia permitem que seja cada vez mais fácil produzir e propagar conteúdo. Ainda, acerca da determinante tecnológica que contribui na formatação do ambiente em que estamos imersos, Castells (2018, p. 26) lembra que a disputa do poder nas democracias contemporâneas envolve, além da política midiática e da política do escândalo, a autonomia comunicativa dos cidadãos, de modo que “na prática, só existe a política que se manifesta no mundo midiático multimodal que se configurou nas últimas duas décadas”. Ou seja, pensar a ação política exige pensar nas relações entre mídias e sociedade e ter consciência de que se a audiência nunca foi apenas receptora passiva, agora ela é mais que ativa: é também engajada na circulação de conteúdo.

A eleição de Bolsonaro como presidente da República foi o acontecimento que coroou a ascensão da extrema-direita conservadora ao poder e que penso ser justamente o ponto

---

<sup>3</sup> Bolsonaro deixou o PSL em novembro de 2019. Tendo se filiado neste que foi seu nono partido na carreira política em janeiro de 2018, permaneceu menos de dois anos no quadro da sigla. O PSL e o Democratas (DEM) iniciaram processo de fusão em outubro de 2021. A identidade que une os dois partidos é um terceiro, o União Brasil.



culminante para a intensificação da vivência do fenômeno da pós-verdade no Brasil incrementada por esse pano de fundo das mídias sociais digitais. Observando o acontecimento do avanço mundial da epidemia de SARS-Cov-2 em 2020, escancara-se o quão grave pode ser para a sociedade estar imersa num ambiente em que a verdade é cada vez mais relativa e dependente das emoções e crenças de cada um.

A crise mundial causada pela pandemia de coronavírus<sup>4</sup> desencadeou uma das mais graves situações sanitárias do planeta. No caso do Brasil, desde que a doença passou a ser registrada no país em meados de março de 2020, vivenciou-se uma enxurrada de desinformação. Em parte, porque as informações de como lidar com a doença foram sendo conhecidas junto com o vírus; em parte, também, devido à facilidade que a tecnologia proporciona de compartilhar conteúdos, muitos deles falseados – e neste caso, não se pode ignorar que se tratou de uma situação agravada pelo comportamento político de Jair Bolsonaro, agora à frente do governo brasileiro, e o relacionamento arreado do presidente com a imprensa, marca da sua gestão desde a posse<sup>5</sup>. A *LatAm Journalism Review*, do *Knight Center*, fundamentada em relatórios da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) e da ONG Repórteres Sem Fronteiras (RSF), chegou a apontar, em janeiro de 2021, o ano de 2020 como “o mais perigoso para o jornalismo profissional na história recente do Brasil” (LATAM JOURNALISM REVIEW, 27 jan. 2021)<sup>6</sup>. Na posição de chefe de Estado, Bolsonaro consolidou e chancelou a terceiros ataques diários aos jornalistas e ao jornalismo como um todo (MELLO, 2020).

Ao passo que cresciam os contágios e, conseqüentemente, as mortes relacionadas à doença, o governo se deparou com uma situação sem precedentes no país. Como resposta,

---

<sup>4</sup> Em dezembro de 2019, diversos casos de pneumonia foram detectados na cidade de Wuhan, província de Hubei, China. Em janeiro de 2020, as autoridades sanitárias anunciaram que um mercado de frutos do mar naquela cidade era o epicentro de um novo vírus, causador da síndrome respiratória aguda grave 2 (SARS-CoV-2, também chamada de *coronavirus* ou Covid-19, acrônimo de *Corona Virus Disease 2019*). No mesmo mês, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou emergência internacional, e, em poucas semanas, o vírus espalhou-se rapidamente pelo mundo.

<sup>5</sup> O cerimonial preparado para a posse de Jair Bolsonaro impôs uma série de restrições para a maior parcela dos jornalistas escalados para cobrir o evento. O cronograma exigia a chegada dos credenciados às 7h (a posse estava marcada para às 15h); limitava o que os profissionais podiam portar, inclusive os alimentos – garrafas de água estavam proibidas e frutas eram permitidas se fatiadas – e restringia severamente o espaço de circulação: “Apenas um jornalista de cada veículo poderia entrar no palácio, e com acesso restrito às autoridades. Os outros ficariam do lado de fora, na portaria ou num corredor aberto no meio da população. E a assessoria alertava: neste local, era preciso evitar movimentos bruscos. Fotógrafos não deveriam erguer suas máquinas. Qualquer movimento suspeito poderia levar um *sniper* [atirador de elite] a abater o ‘alvo’ (...) ‘A gente tem que avisar. Porque depois alguém toma um tiro...’, completava outra assessora” (Um dia de cão. Mônica Bergamo, Folha de S.Paulo, 1 jan. 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2019/01/um-dia-de-cao.shtml>>. Acesso em: 7 abr. 2021).

<sup>6</sup> Ataques a jornalistas explodem no Brasil em 2020 e maior parte vem do presidente Bolsonaro. Júlio Lubianco, *LatAm Journalism Review*, 27 jan. 2021. Disponível em: <<https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/ataques-jornalistas-brasil-bolsonaro-2020/>>. Acesso em: 9 out. 2021.

colocou-se na defensiva e passou a dificultar o acesso da imprensa às informações oficiais. Inclusive, a respeito disso, percebe-se a inédita colaboração entre empresas de comunicação brasileiras na criação do Consórcio de Veículos de Imprensa, lançado em junho de 2020. Integram a iniciativa os portais *GI* e *UOL* e os jornais *Extra*, *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*<sup>7</sup>. O Consórcio surge – justificam os seus criadores – em resposta às dificuldades de acesso a dados nacionais do Ministério da Saúde referentes à pandemia de coronavírus. Conforme notícia<sup>8</sup> do portal *UOL*, a formação dessa parceria decorre do tratamento dado à imprensa pelo governo federal na gestão de Jair Messias Bolsonaro<sup>9</sup>. Até 16 de abril de 2020, o Ministério da Saúde brasileiro divulgava o balanço de dados diário a respeito do coronavírus às 17h. Após a exoneração do ministro Luiz Henrique Mandetta, houve alteração para as 19h e, depois, para as 22h. Essa mudança provocou dificuldades para a imprensa devido ao horário de fechamento dos jornais impressos e dos principais telejornais noturnos do país. Além das mudanças de ordem prática, como o atraso na divulgação dos dados e a opção por não realizar mais a coletiva de imprensa diária sobre o assunto, o Ministério da Saúde modificou qualitativamente a oferta de informações. Inicialmente, o governo retirou do ar o portal onde divulgava o número de óbitos e o total de pessoas infectadas; em seguida, 19 horas mais tarde, reativou a página apenas com os casos registrados no dia de acesso. Entre outros detalhes, não foram mais disponibilizados os números consolidados, o histórico da doença no país e os dados em formato de tabela, classificados pela matéria como “essenciais para análises de pesquisadores e jornalistas”. Frente ao imbróglgio, o consórcio também escancarou o clima de desconfiança perante ao Poder Executivo: “o governo federal, por meio do Ministério da Saúde, deveria ser a fonte natural desses números, mas atitudes recentes de autoridades e do próprio presidente colocam em dúvida a disponibilidade dos dados e sua precisão” (*UOL*, 08 jun. 2020). Sob as máximas de zelo pela transparência e de direito da população à informação, o Consórcio passou a reunir por conta própria os números divulgados pelas secretarias de saúde dos 26 estados e do Distrito Federal. Entre as informações apuradas, estão o número de óbitos registrados e de casos testados como positivos para a doença, com o propósito de monitorar a

---

<sup>7</sup> Os veículos que integram o Consórcio pertencem a três empresas de comunicação: Grupo Globo (*Extra*, *GI* e *O Globo*); Grupo Folha (*Folha de S. Paulo* e *UOL*) e Grupo Estado (*O Estado de S. Paulo*).

<sup>8</sup> Veículos de comunicação formam parceria por transparência em dados de covid. *UOL*, 08 jun. 2020. Disponível em: < <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/06/08/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-por-transparencia-a-dados-de-covid.htm>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

<sup>9</sup> Questionado sobre as mudanças, o presidente Jair Bolsonaro afirmou, em 6 de julho: “Acabou matéria do *Jornal Nacional*”, em referência ao telejornal da TV Globo, de maior audiência no Brasil. O atraso na disponibilização dos dados foi interpretado como intencional pela imprensa, pois apesar de o presidente justificar problemas na consolidação dos números pelo Ministério da Saúde, a própria página do Ministério na internet indicava fechamento do boletim às 19h.

evolução do coronavírus no Brasil e de fiscalizar os números oficiais. Quase um ano depois, em março de 2021, o Ministério da Saúde muda novamente a forma de registros e consequentemente, notificações dos casos de morte por coronavírus. A mudança aconteceu, coincidentemente, quando o país batia o recorde de mais de três mil óbitos ligados à doença em um único dia. Apesar de apresentar pontos positivos e ser “um pedido antigo” (ESTADÃO, 24 mar. 2021) dos especialistas responsáveis pelos bancos de dados, a mudança foi mal recebida pelos órgãos estaduais e municipais de saúde pois, no único dia em que vigorou, houve impossibilidade de registrar as ocorrências<sup>10</sup>.

Em meio às declarações do presidente Bolsonaro desacreditando tanto a imprensa quanto os cientistas acerca da gravidade da doença, propondo tratamentos alternativos desencorajados cientificamente, criticando a recomendação do uso de máscaras<sup>11</sup> e desautorizando até mesmo o seu ministro da Saúde a investir em vacinas por conta de convicções ideológicas<sup>12</sup> (entre outros motivos), a fonte oficial por excelência – o governo – deixou de ser a principal referência ao menos para a parcela da imprensa mencionada, contrariando uma prática consolidada do jornalismo. No entanto, as declarações pouco formais e em tom displicente, exaltado ou irônico do presidente Bolsonaro e outros membros do governo continuam a formar frases de efeito que estampam uma coleção de manchetes de forte impacto para uma chamada de capa ou uma escalada. Nas redes sociais digitais, essas são publicações de grande engajamento em comentários e reações.

A combinação de fatores que possibilita o avanço de ideologias antidemocráticas envolve a queda de confiança nas instituições da imprensa e da política. O colapso da representação política dessas instituições, que inclui o declínio de autoridade e de potencial democrático delas, permite que os sistemas de informação sejam tomados pela desinformação estratégica (BENNETT; LIVINGSTON, 2018, p. 127). Os impactos políticos e diplomáticos (TANDOC *et al.*, 2018) e a rápida disseminação *on-line* (DOURADO; GOMES, 2019) indicam que a desinformação se trata de uma estratégia midiática de ampla abrangência política facilitada pelas redes sociais digitais e o cenário que se apresenta vem permitindo que movimentos de direita radical ganhem espaço a partir das mídias alternativas devido ao alto

---

<sup>10</sup> Após queda em notificações de mortes por covid, Ministério da Saúde recua em mudança de sistema. Estadão, 24 de mar. 2021. Disponível em < <https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,apos-queda-em-notificacoes-de-mortes-por-covid-saude-volta-atras-em-mudanca-de-sistema,70003659054>>. Acesso em: 24 de mar. 2021.

<sup>11</sup> As idas e vindas do discurso de Bolsonaro sobre vacinas, remédios e mortes pela Covid-19. Aos Fatos, 19 de fev. 2021. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/idas-e-vindas-do-discurso-de-bolsonaro-sobre-vacinas-remedios-e-mortes-pela-covid-19/>>. Acesso em: 21 de fev. 2021.

<sup>12</sup> Veja 10 vezes em que Bolsonaro criticou a CoronaVac. O Globo, 18 jan. 2021. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/veja-10-vezes-em-que-bolsonaro-criticou-coronavac-24843568>>. Acesso em: 21 de fev. 2021.

poder de propagação destas. Na política, essas mídias ajudam a organizar movimentos e partidos de maior sucesso eleitoral de vertente de *alt-right* (direita alternativa). Para Bennet e Livingston (2018, p. 128, tradução própria), a direita radical promove narrativas contraculturais que “desafiam os próprios princípios das liberdades democráticas e da tolerância e solapam as normas da razão e as evidências das quais depende o debate público racional nas democracias”<sup>13</sup>.

Ao observarem a fragilidade da política contemporânea associada aos problemas enfrentados pelo jornalismo, Bennett e Livingston (2018) afirmam que ela resulta no enfraquecimento dos processos democráticos principalmente quando somada ao crescimento do poder das elites empresariais e ao aumento da crença de que os problemas políticos podem ser resolvidos com soluções de mercado. Como mencionado, nesta tese se acredita que o jornalismo está permeado pelo fenômeno da pós-verdade. Partilhando do pensamento de Bennett e Livingston (2018), percebe-se que o jornalismo, principalmente de gênero político, encontra-se lado a lado da possibilidade de um outro regime com o mesmo prefixo, resgatado pelos autores em Crouch (2004), chamado de pós-democracia. Acerca disso, eles mencionam justamente a força que os grupos vinculados à *alt-right* alcançam a partir do uso de páginas na internet para promover conteúdo conspiracionista elaborado de forma a imitar o jornalismo para promover e distribuir desinformação de forma estratégica. Entre tantos recortes, este proporciona mais uma perspectiva de como os campos jornalístico, político e econômico estão atrelados.

Ora, sendo o processo de disseminação de desinformação uma estratégia política (SCHNEIDER; VALENTE, 2021), tendo a acreditar que as ações para o seu combate por parte do jornalismo são igualmente ações políticas. Desde a criação e o fomento de agências de checagem de fatos até o reforço de um *ethos* jornalístico a partir do posicionamento das empresas no intuito de atingir e convencer seus públicos/ interlocutores da necessidade de não abandonar o jornalismo tradicional em detrimento de outras fontes de informação, o jornalismo é um ator ativo. Ademais, são pertinentes também as observações de Charaudeau (2022), para quem os riscos da pós-verdade estão, inclusive, dentro do jornalismo e, portanto, demandam deste um posicionamento crítico sobre o seu fazer.

---

<sup>13</sup> Trecho completo original, em inglês: An important aspect of this mobilization of radical right movements involves the circulation of counter cultural narratives that challenge the very principles of democratic freedoms and tolerance and undermine the norms of reason and evidence on which rational public debate in democracies depends.

É nesse contexto que o primeiro capítulo apresenta a discussão sobre o campo jornalístico enquanto um espaço simbólico e também como ponto de confluência política e econômica, cujo aprofundamento da exploração bibliográfica permite questionar se, dada a sua gênese, estaria o modelo de jornalismo tradicional que conhecemos fadado a falhar em sua função social desde o início. Para tanto, aborda-se o campo jornalístico conforme Bourdieu (1997); adota-se a perspectiva de Cook (2011) acerca do jornalismo político; e introduz-se a questão econômica e a abordagem acerca da desinformação no jornalismo político, as transformações estruturais do campo e as implicações na democracia com o auxílio de Hirst (2020; 2017) e Pickard (2020). Acrescenta-se também a perspectiva do jornalismo enquanto sujeito enunciador do discurso, onde se busca discutir o *ethos* do jornalismo político (MAINGUENEAU, 2020; AMOSSY, 2018b) para, então, discorrer acerca da dimensão política do editorial no jornalismo.

Definido esse primeiro nível, que permite compreender acerca do funcionamento do jornalismo político conforme pensado nesta tese, o segundo capítulo aborda os termos que se apresentam complementares ao contexto observado. Inicialmente, a partir da ideia de desordens de informação (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) e os termos relacionados *mis-information*, *dis-information*, *mal-information* (BENKLER et. al., 2018; BENNETT; LIVINGSTON, 2018; TRÄSEL et. al., 2019; HIRST, 2021; BOLAÑO; MARTINS, 2021; SCHNEIDER; VALENTE, 2021), *fake news* (TANDOC et. al., 2017; LAZER et. al., 2018; DOURADO; GOMES, 2019); também, pós-verdade (TESICH, 1992; OXFORD LANGUAGES, 2016; ZARZALEJOS, 2017), bem como as noções de verdade e mentira (ARENDDT, 2019) e a relação desses conceitos com o jornalismo político.

O terceiro capítulo compreende a seção de apresentação da metodologia e discorre acerca da Análise Discursiva Argumentativa direcionada ao jornalismo político. Pontua-se a pertinência da análise do discurso a partir da percepção de que tal perspectiva teórica permite a verificação dos sentidos e significados produzidos pela língua em um contexto determinado (ORLANDI, 2015; 1990; PÊCHEUX, 1990). Acrescentam-se os dispositivos da análise argumentativa (AMOSSY, 2018a; 2018c) fundamentais para a construção e refinamento do dispositivo teórico bem como se discute a questão da percepção do leitor como elemento da abordagem argumentativa no editorial jornalístico enquanto principal alocutário deste. Ainda, complementa-se a teoria com noções acerca dos métodos digitais e dos softwares de linguística de *corpus* aplicados ao discurso.

Na sequência, o quarto capítulo detalha os procedimentos metodológicos, iniciando pelas justificativas de delimitação do *corpus* para as análises argumentativa e de linguística de

*corpus* por computador e, posteriormente, apresentando de que forma as ferramentas metodológicas foram operacionalizadas nesta tese. Nessa etapa, são apresentadas também algumas inferências proporcionadas pela análise.

O quinto e último capítulo apresenta as inferências finais articuladas com os componentes teóricos da tese e busca encerrar este ciclo retomando e respondendo às questões norteadoras. Não obstante, ao passo que essas questões se fecham, outras se abrem, inserindo a presente pesquisa no escopo de um trabalho delimitado, mas que está longe de ser fechado em si mesmo, vinculando-se a estudos recentes na expectativa de continuidade pois, longe de esgotar as discussões sobre o jornalismo político e a pós-verdade, vemo-nos todos perante desafios que se renovam diariamente.

## 1 JORNALISMO POLÍTICO

O ponto de partida desta tese é o de que *todo jornalismo é político*. Parto do pressuposto de que o jornalismo deve ser entendido como uma instituição política (COOK, 2011) porque, entre as suas características, destacam-se os atos de propor valores à sociedade e de contribuir com agendas do poder público e de outros atores sociais reforçando a autoridade deles. Justamente pelo poder de lançar valores à sociedade é que a intermediação do jornalismo se apresenta como recurso fundamental para o jogo político, inclusive para a manutenção dos valores democráticos.

A ideia de que *o jornalismo é político* significa mais que a divisão editorial de política: *ser político* é algo que se alastra por todo esse segmento midiático. A política está nas editorias de economia, saúde, geral e até mesmo cultura, esportes, tecnologia e comportamento. Antes de qualquer divisão por editorias ou nichos de interesse público, jornalismo também é discurso e não há discurso que seja imparcial, isento de ideologia. Ademais, quando se observa o jornalismo sob a sombra do capital financeiro, como é o caso do jornalismo convencional, torna-se ainda mais evidente que toda a produção jornalística de um determinado veículo, das *hard news* aos *fait divers*, está interligada e orientada ao objetivo do lucro. Decorre também daí a necessidade de perceber o jornalismo como ator político. E em momentos de ebulição política, o caráter político do jornalismo se torna mais aparente. Para a esquerda, a mídia tradicional é de direita; para a direita, o contrário – isso acontece mesmo que a imprensa se mantenha invariavelmente como pilar de sustentação do discurso da elite.

Em relação ao campo econômico, em março de 2021, na ocasião do lançamento de uma revista científica cuja edição foi dedicada à Economia Política da Desinformação, Bolaño e Martins apresentaram uma interessante constatação que sintetiza a dança que a imprensa faz com a política e o capital. Eles relatam que a revista foi finalizada na semana em que o Brasil contabilizava 250 mil mortes decorrentes do coronavírus. Ao mesmo tempo, os autores identificaram, naquela mesma época, anúncios defendendo a prescrição de medicamentos ineficazes contra a doença em pelo menos oito jornais brasileiros – anúncios pagos por uma associação de médicos. Bolaño e Martins dizem que médicos com o posicionamento alinhado ao *tratamento precoce* geralmente não têm sido acionados como fontes porque as empresas de mídia não compartilham do referido posicionamento e não concordam com as receitas que indicam o chamado *kit Covid* aos doentes. A reflexão que levantam vai no sentido de esse grupo ser bem-vindo em outra seção da empresa jornalística – o departamento comercial: “O exemplo evidencia a articulação de interesses – econômicos, políticos e ideológicos – que acaba

sustentando e fomentando a desinformação” (BOLAÑO; MARTINS, 2021, p. 5). No caso do jornalismo comercial, as empresas de comunicação defendem publicamente que trabalham pelo bem da sociedade, regidas por valores como ética, credibilidade e imparcialidade (CHRISTOFOLETTI, 2010). Acredito e procuro fundamentar neste capítulo que quando se verifica, sob uma perspectiva histórica, que os problemas de informação inconsistente (*misinformation*) podem ser resultado de escolhas no dia a dia profissional ou empresarial, essas escolhas também são escolhas políticas. Isso, é claro, para além do papel que o jornalismo tradicional exerce na manutenção do *status quo*.

Bennett e Livingston (2018) dizem que apesar das turbulências, há uma certa ordem que garante alguma estabilidade na relação entre mídia e política: a grande mídia continua valorizando muito as fontes oficiais, os cidadãos continuam consumindo o produto dessas mídias e as eleições continuam acontecendo. No entanto, principalmente na última década, tem-se exemplos que já demonstram fissuras mais aparentes na democracia que impulsionam para uma revisão dessa normalidade.

Bravatas proferidas justamente pelas fontes oficiais negam as evidências, a cientificidade, abastecem redes de desinformação e *fake news* e alimentam crenças infundadas. Dois exemplos que repercutiram bastante na imprensa brasileira: nos Estados Unidos, o empresário e então presidente estadunidense Donald Trump contestou veementemente o resultado das eleições de 2020 desde o momento em que a derrota começou a se converter em realidade nas urnas, minando sua tentativa de reeleição. Trump tentou impedir a contagem de votos em alguns estados e, sem reconhecer a vitória de Joe Biden, apelou à Justiça<sup>14</sup>. No Brasil, apesar de eleito presidente em 2018 dentro dos parâmetros constitucionais, Jair Bolsonaro continuou a pôr em dúvida o sistema eleitoral brasileiro, levantando rumores sobre fraudes eleitorais e pregando o retorno do voto impresso como “pauta importantíssima”<sup>15</sup> a ponto de envolver, entre outros, o ministro da Defesa, Walter Braga Netto<sup>16</sup>, em narrativas de teor

---

<sup>14</sup> Trump sofre novo revés judicial em tentativa de reverter derrota. DW, 22 de nov. 2020. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/trump-sofre-novo-rev%C3%AAs-judicial-em-tentativa-de-reverter-derrota/a-55694025>>. Acesso em: 16 de mar. 2021.

<sup>15</sup> Voto impresso é a próxima investida de Bolsonaro, com apoio de Arthur Lira. Chico Alves (colunista), UOL, 12 de mar. 2021. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/colunas/chico-alves/2021/03/12/voto-impresso-e-a-proxima-investida-de-bolsonaro-com-apoio-de-arthur-lira.htm>>. Acesso em: 16 de mar. 2021.

<sup>16</sup> Em 22 de julho de 2021, o jornal O Estado de S. Paulo publicou reportagem afirmando que o ministro da Defesa enviou um recado ao presidente da Câmara dos Deputados, Arthur Lira (Progressistas-AL). Conforme o texto, “o general pediu para comunicar, a quem interessasse, que não haverá eleições em 2022, se não houvesse voto impresso e auditável” (Ministro da Defesa faz ameaça e condiciona eleições de 2022 ao voto impresso. Andreza Matis e Vera Rosa, O Estado de S. Paulo, 22 de jul. 2021. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,ministro-da-defesa-faz-ameaca-e-condiciona-eleicoes-de-2022-ao-voto-impresso,70003785916>>. Acesso em: 22 de jul. 2021). Apesar de Lira e Braga Netto, bem como o presidente do Senado, Rodrigo Pacheco (DEM-MG), o presidente do Tribunal Superior Eleitoral, Luis Roberto Barroso e o



antidemocrático e os chefes das Forças Armadas<sup>17</sup> em atos do mesmo nível, a exemplo de um desfile militar promovido em frente ao Congresso no mesmo dia em que a Câmara dos Deputados votava a proposta.

Acredito que para se discutir a respeito do jornalismo político contemporâneo, faz-se necessário abordar dois tópicos: o campo jornalístico – o qual se percebe estar passando por uma transformação – e o jornalismo compreendido como uma instituição política. O ato de assumir a existência de um campo jornalístico coloca a tese em afinidade com as reflexões propostas por Bourdieu (1997). A literatura do sociólogo aponta não somente para a existência do referido campo, como também indica a forte relação dele com os campos político e econômico. Esses campos estão em contato permanente e se interpolam. Tais atravessamentos, creio, são responsáveis pelo papel do jornalismo enquanto instituição política, uma afirmação pontuada por Cook (2011) e também defendida aqui.

Ao direcionar o foco da tese para o jornalismo político, observam-se características do campo jornalístico que se definem a partir da intersecção com o campo político. Isso indica mais do que a coexistência desses espaços simbólicos: as características de um são incorporadas ao outro. Notam-se os conflitos entre os dois campos na busca por credibilidade (GUAZINA, 2013); o ambiente de desconfiança da imprensa para com atores políticos nas coberturas jornalísticas (GUAZINA, 2015; 2013; MOTTA e GUAZINA, 2010); a transposição da característica de dualidade e conflito do campo político para o jornalístico (BORRAT, 1989; MOTTA, 2007); as interações entre fontes, assessores e imprensa (SARTOR, 2011); e os procedimentos discursivos de convencimento dos quais o jornalismo político lança mão (CHARAUDEAU, 2022) por exemplo, sem esquecer a parcela de participação determinante do campo econômico, outro espaço simbólico que exerce muita força sobre o universo desta pesquisa. Esses são os principais elementos que creio fundamentais para a contextualização do jornalismo político nacional, que se vê confrontado como talvez jamais e fora precisando sair em defesa não somente das ideologias que crê como mais adequadas como também de si mesmo.

---

vice-presidente da República, o jornal se posicionou por meio do diretor de jornalismo do Grupo Estado, João Caminoto, ratificando a ameaça (Lira reafirma eleições em 2022 e Braga Netto nega falar via interlocutor; Estadão mantém informações. Camila Turtelli, Wesley Galzo e Lauriberto Pompeu, O Estado de S.Paulo, 22 de jul. de 2021. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,lira-reafirma-eleicoes-em-2022-e-braga-netto-nega-falar-via-interlocutor-estadao-mantem-informacoes,70003786471>>. Acesso em: 22 de jul. 2021.

<sup>17</sup> Desfile vazio de Bolsonaro aumenta pressão sobre comandante do Exército. Igor Gielow, Folha de S.Paulo, 10 de ago. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/08/desfile-vazio-de-bolsonaro-aumenta-pressao-sobre-comandante-do-exercito.shtml>>. Acesso em 11 de ago. 2021.

## 1.1 CAMPO JORNALÍSTICO CONTEMPORÂNEO: ESPAÇO DE INCERTEZAS

É inegável que o progresso tecnológico trouxe consigo a possibilidade de ampliar a democratização da comunicação e do conhecimento. Ações que há menos de meio século demandavam aparelhos, técnicas e tempos de execução bastante distintos são, hoje, efetuadas de forma bastante simples e com poucos toques na tela de um *smartphone*: registro e edição de imagens e textos feitos a partir de qualquer lugar do mundo podem ser acessados imediatamente em qualquer outro ponto do planeta. Essa é a realidade que dá início ao momento histórico ao qual a tese se refere. Mas a posse de uma ferramenta, por melhor que ela seja, não garante o seu bom uso. Da mesma forma que as redes, hoje, facilitam o compartilhamento rápido de conteúdo em larga escala, também facilitam as chamadas desordens de informação (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) e a produção e a disseminação de desinformação (PICKARD, 2020; VOSOUGHI *et. al.*, 2018; GRAVES, 2013), contribuindo para a perpetuação de um ambiente de pós-verdade inundado de *fatoss alternativos*<sup>18</sup> para os acontecimentos (D'ANCONA, 2018; TEITELBAUM, 2020). Assim, os problemas que o jornalismo atravessa nesse contexto são, em parte, resultado do impacto causado pela tecnologia também no cenário político (ZAFRILLA, 2022; TAVARES *et al.*, 2021; WARDLE; DERAKHSHAN, 2017). As mudanças introduzidas na sociedade são significativas na esfera técnica (acesso facilitado à internet por celulares, por exemplo) e também na esfera qualitativa (tipos das informações disseminadas). Pensando nas mudanças do jornalismo no Brasil, Tavares (2018) une o fator econômico ao tecnológico. Invariavelmente, os dois incidem sobre a empresa jornalística e provocam mudanças na atividade-fim.

Cabe destacar que não se trata de algo novo. Há mais de uma década, Marques de Melo (2012, p. 161) mencionava que falar em crise no jornalismo já havia se tornado lugar comum. Fosse pelas mudanças impostas pelas inovações tecnológicas, fosse pela intempérie da desregulamentação do exercício da profissão no Brasil – que vedou a reserva dos mercados aos diplomados em curso superior na área –, o jornalismo passava, novamente, por mudanças estruturais. Esses são apenas dois exemplos de uma série de impasses, questões que sempre

---

<sup>18</sup> A expressão “alternative facts” foi utilizada pela assessora do presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, quando questionada sobre o recorde de participação popular no evento da posse. Confrontada de que tal afirmação era uma mentira, ela relativizou a acusação dizendo que os dados da equipe de Trump ofereciam “fatoss alternativos” aos da imprensa. Meet the Press – Conway: Press Secretary Gave ‘Alternative Facts’. NBC NEWS, 22 jan. 2017. Disponível em: <<https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643>>. Acesso em: 16 mar. 2021.

orbitaram a atividade jornalística e promoveram inúmeras previsões de quanto tempo mais o campo resistiria.

Ao afirmar que antecipações desse tipo não passam de “exacerbação dos ânimos (...) ancorada em evidências impressionistas” (MARQUES DE MELO, 2012, p. 162), o catedrático menciona uma passagem de Neveu que coloca a dicotomia entre existência e extinção do jornalismo como perene. Neveu justapõe o jornalismo e as “mitologias” que o envolvem e lembra que essa discussão se renova frequentemente. Diz ele que o jornalismo é inseparável tanto das mídias nas quais ele se desenvolve quanto dessas “mitologias contraditórias e confusas” da comunicação:

Algumas vezes tais mitologias celebram, com uma ingenuidade repetida, o anúncio de revoluções da comunicação e do jornalismo diante da aparição de qualquer nova mídia. Outras vezes, convidam a resumir uma essência dos problemas do jornalismo, sobre os quais tudo já teria sido dito há um século e meio, por Balzac, em *Ilusões Perdidas* (NEVEU, 2006, p. 15, grifo do autor).

Tampouco acerca da desinformação há ineditismo. É sabido que a disseminação de desinformação fez parte, inclusive, de estratégias militares e foi bastante usada em guerras e outros episódios políticos do passado. Porém, percebe-se que a desinformação vivenciada hoje está em um patamar nunca antes observado, principalmente pelo uso das redes sociais digitais (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017; VOSOUGHI *et al.*, 2018; SCHNEIDER; VALENTE, 2021). Não somente por causa delas, mas principalmente a partir delas, é que se fala em “um novo paradigma” determinado “pela coleta massiva de dados, pelo processamento inteligente por algoritmos, sistemas de Inteligência Artificial e serviços personalizados e voltados a modular comportamentos” (SCHNEIDER; VALENTE, 2021, p. 89). A situação que o jornalismo enfrenta agora é mais uma que, acredito, longe de decretar a sua morte, impõe adaptações.

Em 2019, estimou-se que 142 milhões de brasileiros acessaram a internet pelo celular, o que correspondia a 78% da população do país com dez anos ou mais. Em 2013, a proporção era de 31% (NIC.BR, 2020). Uma vez que o acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação ainda se encontra em expansão no Brasil, essa é uma forma de articulação política e midiática recente numa escala histórica nacional e, por isso, demanda ampla reflexão. Tal situação impõe novos desafios ao campo jornalístico, que se vê provocado naqueles que seriam os seus principais objetivos sociais: informar a sociedade, contribuir para a democracia e fortalecer a cidadania (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003).

A quebra de hegemonia dos ditos “veículos tradicionais” alterou a forma como a população consome informação. De acordo com a *Digital News Report* (2021), pesquisa desenvolvida pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism* e pela *University of Oxford*, as redes sociais são consideradas fontes de informação para 63% dos brasileiros. Já de acordo com o relatório *Trust Barometer* (EDELMAN, 2020), a confiança nas mídias tradicionais como fontes de notícias e informações no Brasil marcou índices de 49% (janeiro) e 52% (maio) em 2021, oscilando negativamente em relação aos 56% registrados em 2020. Trata-se de uma queda considerável em comparação com os índices de 67% em 2016 e de 70% em 2012. A porcentagem se aproxima do nível de confiança das mídias sociais, que era de 58% em 2012, chegou a 61% em 2016, mas retrocedeu a 50% em 2020 e caiu ainda mais: 39% em janeiro e 42% em maio de 2021. Esse espaço que o jornalismo perde é ocupado por outras fontes de informação a partir da disseminação do uso de redes sociais digitais. Destaco que não acredito em uma mudança radical, abrupta, que dará fim ao modelo de jornalismo já consolidado em detrimento de outro, afinal, percebe-se que não há uma transferência da credibilidade das mídias tradicionais para as redes sociais digitais. No entanto, penso que diferentes formatos podem coexistir, e o jornalismo sabe que precisa se adaptar – como já é possível experimentar com as agências de checagem e veículos independentes. Quanto ao jornalismo tradicional, ele precisa reforçar o seu *ethos*, de modo a frear o desgaste que vem sofrendo às custas da progressiva queda de confiança oriunda, em parte, da facilidade de se propagar desinformação na *web*.

Bourdieu (1997, p. 101, grifo do autor), ao descrever o campo jornalístico, estava interessado em refletir acerca dos “*mecanismos*” exercidos por este campo sobre os jornalistas e sobre os demais campos (para exemplificar, ele cita os campos cultural, jurídico, literário, artístico e científico). Esse é o objetivo dele ao discorrer acerca d’*A Influência do Jornalismo*, texto em que afirma logo de início a sua percepção sobre o espaço simbólico sobre o qual também me debruço nesta tese. Para Bourdieu, trata-se de “um campo jornalístico cada vez mais sujeito às exigências do mercado (dos leitores e dos anunciantes)”. Tais exigências atuam no sentido de promover uma restrição estrutural a partir do próprio campo, de modo que o sociólogo tinha para si como naturalizada a questão de que a lógica do mercado exerce influência sobre os campos de produção cultural por meio do jornalismo:

dominado pelas pressões do mercado, modifica mais ou menos profundamente as relações de força no interior dos diferentes campos, afetando o que aí se faz e o que aí se produz e exercendo efeitos muito semelhantes nesses universos fenomenicamente muito diferentes (BOURDIEU, 1997, p. 101).

Da mesma forma que Bourdieu, Nielsen (2014) percebe que o jornalismo enquanto atividade profissional é bastante ligado ao mercado através da indústria da mídia. No entanto, diferente da abordagem de Bourdieu, ele se dedica a observar o cenário sob outro ângulo: o impacto do mercado sobre o jornalismo. Por isso, acredito que Nielsen oferece uma perspectiva complementar à observação de Bourdieu. A força do mercado sobre o jornalismo modifica o campo e, conseqüentemente, altera o modo como o jornalismo exerce a sua parcela de influência na sociedade. A *entidade* jornalismo, por si, não executa nada. Daí a relação entre a instituição e o jornal, este, como mencionado, ator político vicário da empresa jornalística, comandada por um corpo empresarial, mas operada por jornalistas (empregados).

Penso que um fator determinante para se observar o campo jornalístico como um espaço de atravessamentos que também envolve os campos político e econômico é a sua consolidação como atividade econômica. O resgate histórico apresentado por Reginato (2019) menciona que a primeira tese sobre a atividade jornalística foi apresentada na Alemanha no fim do século XVII, mais especificamente em 1690. Naquela época, Tobias Peucer (2004) já defendia que a principal finalidade das notícias era informar. Partindo dessa tese inaugural, a pesquisadora levantou quase duas dezenas de outras finalidades largamente discutidas nos últimos três séculos. Apesar de séculos de reflexões acerca da atividade, a emergência do jornalismo enquanto profissão data do século XIX, quando da distinção entre o jornalismo e outros tipos de publicações e escritas, fossem elas literárias, opinativas ou sensacionalistas (BOURDIEU, 1997). A consolidação ocorre no século XX com a estruturação de rotinas de trabalho próprias, hierarquias entre empresas, profissionais e tipos de jornalismo praticados e o desenvolvimento das escolas de jornalismo, estruturação de sindicatos e associações profissionais e o reconhecimento das credenciais de imprensa (NIELSEN, 2014). A *influência* sobre a qual discorre Bourdieu remete à dinâmica de organização do próprio campo e, conseqüentemente, a todos os elementos recém citados e bate de frente com a noção de que há uma verdade absoluta, sendo ela “autônoma em relação a qualquer processo de observação, verificação e posterior relato, jornalístico ou não” (BARROS FILHO, 2002, p. 158). Ela atravessa desde o posicionamento institucional da empresa até a forma como um estagiário de redação executa as suas primeiras atividades a partir do que ele imagina que a chefia e os futuros colegas de profissão esperam – o *habitus* profissional. Como explica Barros Filho (2002, p. 160), “essa práxis é constituída por um conjunto de procedimentos que se converte, para os próprios jornalistas – observadores de suas múltiplas ações – numa rotina, com aspectos repetitivos, característicos de uma socialização intensa”. E complementa:

O domínio progressivo desses procedimentos por parte de um novato é inseparável do aprendizado, também progressivo, da estrutura e funcionamento do espaço social em que acaba de ocupar posição. Muito além das hierarquias regimentais vem se incorporar a identificação das demais posições, a definição da sua própria pelos demais agentes, as relações sociais que estruturam o espaço, as estratégias de conservação e subversão postas em prática pelos ocupantes das distintas posições, os objetos privilegiados de luta, os circuitos de consagração, etc. (BARROS FILHO, 2002, p. 160).

A dimensão profissional do jornalismo da forma como Nielsen (2014, p. 7) a compreende também aborda as origens do jornalismo profissional e a distinção do tipo de conteúdo do campo entre as demais formas de produção de conteúdo ou de trabalhos e atividades do cotidiano. Diz o autor que há “certo grau de autonomia profissional”<sup>19</sup> no jornalismo, bem como se trata de uma profissão preocupada “com o controle de tarefas, com jurisdição sobre quem pode fazer o quê e como”. Em outras palavras, fazer jornalismo é mais do que “atos de jornalismo”, no sentido que que é mais do que produzir conteúdo, porque isso *qualquer* indivíduo pode executar; fazer jornalismo compreende uma atividade delimitada por uma série de princípios e praticada sob *expertise*: “atos de jornalismo não são o mesmo que jornalismo, como viemos a entendê-lo. Resumindo: sem profissão, sem jornalismo” (NIELSEN, 2014, p. 7, tradução própria)<sup>20</sup>. Cabe mencionar que Nielsen reconhece a existência de jornalismo sendo praticado em outras instâncias e grupos, mas a percepção dele é de que isso acontece em escala reduzida. Portanto, o jornalismo existe em diversas formas, “mas elas são fundamentalmente diferentes do que o jornalismo passou a significar no mundo ocidental no século XX” (NIELSEN, 2014, p. 7, tradução própria)<sup>21</sup>. Ou seja, ao falar em jornalismo, acionam-se conhecimentos distintivos desta para com outras atividades. Compactuo da assertiva de Nielsen. Penso que não é possível falar de jornalismo sem que se tenha em mente o profissional especializado que o produz e, por isso, creio que caiba uma breve reflexão acerca desse sujeito. Há uma distinção na prática do jornalismo em relação aos demais tipos de trabalho (NIELSEN, 2014), e elas são descritas por um *habitus* e um *ethos* próprios que moldam o campo jornalístico: eles orientam o jornalista e este, ao incorporar os códigos que aprenderam, passam

---

<sup>19</sup> No original, em inglês (trecho completo): The *professional* dimension overlaps with Hallin and Mancini’s third variable, the historical development of journalism as not simply a kind of work integrated into and an extension of other spheres of life, like commerce, cultural production, or politics, but as a distinct kind of work at least in part separated from other kinds of “content production” and enjoying some degree of professional autonomy. It relies on the sociological conception of a profession as being primarily concerned with the control of tasks, with jurisdiction over who can and should do what and how.

<sup>20</sup> No original, em inglês: acts of journalism are not the same as journalism as we have come to understand it. In short: no profession, no journalism.

<sup>21</sup> No original, em inglês: But it is fundamentally different from what journalism has come to mean in the Western world in the 20<sup>th</sup> century.

a agir em favor da manutenção e conseqüente perpetuação desses códigos nas rotinas diárias, repassando a cultura profissional adiante.

Retomando *A Influência do Jornalismo*, quando da data da publicação original do texto de Bourdieu, em 1994, a televisão era o veículo em destaque. Quase três décadas depois, o campo jornalístico se transformou em muitos aspectos com a emergência de novas plataformas, mas conserva características daquele tempo, entre elas, a que diz respeito ao mercado de trabalho. Dados do *Bureau of Labor Statistics* dos Estados Unidos indicam que aquilo que Nielsen (2014) chama de *indústria da mídia* – ela inclui, mas não se delimita às atividades do jornalismo hegemônico – absorve a maioria dos jornalistas profissionais ativos. Naquele país, os maiores empregadores do setor estão concentrados em dois grupos: jornais, periódicos, livros e editoração, com 35% dos empregados; e serviços de radiodifusão televisiva e radiofônica, com 32%. Ainda há outra categoria, nomeada como “outros serviços de informação”, referente ao setor de negócios especializados e provedores de serviços de informação (Nielsen cita *Reuters*, *Bloomberg* e o setor de mídia digital, composto por agregadores, distribuidores mecanismos e editores apenas *online*) e que representa 10% dos contratos. Os dados de Nielsen colhidos no *U. S. Bureau of Labor Statistics* em 2014 e os números recém mencionados do próprio órgão<sup>22</sup> referentes ao ano de 2019 apresentaram variação mínima das porcentagens, sugerindo uma estabilidade até então. Todavia, a pesquisa do *U. S. Bureau of Labor Statistics* previa redução de 11% no mercado de trabalho para repórteres, correspondentes e especialistas em notícias em dez anos. Isso representa uma estimativa de que 5,8 mil postos de trabalho deixassem de existir. Cabe lembrar que essa previsão é de 2019 e ainda não considerava os impactos da pandemia de coronavírus.

Ainda que se deva levar em consideração as particularidades metodológicas de cada conjunto de dados, considero interessante estabelecer um contraste quando se tratam dos profissionais brasileiros. Constatações apresentadas por Tavares *et al.* (2021) ao analisarem o profissional jornalista brasileiro em contexto de crise levantam questões que valem observação.

Inicialmente, para Tavares *et al.* (2021), tratam-se de crises porque há uma dificuldade de aglutinar, no singular, uma descrição específica que componha o cenário. As abordagens são múltiplas, eles explicam. Primeiro, quanto ao objeto da crise em si: o jornalismo ou seu modelo comercial; um tipo específico de jornalismo (impresso, rádio, TV, etc.) ou uma crise estrutural

---

<sup>22</sup> Os números foram atualizados considerando as informações mais recentes publicadas pela mesma fonte usada por Nielsen em 2014. Occupational Outlook Handbook: Reporters, Correspondents, and Broadcast News Analysts. U. S. Bureau of Labor Statistics, 2019. Disponível em: <<https://www.bls.gov/ooh/media-and-communication/reporters-correspondents-and-broadcast-news-analysts.htm>>. Acesso em: 26 de jul. 2021.

do capital. Segundo, o tempo, isto é, o momento contemporâneo, caracterizado pelos pesquisadores como um período de crise por diferentes fatores (transformações, incertezas e desafios relativos ao campo). Terceiro, a diversidade dessa crise, que se manifesta de maneira variável conforme o país que está sob o foco da análise. Porém, a unanimidade recai no papel que o desenvolvimento das ferramentas de internet tem nos diferentes contextos

que traz como consequência um sistema de mídia híbrido (CHADWICK, 2013). Com isso, os profissionais se deparam com um ambiente que permite às pessoas comuns a produção de conteúdo, participação em debates que ocorrem nas páginas dos veículos, questionamentos ao discurso jornalístico e compartilhamento de materiais de uma infinidade de fontes de informação (TAVARES *et al.*, 2021, p. 6).

A precarização do trabalho tem raízes também nos novos vínculos estabelecidos entre os profissionais e as empresas, com aumento das contratações de jornalistas sob o regime do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), num fenômeno caracterizado como “pejotização da profissão” e que, no Brasil, não se restringe apenas aos grandes centros urbanos, podendo ser verificado em localidades menores (TAVARES *et al.*, 2021, p. 6-8): mudam as rotinas produtivas, as funções e as exigências, o perfil profissional e os valores da profissão.

Em relação às mudanças que as empresas passaram a enfrentar, destacam-se o ajuste no modelo de negócios por conta do desenvolvimento tecnológico e a gradual popularização dos dispositivos e serviços possibilitados por ele principalmente a partir da virada do milênio. O jornalismo ocidental viu os veículos tidos como tradicionais perderem em audiência e em receita enquanto as mídias digitais se desenvolviam. De acordo com a *Digital News Report* (2021), a televisão tem apresentado queda contínua como fonte de informação no Brasil ao passo que cresce o uso da internet para fins informativos. O índice decresceu de 78% em 2017 para 61% em 2021 – patamar semelhante aos 63% que representam as respostas de quem escolhe se informar pelas redes sociais. O uso da internet cresce no Brasil, porém é importante destacar que o acesso a esta tecnologia ainda não atingiu o mesmo patamar de abrangência do rádio e da televisão. Conforme a Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros mais recente, a TIC Domicílios 2019, verificou-se que a situação de isolamento provocada pela pandemia “tornou ainda mais evidente a exclusão digital de parcela significativa da população, que persiste em um contexto de desigualdades no



acesso, nas habilidades digitais e na capacidade de realizar atividades de maneira remota” (NIC.BR, 2020, p. 59)<sup>23</sup>.

O Brasil é só mais um país que vivencia as mudanças significativas pelas quais passa o jornalismo ocidental. Ao analisar o campo em seis países (Alemanha, Finlândia, França, Itália, Reino Unido e Estados Unidos) de três regiões distintas (América do Norte, Norte Europeu e Sul Europeu), Nielsen (2014) mapeia situações que embasam a sua afirmação de que o jornalismo passa por diferentes momentos e diferentes crises em diferentes lugares. Parte delas é decorrente da forma como o jornalismo se desenvolveu naqueles países pós-Segunda Guerra e parte é característica das transformações estruturais das mídias já no século XXI, sobretudo a partir das consequências da combinação entre as forças econômica e tecnológica na competitividade dos veículos pela audiência do público. Distinguindo essas crises, temos

primeiro, uma *crise econômica* relativa à própria existência da indústria da mídia de notícias que subscreve o jornalismo como uma ocupação, uma forma de trabalho assalariado, segundo, uma *crise profissional* relativa à demarcação do próprio jornalismo, sua separação de outros tipos de trabalho, e, terceiro, uma *crise de confiança* nas relações entre o jornalismo e as pessoas que constituem o público que o jornalismo afirma que pretende servir (cf. Gitlin, 2011) (NIELSEN, 2014, p. 2, tradução própria, grifos do autor)<sup>24</sup>.

Cada uma dessas crises é compreendida a partir da definição mais simples do termo “crise” para o autor – “uma situação perigosa e instável que testa os estados de coisas existentes, neste caso, o *status* que o jornalismo adquiriu no século XX” (NIELSEN, 2014, p. 3, tradução própria)<sup>25</sup> – e remete a uma questão acerca do campo, respectivamente: o jornalismo sobreviverá? (*will journalism survive?*); o que é jornalismo? (*what is journalism?*); qual é a situação do jornalismo? (*what is the status of journalism?*).

O estudo de Nielsen também menciona dois aspectos que julgo interessantes de constar aqui. Primeiro, a aproximação que ele tece entre os três focos de crise no jornalismo recém citados e a compreensão do funcionamento do sistema de mídia de Hallin e Mancini – a saber, o quão desenvolvido é o mercado de mídia; o quanto as organizações de mídia estão ligadas ao

---

<sup>23</sup> Ainda, de acordo com o relatório, observa-se que a região Nordeste do Brasil é a que apresenta menor proporção de domicílios conectados. São 65% das residências com acesso à internet, enquanto o Centro-Oeste tem 70%, o Norte, 72%, o Sul 73% e o Sudeste 75%.

<sup>24</sup> No original, em inglês: first, an *economic crisis* concerning the very existence of the news media industry that underwrites journalism as an occupation, a form of salaried employment, second, a *professional crisis* concerning the demarcation of journalism itself, its separation from other kinds of work, and, third, a *crisis of confidence* concerning the relations between journalism and the people who make up the public that journalism claims and aims to serve (cf. Gitlin 2011).

<sup>25</sup> No original, em inglês: a dangerous and unstable situation that test existing states of affairs, in this case the status journalism has acquired in the 20<sup>th</sup> century.

sistema político e às disputas partidárias; o grau de desenvolvimento profissional do jornalismo; e o grau e o caráter da intervenção estatal no setor midiático. Segundo, porque tal aproximação não traz grandes novidades acerca da organização do campo jornalístico e, justamente por isso, demonstra aspectos que permanecem válidos ainda hoje acerca de como se pensava o jornalismo no século XX – questão que esta tese resgata, relembro, sob a perspectiva de Bourdieu (1997). Ou seja, Nielsen apresenta exemplos variados de como a dimensão econômica está sobreposta ao mercado da mídia, inclusive com o impacto da intervenção estatal.

Bourdieu (1997) já afirmava ser necessário ter em mente que além do capital privado, há investimento público nos veículos de mídia – uma questão até certo ponto tangenciada por Cook em sua descrição do jornalismo político, que trata mais das relações entre os profissionais e as fontes. Independente da fonte do dinheiro, isso demonstra que a atividade exige subsídios de apoio e até mesmo sustento do trabalho jornalístico (NIELSEN, 2014, p. 7): “isso leva em consideração a premissa que o jornalismo como o conhecemos é uma ocupação, uma forma de trabalho assalariado, e que é preciso gerar receitas para pagar esses salários. Resumindo: sem dinheiro, sem jornalismo”<sup>26</sup>.

Obviamente, como alerta o pesquisador, deve-se considerar as particularidades referentes a cada cenário observado bem como ter em mente que as possíveis consequências dessas crises para além do jornalismo podem variar – daí a importância supracitada do contexto sócio-histórico que se reflete nos países por ele estudados. Fruto de uma pesquisa anterior ao episódio do *Brexit*, a referência de Nielsen aqui mencionada sugere que ao norte da Europa se evita falar em crise enquanto ao sul a situação é contrária e resultante de um ambiente mais sujeito às instabilidades:

No sul da Europa, o jornalismo, com suas bases econômicas fracas, status profissional incerto e baixo nível de confiança, é amplamente visto como tendo enfrentado várias crises *antes* do impacto das mudanças cíclicas e estruturais mais recentes, crises que são tão multifacetadas e tão *antigas* quanto as atuais (NIELSEN, 2014, p. 4, tradução própria, grifos do autor)<sup>27</sup>.

Todavia, fica claro que para o autor a crise econômica no jornalismo é uma realidade dada – e Marques de Melo (2012) talvez afirmasse que essa é a realidade *desde sempre*. Apresenta-se em modos e temporalidades mais ou menos distintas dependendo de para onde se

<sup>26</sup> No original, em inglês: It takes as its premise that journalism as we know it is an occupation, a form of salaried work, and that revenues have to be generated to pay these salaries. In short: no money, no journalism.

<sup>27</sup> No original, em inglês: In Southern Europe, journalism, with its weak economic foundations, uncertain professional status, and low level of trust, is widely seen as having already been facing various crises *before* the impact of more recent cyclical and structural changes, crises that are as multi-faceted and *old* as they are digital and of the present.

restringe o foco, mas é sempre presente. Inclusive, um ponto sensível levantado por Nielsen é a dúvida de quanto tempo de vida ainda tem a indústria que faz do jornalismo também uma forma de emprego assalariado, dado que a tendência é de contração desse mercado. Na América observada por ele, mais especificamente os Estados Unidos, a situação é de cortes nas redações e queda da confiança do público em meio ao desafio de novas formas de produção de conteúdo.

Entrelaçada à crise econômica está a crise profissional do jornalismo. Enquanto aquela questiona a sobrevivência do jornalismo em meio às mudanças do mercado, esta levanta a questão da distinção do jornalismo enquanto profissão autônoma. Ser jornalista é ser especializado em *algo*; algo que é mais que um trabalho: é uma profissão. A ideia de crise aqui expõe que os profissionais especializados nessa área sofrem as consequências das mudanças na forma como o produto jornalístico é produzido<sup>28</sup> e pensado, bem como do tratamento dispensado pela empresa de mídia ao profissional. Na comparação estabelecida entre os anos de 2012 e 2017 por Tavares *et al.* (2021), o número de profissionais que se manteve em funções jornalísticas na mídia no intervalo de cinco anos foi de aproximadamente a metade (49,5%). Entre os restantes, 29,2% deixaram de trabalhar com o jornalismo em qualquer esfera, fosse na mídia, em assessorias ou na docência e desses, metade (16,6%) continuava empregada<sup>29</sup>. Tavares *et al.* (2011, p. 7) também destacam, a partir de Fíguro e Nonato (2017) a “juvenilização das redações”, descrita como “uma estratégia para baratear custos, diminuir atritos e questionamentos trabalhistas, éticos e ideológicos”. A consequência disso, destacam, é a fragmentação dos valores profissionais. Por outro lado, a pesquisa constatou cenário favorável aos que permaneceram no mercado do jornalismo de mídia. Houve vantagem comparação aos que saíram, pelo menos sob o aspecto financeiro:

os jornalistas que permaneceram tiveram um aumento no salário, ainda que o número de trabalhadores com mais de dez salários mínimos tenha uma queda relativa nos cinco anos em tela. Já entre os que deixaram os veículos jornalísticos, o dado mais expressivo corresponde aos 40 jornalistas que ganhavam mais de 20 salários mínimos em 2012. Em 2017, apenas um trabalhador permaneceu em atividade de assessoria ou docência com salário similar. Isso significa que os 39 profissionais que ganhavam mais de R\$12,4 mil em 2012 ou saíram do jornalismo no período de cinco anos ou passaram a ganhar menos (TAVARES *et al.*, 2021, p. 16).

<sup>28</sup> Outros aspectos referentes à profissão serão abordados no próximo subitem: 1.2. Incidências do campo econômico sobre o jornalístico.

<sup>29</sup> Conforme Tavares *et al.* (2021, p. 11): “dos 151 jornalistas (aproximadamente 30% do total) que não atuavam no mercado jornalístico em 2017, 86 (16,6%) estavam empregados, mas não como jornalistas. Os que saíram do mercado e continuam desempregados representavam 6%; 3,9% voltaram a estudar e 1,7% se aposentaram nesse período”.

Os motivos pelos quais essas mudanças aconteceram não são abordados por Tavares *et al.* (2021), no entanto, é evidente que há movimentos que impactam no cenário da profissão.

O terceiro tipo de crise, a crise de confiança, salienta ao menos duas questões bastante interessantes dentro do escopo desta tese: uma possível dicotomia entre a teoria e a empiria, isto é, entre a ideia de que o jornalismo serve ao interesse público (conforme defendem os jornalistas, os acadêmicos e a teoria do campo) e comprovação ou não dessa visão de jornalismo sob a perspectiva do público e do seu grau de confiança na imprensa (NIELSEN, 2014). Ou seja, as escolas de jornalismo, as empresas e os seus profissionais têm uma certeza do tipo de trabalho que estão realizando, mas o público pode não perceber pelo mesmo sentido: “as pessoas podem confiar em *sua* mídia, mas a maioria delas não confia *na* mídia” (NIELSEN, 2014, p. 23, tradução e grifos nossos). Nielsen afirma que isso é verificado desde antes da eclosão das crises econômica e profissional do jornalismo, portanto, não se trata de uma novidade. É comum tratar com desconfiança algo que desafia a *nossa* verdade, a *nossa* crença (tais aspectos serão discutidos mais detalhadamente nos tópicos sobre desinformação e *fake news*). Essa (des)crença muda todo o universo daquilo que é considerado digno ou não de confiança pelo indivíduo. Como a perspectiva considerada aqui é de um jornalismo que aloca valores à sociedade, isto é, busca impor seus valores ao público e a tese defende que esses valores têm impactos políticos, acredito que essa sutileza (preposição acrescida de artigo *com* ou *sem* o pronome possessivo – acreditar *na* mídia ou na *sua* mídia) faz toda a diferença na forma como a sociedade trata as notícias que consome. Não apenas para Nielsen, como também para outros especialistas – pesquisadores ou não – as discussões acerca da crise no jornalismo se fazem cada vez mais urgentes ao campo e apontam, com preocupação, o quão prejudicial ela é para a democracia a ponto de ultrapassarem os limites do acadêmico para ganharem mais atenção, inclusive, na literatura cotidiana que procura traduzir à sociedade a realidade do presente (MELLO, 2020; PICKARD, 2020; D’ANCONA, 2018; LEVITSKY; ZIBLATT, 2018).

Mesmo em meio a essa dinâmica permeada por incertezas, defendo que se mantém aquilo que Bourdieu (1997, p. 104) chamou de “algumas propriedades do campo jornalístico”, relevantes para se definir esse espaço social. O ideal de objetividade já era indicado desde o século XVII (REGINATO, 2019) e se consolidou no século XIX como diferencial em meio as publicações sensacionalistas e as baseadas em comentários. Tal ideal de objetividade pode ser percebido como um fator fundante do *habitus* jornalístico, balizador e indissociável do campo:

O *habitus* de um ator social é estruturado por posições sociais, constitutivas de um campo qualquer, incorporadas em forma de disposições. O campo, por sua vez, é estruturado por posições sociais em deslocamento definidas e redefinidas por tomadas de posição, ações decorrentes de um senso prático e observadas enquanto posições sociais (BARROS FILHO; SÁ MARTINO, 2003, p. 12, grifos dos autores).

Como campo, estabelece-se o jornalismo na “oposição entre duas lógicas e dois princípios de legitimação”: o reconhecimento interno ou entre os pares, isto é, entre aqueles que compartilham do mesmo *ethos* e o externo, caracterizado pelo seu público – sendo que neste último caso, a aprovação se converte em consumo do produto jornalístico e, de forma mais objetiva, em dinheiro. É o que Bourdieu (1997, p. 104) determina como um “veredito do mercado”. A necessidade social de informar se vê atrelada à necessidade mercadológica de sustento da empresa jornalística. Para Bourdieu, essa é uma condição permanente do jornalismo, como também é para os campos artístico, científico, econômico, jurídico, literário e político em diferentes níveis.

Uma preocupação para Bourdieu era justamente a força que o campo exerce nos seus próprios integrantes, sejam eles os veículos de imprensa ou os profissionais, a partir da referida condição de permanente pressão que o mercado exerce no campo jornalístico – uma pressão que Bourdieu entendia ser mais forte no espaço simbólico do jornalismo que nos demais ligados à produção cultural. Por isso, o sociólogo vincula as ações do campo ao mercado, isto é, ao poder do capital financeiro. Isso fica mais nítido quando se percebe que o grau de autonomia de um veículo está condicionado principalmente às suas receitas; também, que a autonomia do jornalista, por sua vez, passa por uma série de aspectos: primeiro, a concentração da imprensa (quanto menos empresas existirem, menor o número de empregadores em potencial e maior a insegurança do emprego); segundo, a posição que a empresa para a qual o jornalista presta serviço ocupa em referência às demais; terceiro, a posição que o profissional ocupa dentro da empresa, (efetivo, *free-lancer*, entre outros), o que permite garantias ligadas ao vínculo empregatício e maior ou menor estabilidade financeira; quarto, a autonomia que o jornalista possui para produzir a informação, dependendo mais ou menos das fontes e de outros recursos, por exemplo. O jornalismo político é bastante sensível a este último caso:

É claro, com efeito, que os diferentes poderes, e em particular as instâncias governamentais, agem não apenas pelas pressões econômicas que estão em condição de exercer, mas também por todas as pressões autorizadas pelo monopólio da informação legítima – especialmente das *fontes oficiais* –; em primeiro lugar, esse monopólio proporciona às autoridades governamentais e à administração, à polícia, por exemplo, mas também às autoridades jurídicas, científicas etc., armas na luta que as opõem aos jornalistas e na qual tentam manipular as informações ou os agentes encarregados de transmiti-las [...]. Sem esquecer o poder simbólico excepcional conferido às autoridades do Estado pela capacidade de definir, por suas ações, suas

decisões e suas intervenções no campo jornalístico (entrevistas, entrevistas coletivas etc.) a *ordem do dia* e a hierarquia dos acontecimentos que se impõem aos jornais (BOURDIEU, 1997, p. 103, grifos do autor).

O modo como o jornalismo comercial está estruturado também faz dos seus profissionais sujeitos “mais propensos a adotar o “critério do índice de audiência” na produção” (BOURDIEU, 1997, p. 106, aspas do autor), isto é, o uso de formatos estéticos e de linguagem que sejam melhor recebidos pelo público. Bourdieu explica que quanto mais elevada é a posição do profissional dentro do veículo (diretores, chefes de redação, etc), mais propenso ele está a fazer com que os seus subordinados adotem aquilo que vende melhor. Por sua vez, quanto mais jovens e menos estabelecidos na profissão são os jornalistas, mais propensos a acatarem as exigências. A concorrência entre os veículos ainda gera um estado de vigilância permanente de uns sobre os outros e a busca incessante por ser sempre o primeiro a noticiar o que quer que se considere novidade ou por conseguir algo exclusivo acerca daquilo que *todo mundo* está falando: “inscrita na estrutura e nos mecanismos do campo, a concorrência pela prioridade atrai e favorece os agentes dotados de disposições profissionais que tendem a colocar toda a prática jornalística sob o signo da velocidade (...) e da renovação permanente” (BOURDIEU, 1997, p. 107).

Somam-se às observações de Bourdieu as mudanças que o jornalismo tem vivenciado nas últimas décadas com o advento de novas plataformas para as notícias. Conforme Nieborg e Poell (2018), elas introduziram no campo formas inéditas de produção, distribuição e monetização da informação, potencializadas pela circulação nas redes sociais digitais. A partir das métricas que essas plataformas oferecem, é possível avaliar o nível de impacto de determinado assunto e o seu potencial sucesso: o que gera mais engajamento é visto como positivo e pode vir a orientar as temáticas das novas publicações.

O despontar de cada novidade impactou a cultura, criou e difundiu hábitos e se consolidou de forma diferente. Nesta década, completamos cem anos de rádio no Brasil; a televisão, na casa dos 70 anos, comemora meio século do início das transmissões em cores no país. Os diários em papel, muito mais antigos, já eram banalidade desde a primeira dessas incursões que revolucionaram a comunicação no século XX. E todas essas formas de comunicação de ampla escala adotadas pela imprensa, em algum momento da história, já foram sentenciadas à extinção. Porém, da AM para a FM; do analógico para o digital; da tipografia e da autotipia para a impressão colorida em alta definição, cada mudança surpreendeu ao reinventar algo já consolidado, perpetuando a sobrevivência dessas mídias. Se não é possível uma

previsão, pode-se, no entanto, inferir possíveis rumos para o futuro do jornalismo a partir da observação do seu passado e do seu presente.

Com o resgate da noção de campo jornalístico e o aspecto de este ser intrinsecamente atrelado ao fator comercial e de ter conexões com setores políticos, o debate que acontece nele é “‘indexado’ ao âmbito da opinião da elite” (COOK, 2011, p. 217, grifo do autor) e, mesmo que o teor do discurso produzido dependa em muito de quem escreve as notícias, a ação do jornalista se materializa entre a sua ética profissional e os interesses do seu contratante. Em um estudo sobre a crise do mercado de trabalho no jornalismo, Pontes e Mick (2018, p. 19) detectaram o impacto negativo sofrido pelas atividades jornalísticas na mídia, sublinhando que “é nesse segmento que a dimensão editorial da crise produz seus efeitos mais diretos”. Essas especificidades contribuem para que se perceba o jornalismo enquanto instituição política atrelada ao econômico. É o que busco destacar a seguir.

## 1.2 INCIDÊNCIAS DO CAMPO ECONÔMICO SOBRE O CAMPO JORNALÍSTICO

Acredito que as fronteiras entre o espaço simbólico do campo jornalístico e os demais campos, que já eram turvas, estão ainda mais opacas frente às revoluções que a comunicação vem sofrendo. É nesse ínterim que, da mesma forma que percebo o papel político do jornalismo, também acredito que não é possível discuti-lo sem passar pela economia. Seja a partir da gênese do campo, seja pela forma como ele se encontra organizado e, principalmente, por conta do contexto em que ele está inserido, a economia atravessa o jornalismo. Pode-se explicar isso de diversas formas. *Algumas propriedades do campo* pensadas por Bourdieu (1997) é uma delas. Se, em sua definição original, Bourdieu acreditava que o referido campo estava dia a dia mais subordinado às demandas do mercado impostas aos seus profissionais, agora, além dessa força exercer pressão interna, ela também age por meio de fatores externos.

A lógica de produzir conteúdo buscando engajamento nas redes sociais é um exemplo contemporâneo das interferências externas que vêm somar aos diversos fatores do dia a dia da profissão, como a obsessão da empresa jornalística pelas métricas e pelo retorno financeiro e a insegurança que o profissional tem acerca do futuro do seu emprego. Tavares (2018) cita a crise econômica mundial ocorrida entre 2007 e 2008 e as mudanças políticas e econômicas que decorreram dela tanto nos mercados quanto nas indústrias de mídia. São consequências que remetem aos já descritos problemas de precarização do trabalho e redefinição de investimentos, forçando a otimização das despesas de produção para maior alcance em audiência e publicidade.

Apesar de o jornalismo tradicional ainda ter uma grande importância nas sociedades contemporâneas, não se pode negar que agora ele é parte de um ecossistema mais complexo, onde seu discurso é mais um entre os diversos que circundam a rede, inclusive influenciados por empresas exógenas ao campo e também pela própria audiência, além de ter que dividir a atenção com outros tipos de conteúdo, especialmente os de entretenimento (TAVARES, 2018, p. 33).

Nesse sentido, Tavares (2018) menciona que há forte relação entre os fatores econômicos e os tecnológicos – principalmente quando se tratam das redes sociais digitais – na crise enfrentada pelo jornalismo. Paradoxalmente, a tecnologia também se apresenta como uma alternativa por aumentar o número de acessos às páginas jornalísticas a partir do que é ofertado na *timeline* dos usuários. Pickard (2020), lembra o fato de manchetes e fotos pensadas para gerar engajamento no *Facebook* e de como os jornalistas podem se tornar reféns dessa prática. O autor afirma que essa situação perverte a lógica de trabalho da mídia e também muda a forma como os jornalistas enquadram os acontecimentos. Sob a analogia de que os jornalistas alimentam uma besta que tira deles o próprio sustento, o pesquisador menciona que quanto mais isso é feito, mais o jornalismo fica dependente das redes sociais:

Os meios de comunicação on-line contam cada vez mais com essas métricas para fornecer *feedback* incessante sobre o desempenho de determinadas publicações nas redes sociais. Embora a medição constante tenha um efeito prejudicial nas rotinas jornalísticas, alguns observadores sugeriram que essa prática permite que o jornalista fique mais sintonizado e receptivo aos desejos do seu público – em certo sentido, democratizando as notícias. No entanto, outros mostram que o uso de métricas pode ser estressante e desmoralizante para os jornalistas (PICKARD, 2020, p. 79, tradução própria)<sup>30</sup>.

Uma situação relacionada a isso é o impulso da empresa jornalística maximizar os seus lucros se não pela tradicional publicidade, por meio de variantes dela. Além de afirmar que a publicidade degrada o jornalismo quando se utiliza de estratégias caça-cliques e de aumento de visualizações, Pickard (2020, p. 80) se mostra preocupado com “formas enganosas e invasivas de publicidade”<sup>31</sup>, mencionando “*native advertising*” como sinônimo de “*branded journalism*” e de “*sponsored content*”, práticas que variam desde os informeciais mais inofensivos até propagandas as corporativas. Enquanto os defensores desse tipo de publicidade afirmam que a audiência prioriza a qualidade do conteúdo e não a sua origem (PICKARD, 2020), casos como

<sup>30</sup> No original, em inglês: Online news outlets increasingly rely on these metrics to provide incessant feedback about how well particular stories fare on social media. Although the constant measurement has had a detrimental effect on journalistic routines, some observers have rosily suggested that this practice allows journalist to become more attuned and responsive to their audiences’ desires—in a sense, democratizing the news. However, others have shown that the use of news metrics can be stressful and demoralizing for journalists.

<sup>31</sup> No original, em inglês: deceptive and invasive forms of advertising.



o de um texto crítico a uma marca de sabonetes retirado da página do *Buzzfeed* nos Estados Unidos exemplificam a força do comercial sobre o editorial no jornalismo. Neste exemplo mencionado pelo autor, o editor da página *Buzzfeed* removeu uma matéria que falava do sabonete *Dove* sob a justificativa de que estava fora do tom adequado para a seção na qual fora publicado. Porém, um detalhe não foi mencionado: a multinacional *Unilever*, detentora da marca *Dove*, era a maior patrocinadora do *Buzzfeed* na época. As consequências de casos como o desse exemplo se apresentam a longo prazo. Instaura-se no *habitus* jornalístico a sensação de que algumas coisas não podem ser ditas, principalmente se elas confrontam os interesses econômicos da instituição para a qual se trabalha.

Ainda que eu esteja falando amplamente do jornalismo e pensando em sua forma materializada nas mais diversas plataformas, a compreensão de como ele é produzido demanda certas abstração e atenção para um aspecto mais filosófico, principalmente para falar do campo e, mais restritamente, do *habitus* jornalístico. Minha intenção ao trazer a temática do *habitus* nessa seção é justamente destacar a relação do mercado sobre ele.

Barros Filho (2002, p. 161), assim como Bourdieu (1997), comenta sobre como é precioso o tempo para o jornalismo, ofício sobre o qual pesa um “ritmo alucinado de produção”. Essa é uma das questões determinantes para se compreender o *habitus* profissional porque sendo o tempo crucial, qualquer economia nesse quesito é valorizada. Assim, “a associação repetida de fatos – unidades de real observadas – e as unidades de repertório do observador, segundo procedimentos hermenêuticos que também se repetem, geram um hábito dessa ocorrência que escapa a qualquer controle racional” (BARROS FILHO, 2002, p. 160). Grosso modo, para determinadas demandas, há determinadas ações que acontecem. Na regência disso, está o *eidos* jornalístico – posições sociais e objetivas e disposições de agir subjetivas que, tal qual a famosa citação de Bourdieu, são “estruturadas e estruturantes” (BARROS FILHO, 2002, p. 161). Para Pontes e Mick (2018, p. 6), trata-se de uma situação de desprendimento ideológico com o trabalho que, somada ao reforço ao aspecto autoral – mesmo que a repetição seja a base da atividade jornalística – permitem consolidar um “substrato ideológico para as relações estruturantes que condicionam o trabalho jornalístico”.

Penso que caiba aqui retomar a discussão acerca da profissão, brevemente introduzida no item anterior. Se, como dito, a tendência é de haja redução no número de postos de trabalho, pode-se esperar maior competitividade no campo e mais exigências do profissional. Com os contratos multimídia, como o que eu mesmo assinei quando ingressei no mercado de trabalho ainda em 2012, exige-se cada vez mais do jornalista o domínio de múltiplas plataformas, por exemplo, ser repórter de rádio, escrever para o impresso e para o digital, estar preparado para

fotografar e filmar algum acontecimento com o *smartphone* e ainda dominar as redes sociais para aumentar o engajamento e promover o acesso de suas matérias na internet:

A experiência em jornalismo multimídia, incluindo gravação e edição de peças de vídeo ou áudio, também deve melhorar as perspectivas de emprego. Como as estações e os meios de comunicação estão publicando cada vez mais conteúdo em várias plataformas de mídia, especialmente na web, os empregadores podem preferir candidatos que tenham experiência em design e codificação de sites (U. S. BUREAU OF LABOR STATISTICS, 2021, tradução própria)<sup>32</sup>.

Pontes e Mick (2018) relacionam as dificuldades socioeconômicas e políticas do Brasil às transformações que o jornalismo sofre em sua estrutura. Os autores resgatam o ambiente volátil caracterizado pela flexibilidade e pela precarização da profissão. O peso do fator econômico sobre o jornalismo é abrangente e tem uma atuação marcada desde a base, porque as relações de trabalho dos jornalistas brasileiros são historicamente instáveis, bem como vulneráveis aos assédios políticos e econômicos (PONTES; MICK, 2019). As recentes mudanças econômicas e empregatícias da profissão reforçam essas dificuldades: aumenta o desemprego, diminuem os direitos trabalhistas e as já precárias garantias do regime CLT dão espaço aos profissionais “pessoa jurídica” – quando os jornalistas *se tornam* uma empresa de si mesmos e passam a prestadores de serviços independentes, ainda que trabalhando exclusivamente para uma empresa.

Lembrando situações já advertidas por Bourdieu (1997) e Barros Filho (2002), os autores mencionam o aspecto da concorrência no campo. Se antes era possível simplificar esse fator na urgência pelo furo de reportagem ou pela entrevista exclusiva, agora se vivencia uma hiperconcorrência que se converte em crise publicitária, importante fonte de recursos para as empresas jornalísticas. Parte das receitas vem sendo absorvida por plataformas como *Google* e *Facebook*. São “mudanças tecnológicas que aumentam a concorrência na produção da informação, possibilitando o aceso de um número muito maior de agentes à mídia” de modo que isso se reflete também na produção do conteúdo, cada vez mais direcionada à captação da audiência (PONTES; MICK, 2018, p. 6).

Outro ponto a ser considerado é o da formação massiva de jornalistas. Pontes e Mick (2018, p. 6) lembram que há um grande contingente de reserva para um mercado que oscila entre a estagnação e a recessão. Cabe uma ressalva: Mick e Kikuti (2020) explicam que é difícil

---

<sup>32</sup> No original, em inglês: Multimedia journalism experience, including recording and editing video or audio pieces, should also improve job prospects. Because stations and media outlets are increasingly publishing content on multiple media platforms, particularly the web, employers may prefer applicants who have experience in website design and coding.

definir quantos jornalistas ativos há no Brasil. Os motivos expõem algumas fragilidades da área desde a tentativa de realizar um balanço da profissão. Apesar dos registros profissionais mantidos junto ao Ministério do Trabalho e Previdência, eles dizem que essas informações são insuficientes porque há trabalhadores que atuam sem registro e outros que deixaram de exercer a profissão – o Ministério não exige que isso seja comunicado e não é permitido acesso público à lista dos registros –; também, não há conselho ou ordem que monitore ou autorregule atividade profissional e dados da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) e do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), além de distribuírem os jornalistas em diversas classificações, dão conta apenas daqueles que trabalham com carteira assinada<sup>33</sup>. Porém, a lei de oferta e procura é impiedosa. O cenário diverge da visão otimista comentada pelo *U. S. Bureau of Labor Statistics* de que há melhora na perspectiva de emprego:

A diminuição do emprego na mídia foi constatada por estudos baseados em estatísticas oficiais ou extra-oficiais (Thibes; Nicoletti, 2017), e associada ao processo de precarização que também afeta o jornalismo (Nicoletti, 2019, Lelo, 2019). A desistência da profissão, especialmente por parte de trabalhadores da mídia, foi observada em pesquisas de análise longitudinal de carreiras (Pontes; Mick, 2018; Quesada Tavares; Xavier; Pontes, 2020), confirmando estudos que constataram fenômeno semelhante nos Estados Unidos e na França (MICK; KIKUTI, 2020, p. 215).

Inclusive, maior demanda por emprego e menos postos de trabalho disponíveis foi o ponto de partida para Nielsen (2014) traçar três grandes “ameaças à profissão”, nas quais é perceptível a força do mercado e das exigências sobre os profissionais. Primeiro, o uso de mão-de-obra barata, quando as empresas optam por contratar profissionais que não estão preocupados (ou não estão em condição de se preocupar) com *status* profissional ou com autonomia; segundo, a contratação de *freelancers* ou a terceirização de serviços a partir de empresas produtoras de conteúdo que oferecem produtos a baixo custo; terceiro, a automatização de processos editoriais, desde a organização das capas dos *sites* até matérias elaboradas a partir de inteligências artificiais capazes de escrever textos com mínima ou nenhuma intervenção humana. Para a empresa, trata-se de buscar o melhor custo-benefício. Para os profissionais, mais ameaças aos empregos (NIELSEN, 2014).

Relaciono a primeira das três ameaças (mão-de-obra barata) ao estudo supramencionado sobre a carreira jornalística no Brasil. Nele, Pereira (2020) resgata as carreiras dos jornalistas

---

<sup>33</sup> Observam Mick e Kikuti (2020), fundamentados em Pereira (2013), que há três principais grupos que abriam quem se intitula jornalista no Brasil: profissionais das organizações jornalísticas, profissionais de atividades correlatas (assessoria de imprensa e produção de conteúdo, por exemplo) e professores.

desde o fim dos anos 1970 até o início da década de 2010. São 40 anos de transformações importantes para a profissão, como ele bem pontua:

a redemocratização do país, a emergência do que se convencionou chamar de “jornalismo de mercado”, a informatização das redações, a ocupação pelos jornalistas de parte dos setores das assessorias de imprensa e de comunicação organizacional, o fim da obrigatoriedade do diploma para o exercício do jornalismo, a introdução da internet e das mídias sociais (PEREIRA, 2020, p. 13, grifo do autor).

A pesquisa de Pereira aborda para além das normas que regem a profissão e joga luz sobre a construção e a transformação da identidade do jornalista. Trabalhar especificamente essa identidade foge ao escopo da tese, mas creio ser imprescindível mencionar tal aspecto porque a existência do campo jornalístico é vinculada à formação identitária do indivíduo enquanto profissional – o *ethos* jornalístico. Pontes e Mick (2018) acrescentam que os profissionais são pressionados por diversas crises: do capitalismo, do jornalismo e da política brasileira. A identidade desse indivíduo-jornalista genérico sofre com o processo de desprestígio das autoridades políticas e do público (MELLO, 2020; D’ANCONA, 2018; LEVITSKY; ZIBLATT, 2018). É mais um aspecto que se soma às diversas trajetórias individuais e histórias de vida de quem segue a profissão. As distintas possibilidades de atuação balizadas por ideologias profissionais, diferenças geracionais e perfis sociodemográficos distintos, bem como as transformações do mundo social do jornalismo, incluindo as transformações da profissão e do mercado de trabalho, completam esse quebra-cabeças.

Pereira não verificou em suas entrevistas uma forte motivação de escolha do jornalismo como profissão baseada nas definições que tratam a carreira sob um aspecto carregado de *nobreza*, “uma imagem mítica da profissão” que corresponde às definições normativas do jornalismo “vinculadas à ideia de missão, ao exercício do Quarto Poder, à defesa do interesse público” (PEREIRA, 2020, p. 48) – mas é sabido que o prestígio do profissional em seus diversos níveis facilita o acesso às elites políticas e financeiras, mesmo que não venham a ser admitidos como parte desses grupos (PONTES; MICK, 2018). As justificativas que Pereira sugere para isso são declínio da modernidade e as mudanças das formas de ação política que provocaram enfraquecimento das instituições como os partidos, os sindicatos e até mesmo as ideologias, bem como os valores defendidos por esses grupos. Outra questão levantada pela pesquisa de Pereira – esta, sim, bastante ligada à primeira ameaça – é o contraste entre o que motiva o indivíduo a ingressar na carreira da comunicação e o que motiva os profissionais de outras áreas. Ao contrário do que se observa comumente em outros nichos de mercado, ele relata que a busca por uma boa remuneração, pela estabilidade profissional, *status* e

possibilidade de crescimento na carreira (questões que Pereira menciona como valores clássicos presentes em estudos sobre carreiras) não é algo fortemente citado como fator de decisão para optar pelo jornalismo. Não significa dizer que essas questões não sejam ponderadas pelos aspirantes ao campo, mas o pesquisador conclui que tais valores passam a ser perseguidos tardiamente, após o ingresso na carreira. Não raro, enquanto não conseguem cargos de boa remuneração, os jornalistas entrevistados por Pereira assumiram mais de um emprego em algum momento da trajetória profissional e também passaram por diferentes empresas em busca de segurança na profissão e de melhores salários.

Certamente, como o pesquisador também demonstra, isso não exclui as decisões de trocas de emprego (ou a permanência em um emprego) em busca do aumento de prestígio e de reputação e também para investimento na carreira (trabalhar em algo novo ou deixar a zona de conforto); por motivos de incompatibilidade entre o empregado e a linha editorial do veículo, com os superiores e com os colegas; ou, ainda, o gosto por trabalhar mais com um determinado tipo de mídia ou temática e outras motivações pessoais. O curioso é que a mudança de *status* pode não significar mudança no tipo do trabalho que o jornalista executa, mas muda a percepção que ele tem da prática: a sensação de que é preciso mostrar mais dedicação, mais compromisso. Tal situação remete ao aumento de uma noção de responsabilidade. E, somando ao que mencionei anteriormente (de que a questão material fica em segundo plano), o pesquisador afirma que uma minoria dos seus entrevistados vinculou a mudança de *status* a benefícios materiais associados à carreira, fossem estes um contrato de trabalho por CLT ou melhora de salário:

É interessante, nesse caso, destacar a ênfase dada pelos jornalistas à dimensão mais simbólica da inserção profissional. Mesmo quando os entrevistados fazem referência a benefícios materiais com efeito imediato em suas vidas profissionais (como um aumento de salário ou a assinatura da carteira de trabalho), é o valor simbólico dessas mudanças que costuma ser destacado pelos jornalistas: o *status* de ser um assalariado, o fato de poder finalmente viver dos próprios rendimentos, entre outros (PEREIRA, 2020, p. 129, grifo do autor).

Ainda, Pereira identifica a questão da imagem que o jornalismo passa para a sociedade, presente de forma mais ou menos romântica e influenciada por referências (as *vedetes* do jornalismo, como diz o autor): “um imaginário baseado em noções como sucesso ou competência na profissão” ou por um estilo de vida associado à ausência de rotina e à possibilidade de conhecer lugares e pessoas (PEREIRA, 2020, p. 51).

Além do fator de estabilidade, abalado pela precarização do serviço e pela introdução de tecnologias de inteligência artificial, a profissão ainda precisa lidar com os desafios impostos

pelas práticas “vocacionais” (NIELSEN, 2014, p. 19). Tratam-se de produções amadoras ou parcialmente jornalísticas, incluindo *blogs*, *podcasts*, canais de vídeo, mídias alternativas alimentadas por voluntários e até mesmo as práticas de jornalismo cidadão. Também, há os casos do uso de conteúdos produzidos por outros profissionais que não jornalistas – podem ser políticos, personalidades da cultura ou outros tipos de contribuidores cujos conteúdos alimentam um produto jornalístico, a exemplo dos comentaristas e colunistas.

Gostaria de mencionar, ainda que superficialmente, que também acredito na responsabilidade parcial dos profissionais do campo na precarização do mercado de trabalho no jornalismo. É uma responsabilidade derivada, indireta, que decorre de uma relativa conformação do indivíduo ao ambiente no qual está inserido, grosso modo, uma forma de influência do jornalismo sobre o profissional, conforme menciono no início deste tópico. Digo que é relativa porque o jornalista não é totalmente apático às dificuldades do mercado. A pesquisa de Tavares *et al.* (2021) indicando que um terço dos profissionais pesquisados deixou o jornalismo ajuda a demonstrar isso: ele as sente, porém se vê obrigado ao conformismo ou a mudar drasticamente o rumo da carreira. Ao meu ver, isso demonstra a forma como o *habitus* influencia no comportamento do profissional, induzindo esses atores a normalizarem, pouco a pouco, as condições cada vez mais precárias desse nicho do mercado de trabalho. Alguns dos depoimentos colhidos por Pereira (2020) – além da minha experiência própria como profissional em redação e outras atividades *freelancer* – corroboram para que eu perceba a situação dessa forma. Por exemplo, Pereira compartilha depoimentos que contrapõem o jornalismo ensinado nas universidades com a prática diária da redação e expõem a dicotomia entre as escolas de comunicação e o mercado:

Os jornalistas afirmaram, em alguns momentos, que os cursos não preparavam para o ritmo da profissão (Rose, Vitória, Paulina e Michel): “Não tinha ninguém que tinha passado por algo para te dizer como era a realidade. Era muito assim: você tem uma pauta e tem duas semanas para produzir [referindo-se à experiência na faculdade]. Tem dia que eu faço cinco pautas por dia num ritmo muito louco! [agora, referindo-se à atividade no mercado de trabalho]” (Rose) (PEREIRA, 2020, p. 64).

O autor também apresenta uma perspectiva em que os jornalistas assumem um posicionamento de desvalorização da formação, seja porque os cursos estão defasados em nível técnico, seja porque não percebem a conexão das disciplinas teóricas com o dia a dia da redação. É curioso que haja, inclusive, uma entrevistada que se apresenta contrária à necessidade de formação específica em jornalismo. Ela defende que “qualquer pessoa que tenha um diploma [de nível] superior” possa exercer a profissão (PEREIRA, 2020, p. 67). Nem todos pensam da

mesma forma e há também aqueles que destacam “a formação teórica como a grande contribuição da universidade” (PEREIRA, 2020, p. 69, grifo do autor). De qualquer forma, é válido o reforço que Pereira (2020, p. 84) faz ao dizer que a universidade é um espaço inicial de socialização e interiorização dos valores profissionais, “o primeiro espaço institucional da carreira”. Nesse sentido, ele aponta uma identidade profissional moldada por duas vertentes que aparecem em constante conflito: uma atua no reforço das instâncias formais tais como a exigência de registro e de diploma em curso superior específico; outra valoriza o conhecimento empírico, principalmente aquele absorvido no ambiente profissional da redação. Acrescento também a dificuldade de romper com o que já está consolidado, ratificando o caráter coercitivo do campo.

A identidade do jornalista também se forma em contraste com outros grupos. São os pares jornalistas, as fontes e os públicos porque “ser jornalista” afirma Pereira, “é ser jornalista para alguém, e isso explica a complexidade do processo de aquisição desse estatuto no decorrer de uma carreira, pois remete à forma como o indivíduo insere e negocia a sua trajetória no âmbito de uma coletividade” (PEREIRA, 2020, p. 120). Cada um desses grupos de atores tem a sua parcela na formação do *ethos* do indivíduo-jornalista e esses também são exemplos de atravessamentos entre os diversos campos.

Exponho essa discussão porque acredito que a pesquisa de Pereira corrobora com o que Bourdieu (1997) já dizia acerca do papel que o indivíduo-jornalista ocupa no campo quando demonstra que não só os demais atores influenciam nesse emaranhado de aspectos, como também estar vinculado a uma ou a outra empresa (ou a nenhuma) exerce a sua parcela de influência. Ainda que seja uma questão de *status*, há uma força que provém desse vínculo institucional. Sobre esse processo de adquirir o estatuto de jornalista, Pereira (2020, p. 123) afirma: “ao mesmo tempo em que descreve a percepção de um ator em relação à sua trajetória, aponta-se também para as estruturas sociais que definem as dinâmicas da profissão” e que ele resume em três principais momentos: o estágio, a contratação e o passar do tempo (a experiência na profissão). Daí que ele menciona Florence Le Cam e ela, por sua vez, percebe que se trata de um processo de socialização que é, ao mesmo tempo, dialógico, contínuo e coletivo, no qual se tornar jornalista envolve incessantes relações entre esses atores, efetivadas “pela imposição de normas e de um modo de ser, mas também a partir da troca de competências no decorrer da trajetória profissional” (PEREIRA, 2020, p. 125). Tornar-se e, principalmente, manter-se jornalista são atos que sofrem os impactos diretos do econômico e isso se reflete na formação e na perpetuação do *ethos* jornalístico e, por conseguinte, na forma como a atividade fim é executada e o seu produto é oferecido à sociedade.

Outra questão oportuna de se mencionar aqui é que Barros Filho lembra que analisar o espaço autônomo de criação da notícia, isto é, o espaço de produção jornalística, somente é possível tendo em vista as subjetividades interiorizadas e posteriormente devolvidas à materialidade através de comportamentos:

Dessa forma, as posições objetivas do espaço se subjetivizam no *habitus* e as disposições subjetivas de percepção e ação se objetivam nas múltiplas tomadas de posição. Assim, a tendência de um certo espaço a manter – conservar inercialmente suas posições – é causa e consequência de práticas e tendências de ações igualmente conservadoras (BARROS FILHO, 2002, p. 161).

Esse entendimento, em resumo, nos permite voltar à concretude do exemplo do *Buzzfeed* colhido por Pickard. As tomadas de posição tornadas perceptíveis, bem como as alterações de política editorial ou recomendações para a condução de um determinado tipo de pauta geram “efeitos de acomodação” aos demais integrantes do campo, isto é, as coisas se ajustam e um novo padrão é estabelecido e reproduzido – algo que Barros Filho (2002, p. 162) coloca como “estabilidade relativa das posições de produção”. Significa dizer que mesmo que haja alguma dinâmica na formação do espaço social – ele está sempre se modificando em algum nível –, a tendência é de se seguir um tipo ideal e quanto mais reproduzida, mais naturalizada essa estrutura é. Como resultado, ela passa a ser cada vez menos questionada:

embora a estrutura de qualquer espaço social seja objeto permanente de redefinição, em função das ininterruptas estratégias postas em prática por seus atores, existe na vida social uma tendência inercial que tende a perpetuar os mecanismos desiguais de distribuição de capitais sociais específicos (BARROS FILHO, 2002, p. 162).

As práticas de produção também são relativamente estáveis. Barros Filho (2002) diz que esse efeito acontece a partir da repetição do *eidós* profissional e este gera e reproduz um *habitus* profissional: “as estruturas de qualquer espaço são interiorizadas pelos seus agentes, gerando disposições de agir e ações que redefinem, em permanência, estas mesmas estruturas” (BARROS FILHO, 2002, p. 164). Assim, o campo se modifica na medida que se faz necessária a reestruturação das suas diretrizes coercitivas.

Sobre as práticas de produção, já foi brevemente mencionada a necessidade de perceber o jornalismo como um trabalho; como uma atividade remunerada. Retomo essa discussão pensando na argumentação proposta por Figaro e Silva (2020) sobre, entre outras questões, os meios de comunicação como meios de produção e as mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas. O contexto específico que elas desenvolvem a argumentação que resgato aqui é a



das mudanças do jornalismo no capitalismo de plataforma<sup>34</sup>, quando elas enfatizam a importância dos meios de comunicação na contemporaneidade. O intuito, aqui, não é discutir esse formato de capitalismo, mas apontar que o jornalismo se encontra no meio dessa complexa forma de organização. Comentando Raymond Williams, Figaro e Silva (2020) lembram que ele percebe os processos comunicacionais de maneira intrínseca tanto ao trabalho quanto ao funcionamento do sistema econômico. Disso, vão além ao afirmarem que assim é também com os meios de comunicação digitais porque é neles que se organizam as atividades de trabalho nos mais distintos ramos de produção atualmente:

no setor da comunicação, dos transportes, da venda de mercadorias às indústrias de todo tipo de produtos, nas quais as lógicas da informação e da comunicação estão presentes. Esses meios estão para a valorização do capital assim como os meios de transporte foram lembrados por Marx para tratar dos processos de circulação da mercadoria em menor tempo como aspecto relevante na realização do mais valor (FIGARO; SILVA, 2020, p. 103).

Por essa linha, elas comparam as mudanças informacionais que vêm acontecendo desde o início do século XXI às transformações que a sociedade passou quando do advento da máquina a vapor, no século XIX. Como sustentam, essas mudanças ainda continuam: apontam que, ao contrário do que se tinha como máxima no início dos anos 1990 – década da popularização da internet comercial, quando ela era entendida como libertária, autônoma socializadora e colaborativa – agora, a internet vive uma fase de controle e privatização, de desenvolvimento tecnológico e de sigilo de conhecimento liderada por empresas como *Amazon*, *Apple*, *Google*, *Meta* e *Microsoft* e que se materializam na plataformização dos serviços.

A inserção do jornalismo nesse cenário tem no encontro entre o fator “pressão” das empresas tradicionais que comandam o jornalismo para manterem seus interesses e o fator “monetização do negócio do jornalismo” um ponto crítico:

A forma de monetização do negócio jornalístico entrou em fase bastante perigosa, pois a publicidade tradicional, o informe publicitário e a matéria paga ficaram démodé com a nova sensação de pautas originadas do volume de cliques em #trends de redes sociais, as mais lidas (clicadas) nos portais. As rotinas produtivas foram açambarcadas por lógicas que impõem na redação a espetacularização e a regra primeiro publica, depois apura. (FIGARO; SILVA, 2020, p. 106).

---

<sup>34</sup> Citando as autoras: “As plataformas são empresas de tecnologia digital que operam em rede, por lógicas algorítmicas e monetizam dados coletados por meio da oferta de algum serviço, sendo eles, a gestão de conexão, a mediação entre fornecedor e usuário, a oferta de software, de conteúdo etc. Comercializam riqueza inesgotável: os dados dos seres humanos. Exploram o trabalho de uma massa de indivíduos, denominados de colaboradores, empreendedores de si próprios, trabalhadores do clique, terceirizados. Sua lógica de produção conta com os investimentos do mercado financeiro, numa escalada permanente de aportes milionários. A ligação entre os conglomerados de plataformas e o mercado financeiro é o modelo que completa o que denominamos de capitalismo de plataforma” (FIGARO; SILVA, 2020, p. 104).

Assim, Figaro e Silva (2020) concordam com Souza (2018) na afirmativa de que a crise no jornalismo é consequência de uma crise de estrutura do capital. Significa assumir de fato que os problemas do jornalismo não são apenas internos – percebemos nisso o claro atravessamento do campo econômico sobre o campo jornalístico: “as lógicas da circulação da informação e a valorização dela como aspecto de valorização do capital reverberam na área profissional do jornalismo” dizem Figaro e Silva (2020, p. 106), que ainda acrescentam que isso vai além da incorporação das tecnologias digitais, incidindo também sobre a lógica produtiva e de relações de trabalho. Nesse sentido, Mick e Kikuti indicam que a precarização do trabalho no jornalismo somada às inovações das TICs incide diretamente sobre o exercício do ofício:

A convergência digital – ou interação, em um mesmo ambiente eletrônico, de mídias que antes operavam separadamente –, por exemplo, favoreceu um movimento de reversão na divisão do trabalho, com a eliminação de inúmeras funções antes desenvolvidas por especialistas: diagramadores foram substituídos por *softwares*; revisores ou *copywriters* foram eliminados com a transferência de suas responsabilidades para repórteres e editores; funções administrativas foram incorporadas por editores e subeditores; laboratoristas foram demitidos quando a produção fotográfica tornou-se inteiramente digital (MICK; KIKUTI, 2020, p. 217, grifo dos autores).

Outra situação é que a atenção dada às redes sociais também fez com que os profissionais se colocassem mais responsivos às suas audiências, isto é, mais atentos aos interesses da comunidade de consumidores de informação. Sabe-se que servir aos interesses de consumo do público difere de atender ao interesse público. É uma discussão delicada e o resultado final pode pender para o sensacionalismo ou para as *soft news* quando não para a desinformação.

Acerca dos processos de desinformação – que serão discutidos adiante –, Bolaño e Martins (2021) atentam para o fato de que ela não é algo presente somente nos meios digitais, porém se renova com eles. Bennet e Livingston (2018, p. 127, tradução própria), referindo-se às redes sociais, discorrem: “Adicionando caos a esses fluxos de desinformação, estão grandes volumes de notícias falseadas produzidas de forma independente, destinadas a obter cliques e compartilhamentos para apoiar modelos de negócios padrão nas mídias sociais”<sup>35</sup>. Eles também afirmam que essas notícias falseadas costumam assumir aspectos partidários e isso aumenta a possibilidade de serem captadas e compartilhadas por *bots* nas redes sociais que as

---

<sup>35</sup> No original, em inglês: Adding chaos to these disinformation flows are large volumes of independently produced fake news aimed at getting clicks and shares to support standard business models on social media.

redistribuirão em outras campanhas de desinformação ainda maiores. Assim, percebem-se forças do campo político também se colocando mais ativamente sobre o campo jornalístico. A ação política sobre o jornalismo, que sempre existiu, apresenta-se além das negociações entre os atores de um e de outro campo. As estratégias são mais sutis ao assumirem a aparência de notícia; também são, por isso, mais agressivas e vêm provocando impactos na legitimidade do jornalismo.

Outra perspectiva, esta sim mais focada na Economia Política da Comunicação (EPC), é defendida por Hirst (2021) e tem forte fundamentação marxista. Ela dialoga bem com a crença de que toda a formação do *habitus* jornalístico, ao responder às exigências econômicas, não percebe no valor da objetividade jornalística a carga ideológica que ela carrega. Com essa ideia, Hirst eleva a discussão a respeito da desinformação a outro nível, pois uma vez que a notícia é produzida segundo uma cartilha alinhada à determinada ideologia, ela pode estar negando aspectos da realidade:

Um exemplo claro e fácil são as notícias econômicas. Quase sem exceção, as notícias econômicas na grande mídia presumem que a economia de mercado capitalista é a estrutura natural do mundo social, que o investimento e o capital são bons e saudáveis e que os salários geralmente são justos. O mercado é considerado livre de valores e baseado nos princípios da soberania do consumidor, liberdade de escolha, empreendedorismo e concorrência leal. Também promove a ideia de que a riqueza é produto do gênio e do trabalho árduo, ao invés da apropriação da força de trabalho de outra pessoa. Quando os jornalistas aceitam essas suposições sem questionar, eles só podem produzir uma espécie de notícia “falsa”. É uma notícia sobre um mundo que não existe (HIRST, 2021, p. 92).

Hirst (2021) é um crítico enfático da forma como o jornalismo de tradição anglo-saxônica se desenvolveu, bem como do formato que assume atualmente. Para ele, a imprensa não consegue se colocar ativamente contra o fascismo (e aqui, pode-se inserir movimentos de extrema-direita e outros derivados) porque, em suas palavras, os jornalistas são, em maioria, “a-históricos, anti-intelectuais e pensadores de curto prazo” que “não têm capacidade intelectual ou imaginação para pensar histórica ou filosoficamente” (HIRST, 2021, p. 97). Ele considera que a visão de mundo do jornalismo é errada por ser idealista e baseada em senso comum. Para ser capaz reverter o seu atual estado, Hirst (2021, p. 97) pontua que seria necessário adotar uma razão científica (para isso, cita Gramsci) capaz de promover uma “revisão revolucionária completa”. Sem essa revolução, o pesquisador é enfático em dizer que não tem dúvidas sobre o posicionamento da mídia noticiosa ser o de normalizar e apoiar o fascismo caso a classe dominante de um país desejar que esse regime político prospere.

Nesse sentido, é possível começar a imaginar estratégias oriundas do próprio campo para fazer frente ao universo já estabelecido. Para além das ações cidadãs exercidas durante as manifestações de 2013 no Brasil, cujo destaque ficou para as atividades da Mídia Ninja, retomo de Pontes e Mick (2018, p. 6) a afirmação de que há uma disseminação de um certo “jornalismo independente” no Brasil. Os pesquisadores afirmam que os veículos enquadrados nessa característica têm forte engajamento social, porém esbarram justamente no dilema da sustentabilidade financeira principalmente para os seus colaboradores:

Esses arranjos, quando sustentáveis, mantêm-se por financiamento de fundações internacionais ou por *crowdfunding* – modalidades baseadas em projetos, sazonais e que exigem, para serem viabilizados, o domínio de funções que não são próprias do jornalismo, como a elaboração de projetos e o planejamento de ações em redes sociais (PONTES; MICK, 2018, p. 6).

É também uma espécie de barreira a característica desse tipo de jornalismo depender de profissionais voluntários. Sem desmerecer a qualidade do produto desses veículos tanto em conteúdo político quanto contra hegemônico, Pontes e Mick lembram que tal espécie de vínculo contribui para a desvalorização da profissão, já bastante castigada em outras dimensões, como a alta carga horária, múltiplos vínculos empregatícios e a qualidade deles. A conclusão é dura: “as características da atividade jornalística no Brasil [...] permaneceram estáveis [entre os anos de realização da pesquisa – 2012 a 2017] para quem continua exercendo a atividade na mídia ou fora dela: estáveis na precariedade” (PONTES; MICK, 2019, p. 19).

Levantamento posterior de Mick e Kikuti (2020) indica que outra resposta à crise está no surgimento de um “jornalismo empreendedor”, ou em outras formas de trabalho e organizações com arranjos distintos daqueles das grandes corporações midiáticas. Essas organizações vão desde cooperativas até grupos que concentram jornalistas e não jornalistas – grupos estes mais comuns junto às minorias e comunidades periféricas. Mais uma vez, a renovação do jornalismo bate de frente com as dificuldades da remuneração e a consequente dificuldade em repor a força de trabalho, colocando o aspecto da “fragilidade financeira como o principal desafio a ser superado por trabalhadores desses arranjos” (MICK. KIKUTI, 2020, p. 215).

Discutidos esses aspectos que permitem relacionar o campo jornalístico ao econômico, pode-se perceber que junto a eles também emergem condições que também o relacionam ao campo político. São essas as nuances que abordo na seção a seguir, buscando fortalecer o meu posicionamento de que o jornalismo também atua como uma instituição política em meio a esse contexto, ou seja, também exerce sua pressão nas complexas relações entre os campos sociais.

### 1.3 JORNALISMO: UMA INSTITUIÇÃO POLÍTICA

Desde os anos 1950, o jornalismo brasileiro se inspira no modelo dos Estados Unidos da América (HOHLFELDT, 2010; GUAZINA, 2015). Assim como no hemisfério norte, aqui ele tende a não admitir que toma um posicionamento deliberado nas suas narrativas. Porém, não significa que não haja posicionamento; o que acontece é a tendência de não se afirmar abertamente isso. Como bem sintetizam Mick e Kikuti (2020, p. 217) os jornalistas sofrem as mudanças sociais ao mesmo tempo que as influenciam com as suas narrativas: “foi assim com a crise econômica iniciada em 2013 no Brasil, intensificada com o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff em 2016, e sucedida por reformas estruturais no Estado e nas relações de trabalho”. Essa construção do discurso, no jornalismo, se dá sob as regras do próprio campo a partir de um *ethos* que orienta a dialética entre os atores envolvidos e evoca uma proposta de atuar como um poder moderador, “um poder que se caracteriza acima da política” (GUAZINA, 2015, p. 63). Porém, aqui, a perspectiva é outra: a ideia é de que o jornalismo não está fora da política, mas que participa ativamente dela. Isso pode causar algum estranhamento porque a visão mais comum que se tem do jornalismo brasileiro é idealizada: imagina-se que o jornalismo é uma atividade neutra e pensar nele ora como instituição política, ora como ator político, tende a contrariar a ideia de que ele deve ser isento para poder retratar a verdade dos fatos.

Para esta pesquisa, o jornalismo desempenha tanto o papel de instituição política quanto o de ator político. No primeiro caso, a afirmação se fundamenta no entendimento de que a política exerce abertamente a chamada “alocação impositiva de valores” na sociedade (COOK, 2011, p. 203). A imprensa contribui com a agenda do poder político e com a provisão de recursos para os atores oficiais, reforçando a autoridade deles, ou seja, não deixa de exercer essa imposição de valores ainda que indiretamente. A adoção da perspectiva de Cook (2011) se faz coerente devido a sua afirmação de que o jornalismo não é apenas uma instituição, mas uma instituição política e que, por consequência disso, os jornalistas também são atores políticos. Da mesma forma que se diz não ser possível haver neutralidade, isenção ou omissão na política pois o simples ato de assim agir já significa uma tomada de posição, assim é no jornalismo. Justamente por isso, Cook (2011, p. 203) diz que o fator complicador para se admitir o papel político dos jornalistas “é que sua influência política pode decorrer de sua adesão a princípios de objetividade e deferência aos fatos e sua distância ‘custe o que custar’ em relação às

consequências sociais e políticas da cobertura”. Portanto, acredito que o jornalismo político descrito por Cook também pode identificar o tipo praticado no Brasil. Ao se assumir como válida a colocação de Cook, concorda-se com ele quando se fundamenta em Easton (1965):

A política é relativa a escolhas para a sociedade. É também relativa às escolhas consideradas “impositivas”, isto é, vinculantes para os indivíduos que não contestem independentemente as bases da escolha. E se utilizarmos a definição de dicionário de “alocação” para incluir tanto designação quanto distribuição é claro que a política estabelece o que é valioso na sociedade e também procura distribuir esses valores (COOK, 2011, p. 204).

Por sua vez, Konder (2001, p. 25) entende que a política lida com duas referências contrapostas, “legitimando-se através da universalidade dos princípios e viabilizando-se por meio das motivações particulares”. Para ele, o político (ou melhor, um político, já que se fala do cidadão que faz da política sua atividade profissional) mistura o universal e o particular. A ideologia está por trás de tudo. Quando se pensa nela em nível discursivo, toma-se por base a concepção de Althusser (1985), filósofo para o qual a prática humana se constitui através de uma ideologia e sob uma ideologia. A ideologia, por sua vez, existe através de um sujeito e para um sujeito. Não se trata de algo imposto externamente na forma de uma doutrinação mais enfática, didática ou partidária ou algo conscientemente repassado. É, na verdade, algo tênue que se faz parecer intrínseco. De tão sutil, imperceptível, chega ao ponto de ser tido como natural e espontânea – o sujeito não percebe que está sob o efeito da ideologia (SILVA, 2009). Meu entendimento é de que o jornalismo também partilha dessa característica, levantando a necessidade de se considerar esses aspectos. Daí que o jornalismo age como ator político. Acerca disso,

Na imprensa brasileira, alguns valores circulam ora sob a égide de critérios editoriais próprios da atividade jornalística, ora como requisitos básicos para a constituição de um produto de qualidade no mercado. Isto é, esses valores intangíveis oscilam entre a perspectiva moral-ético-deontológica e a produtivo-mercadoológica. Como o terreno da profissionalidade se perfaz na intersecção das esferas, é natural que tais valores apresentem essa dualidade (CHRISTOFOLETTI, 2010, p. 39).

Essa premissa é compartilhada por outro autor que escreveu sobre o jornalismo ocidental. Para Borrat (1989), parte do pressuposto de que o jornal (*el periódico*), por se tratar de um meio de comunicação massivo, não pode deixar de ser percebido como um ator, uma vez que está em interação com os demais atores do sistema social. A afirmação é justificada por ele: “se por ator político se entende todo ator coletivo ou individual capaz de afetar o processo

de tomada de decisões no sistema político, o jornal generalista independente há de ser considerado um verdadeiro ator político” (BORRAT, 1989, p. 67, tradução própria<sup>36</sup>).

Borrat (1989) se aproxima da teoria bourdieusiana dos campos quando complementa que o âmbito de atuação do jornal é o da influência, porque afeta o comportamento de outros atores diversos para que estes adotem ações que sejam favoráveis aos interesses daquele:

exerce influência sobre o governo, mas também sobre os partidos políticos, os grupos de interesse, os movimentos sociais, os componentes da sua audiência. E ao mesmo tempo que exerce sua influência, é objeto da influência dos outros, que alcança uma carga coercitiva decisiva quando esses outros são os titulares do poder político (BORRAT, 1989, p. 67, tradução própria<sup>37</sup>).

Acrescentam-se algumas premissas para o jornal como ator político sob o raciocínio de Borrat (1989). São elas: a) a definição de um jornal independente como aquele que não depende estruturalmente de qualquer outro ator que não seja a sua empresa editora; b) a percepção de que esses jornais são necessários no contexto do sistema democrático ocidental; c) o cumprimento da função democrática desses jornais deve estar sob permanente análise – uma análise, diz ele, tão rigorosa quanto a que é feita com os demais atores políticos, sejam eles os que ocupam o poder, os que buscam o poder ou os que influenciam sobre o poder de alguma forma (algo que pode ser pensado no sentido de uma regulação da mídia); d) a referida análise (regulação) deve estar em consonância com a estrutura constitucional, cultural, econômica e social do regime em que o jornal está inserido e o jornal, como sujeito de relações multilaterais, pode ser ora produtor e difusor de informação, ora participante (direto ou indireto) dos conflitos políticos.

O uruguaio também descreve necessidades “básicas” do jornal. Necessidades estas que ele afirma serem fundamentais aos demais atores do sistema político, nas quais se percebe o pragmatismo jornalístico estritamente ligado à questão ideológica:

- a) Considerar o *conflicto* como categoria-chave para a compreensão das atuações próprias e alheias.
- b) Decidir e executar *estratégias* que, superando os riscos de cada situação de conflito, mobilizam seus recursos para atingir seus objetivos permanentes e temporários.

---

<sup>36</sup> No original, em espanhol: “Si por actor político se entiende todo actor colectivo o individual capaz de afectar el proceso de toma de decisiones em el sistema político, el periódico independiente de información general ha de ser considerado como um verdadeiro actor político”.

<sup>37</sup> No original, em espanhol: “influye sobre el gobierno, pero también sobre los partidos políticos, los grupos de interés, los movimientos sociales, los componentes de su audiencia. Y al mismo tiempo que ejerce su influencia, es objeto de la influencia de los otros, que alcanza una carga de coerción decisiva cuando esos otros son los titulares del poder político”.

- c) Assegurar-se do acesso às *fontes de informação política* que melhor lhe permitam conhecer aos atores, ao sistema e aos seus contextos em escala nacional e internacional.
- d) Realizar certas *atuações públicas* mediante a comunicação massiva de seu próprio discurso (BORRAT, 1989, p. 68, grifos do autor, tradução própria<sup>38</sup>).

Konder (2001) explica que se fosse a ideologia totalmente subordinada ao preceito de universalidade, encontraria dificuldades em obter mobilização ampla, duradoura e consistente (mas, se acontecesse, resultaria em um movimento de fanáticos). No extremo oposto, uma ideologia com ausência total de princípios universais se caracterizaria pelo domínio de oportunistas. O paradoxo da ideologia está justamente nessa composição de elementos dos dois extremos.

Essa ótica de cunho mais filosófico é apenas o pano de fundo do posicionamento apresentado aqui. Por meio dela que busco compreender como politicamente ativas as empresas de mídia, grandes detentoras dos meios de produção no caso do jornalismo, e cuja informação é um dos produtos ofertados.

Aliás, no jornalismo comercial, a informação é carregada de ideologia que visa defender os interesses das empresas de mídia e de quem as controla (as motivações próprias e de terceiros já mencionadas). A ideologia diluída na informação é distribuída no dia a dia, mas sedimenta lentamente ao longo do tempo, passando a ser percebida como algo natural, intrínseco, como se fossem ideias que sempre existiram<sup>39</sup>. É por meio dessa sedimentação que se constitui um poder impositivo do jornalismo, ajudando a criar valores pouco a pouco na sociedade. Isso nos leva a pensar o jornalismo de duas formas: enquanto campo social, como instituição política (campo jornalístico) de um lado, e como ator político no que se refere à atividade profissional propriamente dita, isto é, a produção e a distribuição de informações, de outro.

Nota-se aqui uma aproximação com algumas estratégias de manipulação descritas por Charaudeau (2022), a saber, as do exagero, da generalização e da amálgama. A crítica à manipulação exercida pelos grandes veículos de imprensa é uma questão que, há alguns anos, muito esteve em voga nas escolas de jornalismo – de uma forma até mesmo inquisitória. Não raro, observa-se no ambiente acadêmico a percepção de que o jornalismo tradicional atua como

---

<sup>38</sup> No original, em espanhol: “a) Considerar al *conflicto* como la categoría clave para la comprensión de las actuaciones propias y ajenas. b) Decidir y ejecutar *estrategias* que, superando los riesgos de cada situación de conflicto, movilizan sus recursos para el logro de sus objetivos permanentes y temporales. c) Asegurarse el acceso a las *fuentes de la información política* que mejor le permitan conocer a los actores, al sistema y a sus contextos a escala nacional e internacional. d) Realizar ciertas *actuaciones públicas* mediante la comunicación masiva de su propio discurso”.

<sup>39</sup> Foi sob essa perspectiva, com foco na Análise de Enquadramentos (*Frame Analysis*) de Gamson e Lasch (1983) e Gamson e Modigliani (1989) que desenvolvi minha dissertação de mestrado (RODRIGUES, 2017).



manipulador das massas em prol dos interesses da elite dominante. Charaudeau (2022, p. 119) lembra que “os meios de comunicação são frequentemente suspeitos, senão de manipular, pelo menos de desinformar [...] por seu sensacionalismo e acusados de distorcer o discurso de tal e tal político”, entre outras situações igualmente pouco nobres. Por esse viés, Charaudeau (2022, p. 120) tanto afirma que “o discurso midiático não atende, em seu fundamento, à finalidade de incitar a fazer, mas à finalidade da informação”, quanto lembra que, a depender dos procedimentos adotados nesse ato de informar, ele pode se tornar “involuntariamente manipulatório”. No entanto, cabe dizer que Charaudeau percebe esse movimento como dialógico: o manipulador precisa de credibilidade e o manipulado, de credulidade.

O capítulo analítico apresentará exemplos do que o linguista francês menciona como exagero e generalização. São situações que, segundo ele, explicam-se pela psicologia social. No caso do exagero, “quanto mais uma sugestão, acusação ou descrição de um estado de frustração são apresentados de forma exagerada, com ar de confiança, mais o público tende a aderir a ela” e, da mesma forma, para a generalização, tem-se que ela “permite que as pessoas acreditem em ‘todo mundo sabe que’, meio de fazer as pessoas aderirem a uma *vox populi* suscetível de assegurá-las” (CHARAUDEAU, 2022, p. 92, grifos do autor). Também presente é a amálgama, procedimento que age aproximando fatos, causas e consequências. Estes, conectados, induzem a uma ilusão de explicação global (CHARAUDEAU, 2022, p. 92, grifos do autor): “simples coincidências ou correlações são transformadas em relação de causa e efeito em virtude do velho ditado latino *post hoc, ergo propter hoc* (‘depois disso, portanto, por causa disso’)”. A amálgama, portanto, *peca* ao misturar diferentes noções, conceitos e problemáticas, traduzindo-as como a mesma coisa. É uma simplificação que, para além de agregar questões por características comuns, acaba por as ligar ignorando a particularidade de cada uma.

Também a partir de Charaudeau (2022, p. 152) é reforçada a ideia de jornalismo como instituição política. Ao mesmo tempo em que o autor nos lembra sobre a necessidade de o povo estar corretamente informado para exercer a democracia, ele afirma que cabe ao próprio jornalismo uma parcela de autopreservação nesse “contrato cidadão”:

As contraverdades que são lançadas no espaço público a todos os cidadãos colocam um problema para a democracia no qual se inscrevem os chamados meios de comunicação tradicionais – imprensa escrita, rádio, televisão (CHARAUDEAU, 2022, p. 153).

Admitindo que o jornalismo é uma instituição política influente, considero imprescindível ressaltar que ele não é isento e tem responsabilidades variadas nos acontecimentos do campo político. Inclusive, para Chomsky (1997), os detentores dos meios

de comunicação, no geral, têm participação determinante no que é veiculado e, como afirmam Guazina *et al.* (2017), os editoriais têm papel estratégico ao direcionarem os enquadramentos da cobertura informativa, ao orientarem o debate público e ao atuarem no desenrolar dos acontecimentos políticos. Como afirma Charaudeau (2022, p. 154), a mídia participa de uma “manipulação involuntária” e a informação que ela produz está inserida em representações e visões dos acontecimentos que resultam em versões. Todavia, “essa construção não garante que ela será interpretada de acordo com a intenção da instância midiática”, o que para o autor “deveria obrigar a mídia a se questionar não apenas sobre o que é uma informação, ladainha recorrente, mas sobre a utilidade e os possíveis efeitos dessa informação” (CHARAUDEAU, 2022, p. 154). Cabe, portanto, aprofundamento nesse universo, porém com foco centrado em uma das maneiras que o jornalismo tem de apresentar as suas perspectivas ao público: os editoriais.

### 1.3.1 O papel político do editorial jornalístico

O jornalismo impresso vem observando o declínio da circulação e das vendas, uma decorrência do avanço das plataformas *on-line* e de causas econômicas, acontecimentos em escala mundial que desde o começo do século XXI têm mudando as faces do produto (TAVARES, 2018). Todavia, o peso do editorial não é colocado em xeque. Pelo contrário, independentemente da plataforma, ele é percebido com importância, motivando pesquisadores da área a se debruçarem sobre o tema (MONT'ALVERNE e MARQUES, 2015; 2022; MARQUES *et al.*, 2019; AZEVEDO, 2018; MONT'ALVERNE, 2017; GAJEVIC, 2016; GUERREIRO NETO, 2016, OROSA *et al.*, 2013; IZADI e SAGHAYE-BIRIA, 2007).

Além da relevância perante a opinião pública, apesar da transferência de plataforma, os editoriais também mantêm as características do formato. Orosa *et al.* (2013), ao observarem cinco jornais europeus<sup>40</sup>, constataram que eles mantiveram posição privilegiada e diferenciada em comparação aos demais artigos de opinião nas plataformas *on-line* dos periódicos. Ainda, conservaram as características do impresso tanto em estrutura quanto na linguagem e continuaram exercendo a função de ator político ativo na representação da voz institucional dos veículos. As mudanças apontadas por Orosa *et al.* (2013) são similares às constatadas atualmente nas páginas dos jornais que compõem o objeto desta tese. Verifica-se principalmente a hipertextualidade, seja ao destacar palavras ou frases no próprio texto, seja em

---

<sup>40</sup> Os jornais são: *Corriere della Sera* (Itália), *Diario de Noticias* (Portugal), *El País* (Espanha), *Le Monde* (França) e *The Times* (Grã-Bretanha).

chamadas para editoriais anteriores ou para outras matérias nos espaços entre os parágrafos do texto e ao final dele. Nos jornais brasileiros, as versões *on-line* dos editoriais podem ser eventualmente ilustradas com fotografias que representam a temática (frequentemente de arquivo) enquanto no impresso se observam algumas gravuras e charges. Também há espaço para comentários e integração com as principais redes sociais digitais para o compartilhamento do texto. Para além, não há distinção entre o que é publicado no impresso e na internet, de forma que não julgo necessária maior diferenciação.

Os editoriais, especificamente aqueles publicados pelos jornais – inicialmente, na forma impressa e, depois, também *on-line* –, podem ser definidos genericamente como textos que combinam fatos e opiniões, interpretam os acontecimentos ao gosto dos editores, proprietários ou acionistas da empresa jornalística e têm o objetivo de influenciar a opinião pública (HAMLET, 2009). Nesse sentido, “o editorial seria, assim, a opinião do jornal apenas metonimicamente, considerando que a opinião do jornal equivale a do editor e dos proprietários” (GUERREIRO NETO, 2016, p. 93). Há de se levar em conta que os editoriais são subprodutos do jornalismo e, por isso, atrelados à informação. No entanto, a opinião é mais explícita neles que nas notícias (GUERREIRO NETO, 2016), mesmo que seja impossível estabelecer uma separação total desse opinativo – principalmente se tomarmos o pressuposto de que a ideologia, sob forma de opinião pessoal, está expressa discursivamente em textos e conversas (VAN DIJK, 1998) ou, no caso que interessa aqui, no jornal como um todo (MONT’ALVERNE; MARQUES, 2015)<sup>41</sup>.

Raramente assinados, os editoriais remetem a uma narrativa impessoal, ensaística e argumentativa que busca promover os pontos de vista alinhados à administração da empresa jornalística. Para Hamlet (2009, p. 474, tradução própria<sup>42</sup>), a escrita é invariavelmente persuasiva e carrega possibilidade de influência: “eles podem elogiar candidatos políticos ou funcionários públicos por tomar boas decisões ou torná-los responsáveis por más decisões e/ou comportamentos”. Izadi e Saghaye-Biria (2007, p. 148) destacam o uso de manobras linguísticas, estilísticas e argumentativas para enquadrar os assuntos de maneira seletiva que incluem “vocabulário polarizado” na descrição de atores e acontecimentos políticos. Entre as estratégias, estão estruturas retóricas de imagem, hipérbole, eufemismo e mitigação. Ainda acerca dos atributos dos editoriais, Guerreiro Neto (2016, p. 95) lembra a classificação de

---

<sup>41</sup> Nesse sentido, cabe observar Beltrão (1980 *apud* GUERREIRO NETO, 2016, p. 94) quando diz que a opinião é onipresente no jornalismo, mas que pode ser observada a partir de três grupos: a do editor, a do jornalista e a do leitor.

<sup>42</sup> No original, em inglês: “They may praise political candidates or public servants for making good decisions or make them accountable for bad decisions and/or behavior”.

Beltrão (1980), que, por sua vez, evoca a já mencionada impessoalidade (Beltrão diz “impersonalidade”), a topicalidade (entendida como “propriedade de exprimir não só a opinião sedimentada, mas especialmente a que está se formando”), a condensabilidade ou condensabilidade (apresentação de uma ideia central única para ser mais objetivo e evitar a confusão) e a plasticidade, “considerando que o editorial deve orientar com alguma flexibilidade, sem dogmatismos”.

Já a conceitualização oferecida por van Dijk (1992), realizada há três décadas, ainda pode fundamentar adequadamente os editoriais jornalísticos. Quanto à forma, o linguista os descreve como textos de tamanho restrito, geralmente entre 200 e 500 palavras, sempre em uma seção fixa e, geralmente, com uma diagramação distintiva do restante da edição. Abordam questões de interesse sociopolítico, econômico e cultural sob um estilo característico por conter estratégias argumentativas e persuasivas. Para van Dijk, a estrutura básica do texto editorial é dividida em três partes: a) *definição da situação* (resumo de um acontecimento ou de uma notícia); b) *classificação temática* e; c) *conclusão* (com apresentação de expectativas sobre o desenrolar futuro da situação trabalhada ou com opiniões e recomendações sobre o que deve ou não ser feito pelos atores aos quais a temática está relacionada). Essa divisão se trata de uma adaptação de van Dijk a partir de um modelo mais antigo, proposto por Toulmin (1969 *apud* GAJEVIC, 2016), que pode ser resumido por: a) *dados* (evidências nas quais as reivindicações são baseadas); b) *garantias* (ligação lógica entre os dados e as reivindicações); c) *reivindicações* (por que elas são um pedido razoável a ser feito).

Ainda, van Dijk (1992) descreve os editoriais como produtos com várias funções: interacional, cognitiva, sociocultural e política divididos em quatro níveis. Primeiro, tem-se o enquadramento da interação comunicativa: o editorial tem função argumentativa e persuasiva que busca influenciar as cognições sociais dos leitores. Segundo, ao fazerem isso, os editores buscam realizar uma transferência ideológica para o público em geral. Terceiro, apesar da característica anterior, “os editoriais não são nem apenas nem prioritariamente dirigidos ao leitor comum”, ou seja, “eles tendem a ser direcionados direta ou indiretamente aos atores sociais influentes, por exemplo, avaliando as ações desses atores e sugerindo caminhos alternativos” (VAN DIJK, 1992, p. 244, tradução própria<sup>43</sup>). Com isso, van Dijk afirma que o público *comum* está mais para observador que para destinatário desse discurso – um discurso endereçado, de fato, às elites. Isso leva ao quarto nível:

---

<sup>43</sup> Trecho completo no original, em inglês: “Thirdly, however, editorials are usually not only, and even not primarily, directed at the common reader. On the contrary, they tend to directly or indirectly address influential news actors, viz., by evaluating the actions of such actors or by recommending alternative courses of action”.

Isso significa, em quarto lugar, que os editoriais funcionam politicamente como uma forma de legitimação do poder, ou seja, do domínio de uma elite específica (o governo, o partido conservador) ou como uma forma de manter o equilíbrio de poder entre diferentes grupos de elite na sociedade. As normativas de natureza ideológica dos editoriais também têm uma importante função cultural, a saber, uma formação persuasiva e a reprodução de padrões e valores aceitáveis pelos quais as notícias podem ser observadas (VAN DIJK, 1992, p. 244, tradução própria<sup>44</sup>).

Sob a mesma perspectiva de van Dijk, Gajevic (2016) reforça que o fator argumentativo é crucial, principalmente no sentido de consolidar o editorial como um gênero jornalístico distinto. Esse autor argumenta que apesar de haver diferenças ao redor do mundo na prática do jornalismo, há uma tendência generalizada em limitar as interpretações dos fatos ou as argumentações acerca deles à seção dos editoriais. Estes são apontados por alguns pesquisadores sob a metáfora de “mercado de ideias” (HALLOCK, 2007, p. 7 *apud* GAJEVIC, 2016, p. 3) na defesa da liberdade de expressão e democracia; por outros, como um gênero jornalístico de grande influência em governos e lideranças políticas. Gajevic (2016), concordando com van Dijk (2006), também aponta que o editorial representa a opinião institucional da empresa jornalística, transmitindo os valores sociais e ideológicos dos seus donos ou acionistas, atuando como “fiéis porta-vozes dos proprietários” (VAN DIJK, 2006, p. 138<sup>45</sup>). Colunistas, comentaristas e especialistas ajudam a compor esse cenário e também servem como um diferencial dos periódicos para os leitores que buscam interpretações dos acontecimentos.

É evidente que se um jornal tem uma agenda política, ela estará explícita nos seus editoriais (GAJEVIC, 2016; MONT’ALVERNE e MARQUES, 2015; HAMLET, 2009). Para Mont’Alverne e Marques (2015), trata-se do gênero que mais bem ilustra a tensão existente no jornalismo entre os interesses público e privado.

Em outras palavras, o editorial se configura mais nitidamente como um espaço para o jornal “fazer política” e pressionar o poder público, além de ser uma forma de colocar assuntos na pauta coletiva de discussões [...]. Dessa forma, os editoriais atuam não somente ao formatar trações da imagem pública – por exemplo, de agentes do campo político (BOURDIEU, 2011) –, mas, também, ao oferecer elementos que conformam a imagem do próprio jornal (MONT’ALVERNE; MARQUES, 2015, p. 121).

---

<sup>44</sup> No original, em inglês: “This means, fourthly, that editorials are functioning politically as an implementation of power, that is, as strategic moves in the legitimation of the dominance of a specific elite formation (e.g., the government, the conservative party) or in the maintenance of power balances between different elite groups in society. Their normative and ideological nature also has an important cultural function, viz., the persuasive formulation and reproduction of acceptable norms and values by which news events may be evaluated”.

<sup>45</sup> No original, em inglês: “faithful mouthpieces of the owners”.

A influência dos editoriais dependerá da influência política que esses veículos ou as elites empresariais ligadas a eles têm (HAMLET, 2009). Decorre disso outra característica tratada como consenso: a de que os textos editoriais são um instrumento de produção opinativa que forja a identidade do jornal (GUERREIRO NETO, 2016) e consolida a posição social da empresa jornalística (MONT'ALVERNE; MARQUES, 2015).

Marques de Melo se apresenta sensível às relações entre a empresa jornalística e o mercado. Para ele, o discurso do editorial “constitui uma teia de articulações políticas” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 79). Essa trama é bem sintetizada por Guerreiro Neto (2016) ao mencionar proprietários, acionistas, jornalistas renomados do periódico e as diretrizes da linha editorial, todos sempre em relativa disputa e organizados em diferentes níveis, sendo o posicionamento dos editoriais mais ou menos independente conforme essas forças se articulam:

Não se trata simplesmente da opinião do proprietário, mas de um consenso de opiniões dos diferentes núcleos que participam da propriedade da empresa. Afinal, há relações de luta travadas no interior das organizações, além da possibilidade de pressões externas, como de governos ou anunciantes. Os interesses corporativos são defendidos nesse espaço (GUERREIRO NETO, 2016, p. 94).

Mont'Alverne e Marques (2015) destacam que isso se dá de forma particular no Brasil porque o posicionamento da imprensa, no geral, tende a não ser sempre tão explícito, (defende-se a imparcialidade), diferentemente dos países onde a cultura profissional tem como naturalizada a tomada de posição política por parte das empresas de mídia.

A seção também é caracterizada como um “ponto focal intelectual” do jornal (HAMLET, 2009, p. 477) e, sob visão bastante positiva<sup>46</sup>, gera provocações, debates, define agendas e propõe mudanças, agindo de forma persuasiva:

Enquanto eles expressam a opinião dos proprietários de mídia, seus redatores servem como guardiões da consciência pública. O principal dever dos seus redatores é fornecer informação e orientação para julgamentos sólidos que são essenciais para o funcionamento saudável de uma democracia. Portanto, o editorialista é um escritor desafiado a tirar conclusões justas de fatos declarados, baseando-os no peso das evidências e no conceito de bem público da publicação (HAMLET, 2009, p. 477, tradução própria<sup>47</sup>).

---

<sup>46</sup> Nota-se que essa é uma perspectiva idealizada que a própria autora confronta ao mencionar uma pesquisa em que metade dos editores consultados declaram acreditar que a independência editorial é ameaçada pelos acionistas e pelos anunciantes (HAMLET, 2009).

<sup>47</sup> Trecho completo no original, em inglês: “The editorial page is the intellectual focal point of any newspaper. Editorials serve to provoke, debate, set agendas, crusade for change, persuade, and often challenge. While they express the opinion of media owners, editorial writers serve as keepers of the public conscience. The chief duty of its practitioners is to provide the information and guidance toward sound judgments that are essential to the healthy functioning of a democracy. Therefore, the editorial writer is challenged to draw fair conclusions from stated facts, basing them on the weight of the evidence and the publication’s concept of the public good”.

Inclusive, Azevedo (2018) destaca que a imprensa escrita pauta as questões políticas, que são repercutidas, ampliadas e disseminadas em suas plataformas midiáticas. Um levantamento realizado pelo autor sobre a cobertura política no Brasil após a redemocratização, portanto, a partir de 1988, apontou que a mídia, de um modo geral (e isso inclui os jornais trabalhados nesta tese) “atuaram em variados graus com viés partidário, favorecendo assim direta ou indiretamente candidatos antipetistas nos pleitos presenciais” (AZEVEDO, 2018, p. 271). Sobre a análise dos três veículos que compõem esta tese ele acrescenta:

Essas publicações fazem parte da chamada “grande imprensa” e no passado tiveram atuação política apoiando as forças de centro-direita contra o governo nacionalista de Getúlio Vargas (1951-1954) e o governo reformista de João Goulart, o Jango (1961-1964), ambos ligados ao Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), de centro-esquerda [...]. Todos esses jornais apoiaram o golpe militar de 1964 e o regime autoritário, com dissenso posterior de *O Estado de S. Paulo*, após o aprofundamento da ditadura com a edição do Ato Institucional nº 5 em 1968 (AZEVEDO, 2018, p. 270).

Cabe destacar que a perspectiva abordada por Azevedo (2018) está ancorada na revisão do conceito de paralelismo político atualizada por Hallin e Mancini (2010). Estes associam cinco elementos do paralelismo – as conexões organizacionais; o caráter partidário da audiência; o conteúdo dos meios; a atuação dos jornalistas na prática política e; o jornalismo de comentário apoiado na concepção do jornalista como publicista – ao compartilhamento de crenças, valores e tendências políticas de uma forma mais genérica, isto é, sem uma declarada ligação a partidos como demonstra a história dessas mídias no passado (AZEVEDO, 2018). A forma como Azevedo resume o jornalismo comercial em questão encontra consonância em meu entendimento:

A ideia de Hallin e Mancini de que o paralelismo político nos dias de hoje, marcado pelo predomínio do jornalismo comercial, se dá basicamente em torno do compartilhamento de crenças e valores ideológicos, de uma causa determinada ou uma agenda política contingencial capaz de associar e produzir convergências políticas entre jornais e partidos (AZEVEDO, 2018, p. 272).

*Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* são jornais que dão grande destaque aos seus editoriais: “são *jornais de opinião* que valorizam o papel de seus publicistas, e seus editoriais ocupam um lugar nobre e de grande visibilidade” (AZEVEDO, 2018, p. 273, grifo do autor). A análise de 25 anos dos editoriais desses três representantes da imprensa nacional levou Azevedo à conclusão de que eles sempre mantiveram uma posição bastante demarcada em relação ao Partido dos Trabalhadores (PT), objeto da pesquisa do autor. Importante ressaltar que se trata de um posicionamento bastante negativo em relação ao partido desde as eleições presidenciais de 1989. Os motivos são variados conforme a época: antes da ascensão ao poder,

isto é, antes da primeira eleição de Luiz Inácio Lula da Silva em 2002, os enquadramentos focavam o viés ideológico do partido, definido como “esquerdista, radical e/ ou populista”; após a chegada do PT ao governo, os enquadramentos se mostraram mais voltados a colocar o partido como “organização corrupta que se utiliza de meios ilícitos para manter o seu projeto de poder” (AZEVEDO, 2018, p. 286). Portanto, o pesquisador conclui que os enquadramentos variaram negativamente desde um fundo ideológico até um fundo moral. Trata-se, para Azevedo, de uma continuidade da narrativa contra as políticas de centro-esquerda do governo democrático de Vargas e de Goulart. Já Mont’Alverne e Marques (2015) relatam o apoio de *Folha de S. Paulo* ao movimento “Diretas Já!” desde o seu início ao passo que *O Estado de S. Paulo* manteve desconfiança acerca da iniciativa no começo. Os autores também destacam o apoio à candidatura de Fernando Collor de Mello à presidência da República em 1989 por parte deste último jornal e destacam que tanto *O Estado* quanto a *Folha* defenderam a renúncia de Collor em 1992. *O Estado* manteve o seu viés político evidente nas décadas seguintes: “no decorrer da década de 1990 e nos anos 2000, o Estadão continuou explicitando quem era o candidato que apoiava à Presidência, prática que não foi acompanhada por outros quality papers brasileiros” (MONT’ALVERNE; MARQUES, 2015, p. 127). Segundo Mont’Alverne e Marques, o entendimento de que o editorial exerce papel político também é compartilhado por jornalistas e atores do campo político. Desse modo, eles concluem que “o papel político dos editoriais estaria ligado à função que os próprios jornais acreditam cumprir na realidade brasileira”, um papel de poder moderador e, também, de portadores da verdade (MONT’ALVERNE; MARQUES, 2015, p. 133).

A análise dos editoriais nacionais e internacionais<sup>48</sup> acerca do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff por Guazina *et al.* (2017, p. 14-23) apresenta uma conclusão que considero a continuidade desse *modus operandi* por parte do jornalismo brasileiro. A pesquisa identificou enquadramentos contrários ao Partido dos Trabalhadores (PT) e seu principal nome, Lula, que pesaram também contra a ex-presidenta, descritos como um “mal generalizado” causado pelo “lulopetismo”; enquadramentos negativos contra os senadores do PT, apontados como “tropa de choque” empenhada em desenvolver uma narrativa de “golpe” e de “vitimização” de Rousseff, considerada pelos editoriais como inconsistente; enquadramentos de apoio ao processo de *impeachment*, ainda que permeado por fragilidades jurídicas, entre outros. Os jornais brasileiros tiveram um discurso fortemente adjetivado a favor da deposição. Também, reagiram em forma de aclamação quando da instauração do novo governo a partir da posse do

---

<sup>48</sup> Os jornais são: *Folha de S. Paulo*; *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* (Brasil); *Público* (Portugal), *El País* (Espanha), *The Guardian* (Grã-Bretanha), *Le Monde* (França) e *The New York Times* (Estados Unidos da América).



vice-presidente Michel Temer. Conforme Guazina *et al.* (2017, p. 23), a aposta da imprensa nacional foi promover uma “atitude adversária em relação a Dilma Rousseff, cabendo-lhes a dupla função de desconstruir argumentos e ideias da defesa e cancelar posicionamentos da acusação, por meio de um processo de depreciação política e pessoal da acusada”. A partir da posse de Temer, os pesquisadores observaram nos editoriais a imposição de uma agenda ao novo presidente, por exemplo, reformas econômicas para resolver a crise fiscal; revisão das regras previdenciárias e; necessidade de promover a união nacional pondo de lado “projetos bolivarianos como o lulopetismo” em favor do fortalecimento da Constituição – reforçando que o *impeachment* seguiu todos os requisitos constitucionais e que a posse de Temer, além de legítima, foi proporcionada pela culpa inquestionável de Rousseff (GUAZINA *et al.*, 2017, p. 14-15). Em outra pesquisa – esta, somente com notícias da *Folha de S.Paulo* – Quirino e Guazina (2018) identificaram a sobressalência do papel da mídia durante o *impeachment*. A análise, afirmam, corrobora com a perspectiva de que nas democracias, a maior parte das decisões não é tomada pelos presidentes eleitos ou em sessões parlamentares, “mas por entidades que escapam ao controle, como as agências financiadoras internacionais, transnacionais e os meios de comunicação, que são concentrados nas mãos de grandes grupos econômicos” (QUIRINO; GUAZINA, 2018, p. 187).

A imprensa estrangeira, por outro lado, apontou para a ideia de que o *impeachment* constituía um risco à democracia causado pela incapacidade da oposição em aceitar o resultado das eleições de 2014 e por revanchismo político, além de destacarem a fragmentação dos mandatos presidenciais pela característica de personalização. Para o jornalismo internacional, novas eleições eram a saída para resolver a crise política, dado que o processo foi visto como um jogo moralmente duvidoso e injusto. Guazina *et al.* (2017, p. 22-25) relatam que fora do Brasil, o episódio foi percebido como uma “tragicomédia da democracia brasileira” que deixou um risco perigoso para o futuro: “os jornais estrangeiros se mostraram céticos, chamando a atenção para aspectos não ventilados pela imprensa nacional” de modo que “nenhum dos jornais analisados considerou que a queda de Dilma tenha sido motivada pelos atos de que era acusada”.

Para não afirmar que houve um ataque à democracia, principalmente neste último caso, o que exigiria justificativas que ultrapassem a discussão da tese, reservo-me a reiteração de que os editoriais jornalísticos da grande imprensa, bem como os jornalistas e, em última instância, os proprietários dos veículos de comunicação, têm responsabilidade na construção do real (QUIRINO; GUAZINA, 2018) e, em consonância com os interesses políticos e econômicos dominantes, eles também têm participação importante no campo político. Por isso, destaco a

conclusão de Guazina *et al.* (2017, p. 24, aspas dos autores) que reforça o caráter político ativo da imprensa nacional: “temos uma análise que expõe discrepâncias, mas que não deixa de trazer a memória o desempenho da mesma imprensa nacional em outras ocasiões, como naquela que conduziu a um golpe militar, chamado pela mesma, àquela altura, de ‘revolução’”.

Dessa forma, é possível afirmar que seja de forma mais claramente partidária ou de forma mais diluída em aspectos ideológicos e morais, a imprensa brasileira mantém forte o posicionamento político evidenciado em seus editoriais. Para Beltrão (1980, p. 52), o editorial é a “voz do jornal” e obedece a princípios éticos e normas práticas para além das imposições comerciais. Mont’Alverne e Marques (2015, p. 130-132) reforçam que mesmo assim não se tratam de posições políticas aleatórias ou desinteressadas, pelo contrário, são conscientes: “ao serem o elemento de identificação ideológica de uma empresa de comunicação, eles [os editoriais] estão ligados diretamente à função política que têm na sociedade” e “assim, o periódico passa a exercer função de agente político, tentando usar do poder do qual dispõe para preservar os seus interesses”.

Nesse sentido, Mont’Alverne (2017, p. 9), ao concordar com Azevedo (2016), afirma que esses jornais – os quais ela denomina “*quality papers*” possuem “forte impacto no campo político, no debate das questões públicas e junto aos segmentos da opinião pública mais bem informados”. Percebo também a questão do reforço às elites quando a pesquisadora ressalta que as declarações de agentes oficiais e de especialistas são adotadas pelo jornalismo devido à posição social que ocupam: “mesmo que não haja certeza sobre a precisão da informação” (MONT’ALVERNE, 2017, p. 11). Assim, conforme a autora, suas palavras são tomadas como fatos e é dessa forma que o jornalismo exerce parte da sua responsabilidade em reforçar e legitimar o papel dessas figuras no sistema político. No entanto, a menção especificamente em editoriais estabelece uma relação particular porque confere ao agente político citado outro tipo de cobrança “na medida em que, nele [no editorial], as publicações procuram estabelecer um diálogo com as elites políticas e econômicas do país” (MONT’ALVERNE, 2017, p. 12).

Nota-se que a seção editorial tem um alocutário definido. Trata-se daquele que o jornal deseja estabelecer um contato, um público considerado *importante* o suficiente para que a palavra lhe seja dirigida. Essa também é uma característica desse tipo de texto apontada por Mont’Alverne (2017) e explicitada a ela pelos editores tanto d’*O Estado de S. Paulo* quanto da *Folha de S. Paulo*. Eles explicam que a preocupação é manter o endereçamento dos textos às elites do país.

De maneira geral, os periódicos não apresentam seus editoriais apenas almejando prestar um serviço ao leitor e orientá-lo sobre o que pensar [...]. Na realidade, os profissionais do campo jornalístico de maneira geral costumam escrever tendo em mente a importância dos líderes de opinião (MONT'ALVERNE, 2017, p. 13).

A necessidade de atender ao público, ou seja, de agir sob uma perspectiva de demanda, leva a consequências tanto em nível individual quanto coletivo. Santos e Guazina (2020, p. 35), ao observarem a literatura que trata da temática da qualidade no jornalismo, apontam para esse fator *consumidor*, principalmente a partir de McQuail: “a demanda em relação à qualidade está atrelada à percepção de como o jornalismo supre as necessidades e os desejos do consumidor”. Ainda sobre isso, Santos e Guazina (2020, p. 35) afirmam: “o que impacta positivamente em um indivíduo pode ser negativo quando transferido para o nível social”, e dizem, por exemplo, que “uma informação preconceituosa sobre uma pessoa pode servir a um indivíduo, mas pode prejudicar uma comunidade por não permitir ao indivíduo avaliar corretamente candidatos políticos e tomar uma decisão bem informada na hora de votar”. Buscar atender ao *consumidor* não exclui outros critérios ou padrões. São levados em consideração pelos jornalistas os valores comuns compartilhados pela profissão, o contexto social e político no qual o veículo está inserido, entre outros. Sobre o Brasil, Christofolletti (2010, p. 30) aponta que tanto os valores da profissão quanto a demanda do público estão presentes e, assim, “reforça-se uma contradição reinante no imaginário das redações: os meios oferecem um noticiário que se sustenta pelos critérios de noticiabilidade, mas também dão o que os leitores querem e precisam”.

Soma-se a isso o fato de os editoriais gozarem de mais liberdade em comparação com o restante do material jornalístico, mais atrelado ao factual e à objetividade. Os interesses das temáticas discutidas nos editoriais indicam também a importância que a empresa confere a elas. Trata-se de um modo de pautar o debate público, mas de uma forma direcionada. Diz Mont'Alverne (2017, p. 14) que as demandas são encaminhadas via editorial para quem as empresas jornalísticas julgam serem responsáveis por atendê-las “usando do poder de pressão e da credibilidade da qual dispõem para convencê-los de que a questão merece atenção”. Cabe lembrar que mesmo agindo como porta-vozes de um determinado grupo e sendo direcionados a um público também delimitado, o texto editorial apresenta característica de fiscalização sobre os agentes públicos, posicionando-se como um representante da sociedade (MONT'ALVERNE; MARQUES, 2015). Também considero importante mencionar o estudo comparativo de Marques *et al.* (2019) entre as agendas dos editoriais e das notícias de *Folha e Estado*. Observando a seção editorial e as reportagens de capa entre janeiro de 2015 e dezembro de 2016, a pesquisa verificou que os dois veículos publicaram quantidade significativa de

conteúdo político e que essa temática recebe mais atenção nos editoriais. No entanto, não é uniforme a agenda dos editoriais com a agenda das notícias, ou seja, como afirmam Marques *et al.*, uma seção não espelha a outra. Da mesma forma, constatou-se que há divergências nos editoriais entre os dois veículos porque mesmo que se aproximem nos temas, afastam-se no modo como tratam cada assunto: “essa constatação revela como ambos os jornais podem ter prioridades diferentes em como usam o editorial como um espaço para trazer sua agenda para o debate público” (MARQUES *et al.*, 2019, p. 14, tradução própria<sup>49</sup>). A coincidência significativa de temáticas dos valores editoriais com os valores-notícia trabalhados no corpo dos jornais é referendada em estudo posterior (MONT’ALVERNE; MARQUES, 2022), que também afirma não haver uma sobreposição completa. Com base na discussão desenvolvida nesse item, acrescento que a constatação de Marques *et al.* (2019) pode revelar também a necessidade de desenvolver demandas específicas nos editoriais que não estarão necessariamente representadas no restante do jornal. Mont’Alverne e Marques (2022) inclusive levantam como questionamento a possibilidade de os jornais apresentarem nos seus editoriais uma certa dependência com o que os leitores querem ler:

De fato, o alinhamento entre as opiniões editoriais e as expectativas dos leitores já foi diagnosticado no cenário brasileiro. Lattman-Weltman e Chagas (2016) argumentam que alguns quality papers nacionais se tornaram mais partidários (associando-se a ideologias políticas de direita) nos últimos anos, buscando fomentar um público leitor mais fiel. Vale a pena abordar esse tema, especialmente considerando que tais inclinações políticas cresceram durante os governos de centro-esquerda no caso brasileiro. Num cenário em que o público desconfia de instituições como a mídia (Kim & Ahmad, 2013; Mourão et al., 2018; Toff et al., 2020), as opiniões podem ser o que distingue as organizações de mídia entre si, e os textos editoriais de jornais podem ganhar nova relevância. (MONT’ALVERNE; MARQUES, 2022, p. 143, tradução própria<sup>50</sup>).

Se, por um lado, Guereiro Neto (2016) afirma que os editoriais não têm a mesma força de influência de outrora na opinião pública porque, conforme ele, o ambiente digital proporciona outras formas de interação de discursos para além do formato direcionado jornal-leitor, por outro lado se pode continuar pensando na relevância da seção ao direcionar o olhar

---

<sup>49</sup> No original, em inglês: “This finding reveals how both newspapers might have different priorities and how they use the editorial as a space to bring their agenda to the public debate”.

<sup>50</sup> No original, em inglês: “In fact, the alignment between editorial opinions and the readers’ expectations has already been diagnosed in the Brazilian landscape. Lattman-Weltman and Chagas (2016) argue that some national quality papers have become more partisan (associating themselves with right-wing political ideologies) over the recent years, seeking to foster a more loyal readership. This topic is worth addressing, especially considering that such political leanings grew during center-left governments in the Brazilian case. In a landscape where the audience distrusts institutions such as the media (Kim & Ahmad, 2013; Mourão et al., 2018; Toff et al., 2020), opinions might be what distinguishes media organizations among themselves, and newspaper editorial texts might gain new relevance”.

para quem, de fato, eles são destinados. Por isso, apesar de discordar da afirmação anterior, concordo com Guerreiro Neto (2016, p. 93) quando ele defende que “pensar sobre o editorial e sobre o jornalismo opinativo em geral é se ocupar dos modos de reiteração de autoridade e também de identidade” dos veículos. Dar atenção ao que publicam os editoriais e como eles tratam o assunto é observar como as empresas de mídia dialogam e negociam com os demais setores de poder.

Nota-se que o editorial se mantém direcionado aos detentores de poder e que os assuntos são abordados com o intuito de exercer alguma influência sobre eles. Sendo esse grupo formado por integrantes das elites (econômica, política ou social) detentores dos respectivos tipos de capital em medida suficiente para possuírem também algum poder de pressão no campo político, acredito ser seguro afirmar que o editorial é um ponto de atuação política por excelência no jornalismo.

Retornando o olhar ao campo jornalístico como um todo, este capítulo evidenciou que se trata de um espaço social consolidado. Consolidadas também são as incertezas que lhes são inerentes. No entanto, há outros desafios que cercam o campo e que estão além desses apresentados até então. Para além das problemáticas relacionadas à estrutura abordadas nas páginas desta primeira seção, tem-se um tipo que diz respeito principalmente ao conteúdo. São as desordens de informação, discutidas no capítulo a seguir.

## 2 DESORDENS DE INFORMAÇÃO E PÓS-VERDADE: PREOCUPAÇÕES GLOBAIS SOB A ÓTICA DO JORNALISMO

Pesquisadores das áreas da comunicação e da política vêm se preocupando cada vez mais com questões que envolvem a qualidade das informações em circulação. Com o avanço tecnológico, os veículos de imprensa, agora, concorrem não somente com seus pares: estão em disputa o cidadão comum que, ao fazer uso das plataformas sociais digitais, consegue viralizar uma informação em pouco tempo (PALMA, 2017) e outras personalidades como políticos, influenciadores, entidades e organizações de ativismo. Dentre eles, há os interessados em exercer influência política sobre a sociedade para disso tirarem proveito. A partir desse ponto, o interesse não incide tanto sobre a internet como recurso tecnológico, mas enquanto um conjunto de recursos que permite a emergência de novas práticas, normas e organizações. No escopo desta tese, trata-se de pensar a respeito das mudanças qualitativas do jornalismo quando atravessado pela tecnologia (GRAVES, 2013). Decorre do uso das tecnologias de comunicação o vertiginoso aumento na circulação de informações que se experimenta, inclusive do tipo que, deliberadamente ou não, falha no compromisso para com a verdade. Sobre elas, há um conjunto de termos em voga que procuram explicar em parte ou totalmente esse fenômeno macrossocial de proliferação de conteúdo questionável. O mais abrangente deles é denominado “desordem de informação<sup>51</sup>”.

Inicialmente, a expressão “desordem de informação” remete à ideia de propagação de conteúdo inexato, incerto e desordenado, genericamente definido por Wardle e Derakhshan (2017, p. 4) como “mensagens poluídas”. Entre os conceitos que podem ser associados à desordem de informação, tem-se *mis-information*; *dis-information*; *mal-information*; *fake news* e as respectivas traduções – nem sempre trabalhadas adequadamente ou com equivalentes exatos em Português e que serão abordadas mais adiante. De antemão, faz-se importante destacar que o uso de quaisquer que sejam os termos implica – para além de uma questão teórica de definição e de conceitos – em assumir um posicionamento político. Isso fica claro na justificativa de Wardle e Derakhshan logo na apresentação do relatório acerca da referida *information disorder*:

Nesse relatório, nos abstermos de usar o termo ‘fake news’ por dois motivos. Primeiro, ele é lamentavelmente inadequado para descrever os fenômenos complexos da

---

<sup>51</sup> Do inglês “information disorder”, conforme o relatório de Wardle e Derakhshan (2017) para o Conselho da Europa, instituição que atua em defesa dos direitos humanos, da democracia e do Estado de Direito no continente europeu. Conseil de l’Europe: qui sommes-nous? Disponível em: <<https://www.coe.int/fr/web/about-us/who-we-are>>. Acesso em 12 mai. 2022.

poluição da informação. O termo também começou a ser apropriado por políticos de todo o mundo para descrever organizações de notícias cuja cobertura eles consideram desagradável. Dessa forma, está se tornando um mecanismo pelo qual os poderosos podem reprimir, restringir, minar e burlar a imprensa livre (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 4, tradução própria)<sup>52</sup>.

Entre os temas que levantam preocupação a partir da ideia de desordem de informação, Wardle e Derakhshan (2017) mencionam as implicações que o fenômeno causa à democracia; o papel das mídias convencionais, em especial a televisão; os impactos de uma mídia local enfraquecida para a sociedade; o papel da amplificação computacional; os filtros bolha e as câmaras de eco; o foco na micro segmentação e a decrescente queda de confiança em evidências empíricas.

Acredito que todas essas desordens de informação contribuem para a consolidação do que se compreende como pós-verdade, outro termo controverso que também exige discussão e posicionamento. Portanto, apresentam-se, inicialmente, alguns entendimentos acerca das desordens de informação e, posteriormente, faz-se o mesmo acerca das ideias que circundam a pós-verdade. Todavia, para refinar o que vem a ser a realidade modificada pelo morfema *pós*, faz-se antes necessário estabelecer um parâmetro que oriente o olhar. Esse parâmetro é justamente a *verdade*.

## 2.1 VERDADE

Discorrer acerca da verdade pode consistir, por si só, em uma nova tese. Por isso, cabe uma delimitação. Aqui, *verdade* é pensada no sentido do seu significado para o jornalismo. Para tal, recorro a Arendt (2019b) e à sua definição bastante objetiva de *verdade fatural*. Em *Entre o passado e o futuro*, Arendt se afasta da discussão filosófica e opta por empregar o termo em seu sentido mais corriqueiro, isto é, “no sentido em que os homens comumente a entendem” (ARENDR, 2019b, p. 287). Dessa forma, quando ela fala da verdade sob a perspectiva da política, ela também fala da verdade fatural, que está ligada a eventos e circunstâncias testemunhados e passíveis de comprovação.

---

<sup>52</sup> No original, em inglês: “In this report, we refrain from using the term ‘fake news’, for two reasons. First, it is woefully inadequate to describe the complex phenomena of information pollution. The term has also begun to be appropriated by politicians around the world to describe news organisations whose coverage they find disagreeable. In this way, it’s becoming a mechanism by which the powerful can clamp down upon, restrict, undermine and circumvent the free press”.

A verdade fatural, ao contrário, relaciona-se sempre com outras pessoas: ela diz respeito a eventos e circunstâncias nas quais muitos são envolvidos; é estabelecida por testemunhas e depende de comprovação; existe apenas na medida em que se fala sobre ela, mesmo quando ocorre no domínio da intimidade. É política por natureza (ARENDR, 2019b, p. 295).

O oposto disso é a mentira (ou as mentiras, pois Arendt faz uma distinção entre mentira tradicional e mentira moderna): “a marca distintiva da verdade fatural consiste em que seu contrário não é o erro, nem a ilusão, nem a opinião, nenhum dos quais se reflete sobre a veracidade pessoal, e sim a falsidade deliberada, a mentira” (ARENDR, 2019b, p. 308). Acredito que tal definição, ainda que bastante direta, contempla o que se espera como verdade no jornalismo e pode ser usada, também, porque a perspectiva desta tese prevê o jornalismo como um ator político.

Ao tensionar o pensamento sobre a verdade e a política, Arendt sugere que a mudança acerca do que é fatural demandaria a existência de monopólio de poder, isto é, a necessidade de ter sob domínio absoluto a esfera que se deseja influenciar – cuja distopia *1984*, de George Orwell é uma boa ilustração<sup>53</sup>. Todavia, ela não descarta que tal mudança pode acontecer e provoca: “não é difícil imaginar qual seria a sorte da verdade fatural se os interesses do poder, nacionais ou sociais, tivessem a última palavra em tais assuntos” (ARENDR, 2019b, p. 296). A filósofa também observa que a sua época – a obra original foi publicada em 1954 – era, até então, a mais tolerante na história, no entanto, também conseguia ser o inverso disso, dependendo de quais eram os interesses em jogo. Conforme observa ela, refletindo sobre o seu tempo: “ao passo que, provavelmente, nenhuma época passada tolerou tantas opiniões diversas sobre assuntos religiosos ou filosóficos, a verdade fatural, se porventura opõe-se ao lucro ou prazer de determinado grupo, é acolhida hoje em dia com maior hostilidade do que nunca” (ARENDR, 2019b, p. 293).

Para Arendt, a verdade fatural enfrenta dificuldades – semelhantes às sofridas pela verdade filosófica, esta, mais relativista que a fatural – principalmente sob a perspectiva da oposição entre verdade e opinião. Ela percebe como fatos que pesam negativamente na história são *amenizados*, adquirindo não o *status* de registro histórico, mas de opinião: “o que parece ainda mais perturbador é que na medida em que as verdades fatuais inoportunas são toleradas nos países livres, amiúde, elas são, de modo consciente ou inconsciente, transformadas em opiniões” (ARENDR, 2019b, p. 293). Na sequência, ela exemplifica a partir de acontecimentos

---

<sup>53</sup> No romance, publicado em 1948, o escritor britânico descreve a rotina Winston Smith, funcionário de um Estado totalitário. Smith exerce, entre outras ações, o trabalho de reeditar continuamente jornais já publicados, destruindo evidências de acontecimentos que contradigam a ideologia do Partido – órgão que controla o império – e reescrevendo as informações conforme o interesse vigente.



polêmicos: “como se o fato do apoio da Alemanha a Hitler, ou o colapso da França ante as forças alemãs em 1940, ou a política do Vaticano durante a Segunda Guerra Mundial não fossem questão de registro histórico e sim uma questão de opinião”. A dissolução dessa dicotomia apresenta o risco de que não se consiga distinguir entre a verdade fatural e a opinião. Arendt (2019, p. 309) alerta que o apagamento da linha divisória entre elas “é uma das inúmeras formas que o mentir pode assumir”. No Brasil, arrisco dizer que, talvez, a disputa de narrativas acerca da ditadura instaurada em 1964 seja o exemplo mais forte que temos. Já sobre o apagamento de fatos que pesam negativamente, pode-se citar o caso dos Lanceiros Negros e o episódio conhecido como Traição de Porongos na Revolução Farroupilha, ainda no século XIX.

Ao contrário da verdade fatural, presa à realidade empírica dos acontecimentos experienciáveis, a mentira é livre.

Como o mentiroso é livre para moldar os seus “fatos”, adequando-os ao proveito e ao prazer, ou mesmo às meras expectativas de sua audiência, o mais provável é que ele seja mais convincente do que o que diz a verdade. De fato, normalmente ele terá a plausibilidade ao seu lado; sua exposição soará como que mais lógica, visto ter desaparecido indulgentemente o elemento de imprevisibilidade – uma das características conspícuas de todo evento (ARENDR, 2019b, p. 311).

O resultado, explica Arendt, é a destruição da verdade. Tal como no romance de Orwell, não é o caso de uma inversão, mas de um total apagamento. O processo de “substituição coerente e total da verdade dos fatos por mentiras” não faz uma ser aceita no lugar da outra, mas culmina em “um processo de destruição do sentido mediante o qual nos orientamos no mundo real – incluindo-se nos meios mentais para esse fim a categoria de oposição entre verdade e falsidade” (ARENDR, 2019b, p. 317-318). Se a mentira tradicional, nos termos de Arendt, ocultava a verdade, a mentira moderna, sob a ação da persuasão e da violência, a destrói. Arendt (2019b, p. 297) também sugere que “pode ser da natureza do domínio político estar em guerra com a verdade em todas as suas formas, e, por conseguinte, à questão de saber por que mesmo um empenho com a verdade fatural é sentido como uma atitude antipolítica”.

Inicialmente, afirmei que o tema da verdade é, por si só, portador de uma complexidade que extrapola os limites desta tese. Trata-se de uma discussão que pode ser desenvolvida sob múltiplas perspectivas. Charadeau (2022) apresenta o que acredito ser um complemento necessário aqui, para além das conceituações de Hannah Arendt. Em *A manipulação da verdade*, Charadeau (2022, p. 18), afirma que “a verdade depende da ideia que se faz dela”, ou seja, “uma questão de representações individuais e coletivas que variam segundo as épocas e

culturas” numa situação na qual “a fala, com sua subjetividade, é ao mesmo tempo testemunha e fiadora”. E mais: em complemento à perspectiva argumentativa,

A razão persuasiva é sempre uma mistura de razão e de paixão, uma combinação entre a força das ideias e a força da emoção. As relações sociais se realizam no modo do “ser verdadeiro”, mas também no “acreditar verdadeiro”, no modo da “força lógica” dos argumentos, mas também na “força emocional” deles (CHARAUDEAU, 2022, p. 13, aspas do autor).

Adentrando na visão de Charaudeau (2022), a verdade que parece ser maior alvo de perseguição dentro do escopo desta pesquisa é aquela que se vincula aos “saberes do conhecimento”, isto é, aquele que “se impõe ao sujeito por meio de uma palavra de verdade absoluta, proveniente da ciência ou de uma transcendência, ou seja, de um *saber científico* ou de um *saber de revelação*” (CHARAUDEAU, 2022, p. 28). Ao passo que o científico carrega uma verdade que independe do enunciador – uma verdade garantida a qualquer um que detenha os métodos e as competências necessárias para tirar a prova – a ideia do saber de revelação – que também se apresenta como um saber de conhecimento – detém uma verdade que não carece de prova ou verificação:

Contrariamente ao saber científico, o saber de revelação é insensível às contradições que poderiam trazer outros saberes, científicos ou de experiência. Como dissemos, o saber científico é fechado, mas até que se prove o contrário, até que uma nova teoria venha substituir a precedente, mas aberto à discussão. O saber de revelação, por outro lado, está completamente fechado em si mesmo, e os discursos que o sustentam se apresentam sob a forma de evidência. Um saber que não sofre questionamentos se institui como um dogma (CHARAUDEAU, 2022, p. 30, grifo do autor).

Ver-se-á que esse saber de revelação se aproxima muito das evidências compartilhadas das quais os editoriais partem para buscar o vínculo argumentativo com os leitores. Tais evidências apresentam valores que, por sua vez, são aporte de ideologias – estas, nada mais do que são discurso de verdade absoluta (CHARAUDEAU, 2022).

Ambos saberes – científico e de revelação – batem de frente com os saberes de crença. Aqueles, externos ao sujeito e estes, internos, relativos à experiência e à opinião. São saberes de resistência, dado que fazem parte do indivíduo. Nesta tese, discute-se tal resistência sob a perspectiva psicológica do confronto com as próprias crenças – uma situação que demanda do indivíduo maior esforço para o desraizamento de convicções já consolidadas.

Ainda, acerca da temática da verdade, Charaudeau (2022, p. 37) apresenta o que ele chama de “figuras de verdade”. Elas são ligadas à intencionalidade do sujeito e dependentes dos imaginários de saber e dos modos de enunciação, de forma que se orientam “(a) voltadas

para o mundo, para dizer o que ele é; (b) boltadas para o sujeito próprio falante, manifestando o que ele sabe ou crê; (c) voltadas para o outro, o interlocutor, relativas ao seu direito de saber” (CHARAUDEAU, 2022, p. 37). Dividem-se entre factual, científica, doutrinal, verdade-convicção, verdade-sinceridade e verdade-consenso.

Percebe-se a verdade factual como a que mais se aproxima da ideia de verdade exposta anteriormente a partir de Arendt. Charaudeau (2022, p. 38) diz que se trata de uma verdade voltada para o mundo, sendo a “menos questionável e talvez a mais universal”. Pode ser verificada pelo critério de percepção compartilhada, isto é, qualquer pessoa que esteja no mesmo espaço e lugar será capaz de ter a mesma percepção. Ainda que passe pelos filtros de percepção e de interpretação, “o verdadeiro factual não precisa de saber científico. Ele se impõe pelo saber por experiências cuja prova reside no contato sensível com o mundo e na faculdade de raciocinar” e complementa: “se ela for contestada, aqueles que a defendem deverão fornecer prova da sua fatualidade, aqueles que a contestam, a prova da sua não fatualidade” (CHARAUDEAU, 2022, p. 38-39).

No jornalismo observado nesta tese, principalmente durante o período analisado, compreendendo o estouro de uma pandemia de precedentes inéditos, observa-se também o aspecto da verdade científica. Esta é fundamentada na racionalização externa à subjetividade dos sujeitos: “não é o indivíduo que diz a verdade, mas um sujeito-voz-da-ciência que a estabelece”; ainda assim, trata-se de uma “verdade provisória” e “sujeita à verificação”, sempre sob a tensão das probabilidades, das possibilidades e das incertezas “até que se prove o contrário” (CHARAUDEAU, 2022, p. 40).

A verdade-consenso, na minha percepção, é a que se divide entre os dois mundos – dentro e fora do jornalismo: “resultado do encontro entre opiniões de diversos indivíduos, que, graças às trocas comunicativas, chegam a uma posição comum”; um comum que “pode ser da ordem do unânime, majoritário ou minoritário” (CHARAUDEAU, 2022, p. 45). Charaudeau (2022) afirma que para a verdade-consenso, importa o compartilhamento de uma visão de mundo entre um grupo, independentemente da dimensão deste, constituindo-se em uma norma de referência comum. A contrário da verdade doutrinal e da verdade-convicção, a verdade consenso se estabelece a partir do debate, do diálogo e acaba por se impor quando os indivíduos a aceitam de forma irrestrita, tornando-se válida de forma universal. O exemplo de Charaudeau é o da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão. Nos editoriais que compreendem o *corpus* da tese, ver-se-á por outras perspectivas, por exemplo, o apelo à democracia como valor fundamental a ser defendido e preservado.

Em qualquer ato de fala, o sujeito falante se desdobra em um sujeito pessoa, ser psicológico e social iniciador da fala, e um sujeito enunciador, ser de fala incluído no ato de enunciação. É, portanto, o sujeito pessoa, o locutor, que decide se o enunciador expressará ou não o que ele pensa. Se o enunciador enuncia tal qual o pensamento do locutor, este último será considerado sincero; se o enunciador mascarar o pensamento do locutor ou apresentá-lo de forma contrária, o locutor será considerado insincero (CHARAUDEAU, 2022, p. 43).

As outras verdades vêm de encontro a essas quando se pensa no mesmo período histórico abordado pela tese e, como a análise permite demonstrar, são confrontadas pelo jornalismo. A verdade doutrinal e a verdade-convicção, principalmente, apresentam uma situação que se liga muito mais à noção de crenças tomadas como absolutas no caso da primeira ou voltadas para o próprio sujeito no caso da segunda.

Outra situação que se inscreve no contexto da comunicação e da política com influência na qualidade das informações em circulação é a questão da polarização política. O argumento que introduz, aqui, as ideias de polarização e polarização artificial conforme Zafrilla (2022) complementa as discussões levantadas por Bennett e Livingston (2018), D’Ancona (2018), Teitelbaum (2020), Levitsky e Ziblatt (2018), Mello (2020), Pinheiro-Machado (2019), bem como os demais autores mencionados neste capítulo acerca das desordens de informação. Destacam-se dois momentos apresentados por Zafrilla que interessam: um deles, acerca de como se dá o fenômeno da polarização e o outro, que trata da polarização artificial, consequência do uso que os sujeitos fazem da internet para a política, em especial, das redes sociais digitais. Dentro desse contexto de polarização está imersa a questão da verdade.

A seção a seguir, mais que uma abordagem sobre como se desenvolvem ideologias antagônicas, apresenta fatores que ajudam a compreender a força da desinformação na sociedade.

## 2.2 POLARIZAÇÃO: PERCURSO PARA A DESINFORMAÇÃO

O uso que se faz da internet pode produzir dois tipos de polarização: uma é a polarização política real e a outra é a artificial (ZAFRILLA, 2022). Assim, tanto o contato entre pessoas com afinidades quanto a ação dos algoritmos facilitam que os indivíduos busquem por informações que venham a confirmar as próprias convicções. Entre as consequências, tem-se o aumento da polarização bem como a corrosão do debate público e, sobretudo, do ambiente democrático.

Num primeiro momento, compete dizer que os estudos da temática partem do campo da psicologia, em especial, da psicologia evolucionista. Sob esse ponto de vista, compreende-se que a polarização é tratada como um comportamento oriundo da “natureza tribal do ser humano” (ZAFRILLA, 2022, p. 34). Trata-se de uma perspectiva que vê na polarização uma estratégia de sobrevivência na qual os sujeitos procuram adotar códigos de conduta que sejam similares àqueles do seu círculo de convivência. A questão da sobrevivência está relacionada à cooperação entre os sujeitos, bem como à tentativa de evitar um possível isolamento social ou ser repreendido pelos demais integrantes do grupo.

Assim pois, a psicologia evolucionista, a partir de diferentes marcos teóricos, nos mostra como a evolução, mediante a convivência durante milênios em grupos pequenos, configurará nossa natureza tribal. Como mostram também os experimentos realizados no campo da neurociência (Greene, 2013), o cérebro do ser humano está programado para favorecer a cooperação com os próximos, e, portanto, para a formação de grupos e a adesão aos mesmos como forma de garantir sua sobrevivência individual (ZAFRILLA, 2022, p. 35, tradução própria<sup>54</sup>)

Na política, percebe-se o uso estratégico que algumas organizações de lideranças fazem dessa característica humana, aproveitando-se dela para acessar mais direta e profundamente as emoções dos sujeitos. Da mesma forma, acredito funcionarem os valores apresentados nos discursos jornalísticos. Como demonstra a análise, eles buscam cooptar o leitor pela identificação e pela sensação de pertencimento a determinados atributos, características e qualidades a ponto de criar uma comunidade que coopere com a perspectiva defendida pelos veículos de comunicação. É uma estratégia que, devido à natureza do jornalismo, está calcada em valores defendidos por um *ethos* específico, mas que compreendo ser possível vincular à perspectiva de Zafrilla de que a polarização política repousa sobre a natureza tribal.

Antes de entrar na lógica de funcionamento da polarização, convém apresentar a explicação do autor de que o termo “polarização” tem diferentes significados dentro das ciências sociais e humanas, entre os quais se destacam as definições da ciência política e da filosofia. Para a ciência política, a polarização política pode ser simplificada pela disputa “nós contra eles”, isto é, grupos que se colocam como antagônicos de modo que polarização “significa a divisão da sociedade em dois grupos contrapostos através da adesão acrítica dos cidadãos às posições do seu partido preferido frente às posições defendidas pelos adversários”

---

<sup>54</sup> No original, em espanhol: Así pues, la psicología evolucionista, desde diferentes marcos teóricos, nos muestra cómo la evolución, mediante la convivencia durante milenios en grupos pequeños, configurará nuestra naturaleza tribal. Como muestran también los experimentos realizados en el campo de la neurociencia (Greene, 2013), el cerebro del ser humano está programado para favorecer la cooperación con los cercanos, y, por ende, para la formación de grupos y la adhesión a los mismos como forma de garantizar su supervivencia individual.

(ZAFRILLA, 2022, p. 35, tradução própria<sup>55</sup>). Dela, podem ser distinguidas ainda a polarização ideológica e a polarização afetiva (elas serão tratadas mais adiante). Por sua vez, na filosofia, a polarização acontece em nível discursivo e significa o reforço das convicções dos sujeitos:

Quando os sujeitos dialogam, ou quando acessam conteúdos altamente ideológicos, como acontece na internet, em determinados contextos se pode produzir uma polarização de posições. Nesse caso, polarização tampouco significa uma tendência ao extremismo ou radicalidade. Se entende melhor o sentido que os sujeitos passam a manter uma posição mais convencida na linha do que pensavam antes do diálogo ou do acesso a esse conteúdo ideologizado (ZAFRILLA, 2022, p. 37, tradução própria<sup>56</sup>).

Essas duas definições têm as suas especificidades dentro dos respectivos campos teóricos, mas são complementares. Inclusive, Zafrilla (2022) sugere que se compreenda a polarização como o reforço de posições, tal como indica a filosofia, e também sob o detalhamento da ciência política, que a descreve como uma adesão acrítica a uma identidade grupal.

A grande temática da polarização, por assim dizer, subdivide-se em duas formas: polarização ideológica e polarização afetiva. A primeira está relacionada ao posicionamento dos sujeitos acerca de diversos temas. Sobre ela, Zafrilla (2022) afirma que em uma sociedade moderada, a maioria dos cidadãos têm posicionamentos independentes sobre diferentes assuntos políticos. Assim, o sujeito pode estar mais alinhado ao espectro conservador quando demandado sobre alguns assuntos, porém pode ser mais progressista em relação a outros. Já a polarização afetiva decorre do sentimento que surge a partir de uma identificação partidária. Se, conforme discorre o autor, em uma sociedade moderada os sujeitos não têm forte identificação partidária porque gozam de maior independência em relação a pautas distintas, ao contrário, em uma sociedade polarizada, a forte identificação partidária, da qual decorrem sentimentos de lealdade ao partido e de rejeição aos adversários, será maior. E é justamente a polarização afetiva que tem ligação com a referida natureza tribal humana. O sentimento de pertencimento a um grupo estreita os laços de amizade e cooperação entre os membros com afinidade entre si. Por sua vez, o diferente é percebido como uma ameaça à sobrevivência, portanto, como algo a ser combatido e, “assim, as pessoas tendem a pensar que seu próprio

<sup>55</sup> No original, em espanhol: “polarización política” significa división de la sociedad en dos grupos contrapuestos a través de la adhesión acrítica de los ciudadanos a las posiciones de su partido preferido frente a las posiciones defendidas por los adversarios.

<sup>56</sup> No original, em espanhol: Cuando sujetos dialogan, o cuando acceden a contenidos altamente ideológicos, como sucede en internet, en determinados contextos se puede producir una polarización de posiciones. En este caso, polarización tampoco significa una tendencia al extremismo o radicalidad. Se entiende más bien el sentido de que los sujetos pasan a mantener una posición más convencida en la línea de lo que pensaban antes del diálogo o del acceso a ese contenido ideologizado.

grupo busca o bem comum, enquanto os adversários são malvados e se guiam por interesses egoístas” (ZAFRILLA, 2022, p. 36, tradução própria<sup>57</sup>). Isso reduz as possibilidades de os cidadãos chegarem em um ponto de acordo e, conseqüentemente, culmina em uma maior divisão da sociedade. Para o autor, uma das conseqüências da polarização da sociedade aparece como a divisão em grupos irreconciliáveis.

Assim, para Zafrilla (2022), polarização é o processo de reforço de posições do sujeito no qual este se fundamenta na adoção de uma identidade grupal originada na sua adesão a um pacote ideológico partidário. Essa polarização se desenvolve sobretudo de duas formas: intragrupal e intergrupala. A polarização intragrupal pressupõe o reforço de posicionamento do indivíduo sozinho ou em diálogo com quem ele compartilhe de afinidade ideológica. A polarização intergrupala se projeta a partir de grupos com posições distintas em um confronto dialético.

Ampliando um pouco a explicação sobre cada uma delas, nota-se que a polarização intragrupal expõe uma discussão pertinente ao escopo desta tese. Zafrilla (2022) menciona, a partir de uma revisão de outros estudos, que há uma relação entre informação política e polarização de modo que quanto mais informado um indivíduo está sobre política, mais propenso ele está para a polarização. Isso acontece porque os sujeitos tendem a se informarem por meios de comunicação que venham a confirmar os seus pressupostos, ao passo que evitam os que apresentam perspectivas que destoem das suas convicções. Trata-se de consumir informação não para ter uma visão crítica, mas para reforçar as próprias posições. Sabendo da defesa humana de sempre buscar negar o contraditório, pode-se inferir que parte do descrédito que o campo jornalístico enfrenta tem aqui uma das suas origens, bem como um dos seus pontos de salvação. Retomo que a reafirmação das próprias convicções é um dos aspectos da pós-verdade, que busca suporte nas crenças do indivíduo acima do vínculo que elas possam ter na realidade.

O aspecto que Zafrilla (2022, p. 38, tradução própria<sup>58</sup>) busca destacar, no entanto, é que se isso acontece nos meios tradicionais, poderia ser potencializado na rede “graças à personalização do algoritmo nas diferentes plataformas digitais”. Isso porque, conforme destaca o autor e como também já foi mencionado anteriormente, os algoritmos são projetados para manter o usuário conectado, aumentando os acessos e potencializando os lucros das empresas às quais estão ligados: “quando alguém busca conteúdo de informação política, o algoritmo

---

<sup>57</sup> No original, em espanhol: Así, la gente tiende a pensar que su propio grupo busca el bien común, mientras que los adversarios son malvados y se guían por intereses egoístas.

<sup>58</sup> No original, em espanhol: gracias a la personalización del algoritmo en las diferentes plataformas digitales.

personalizado devolverá resultados de acordo com o perfil que a plataforma elaborou da perspectiva e da ideologia desse usuário e eliminará dos resultados as perspectivas diferentes sobre esses mesmos temas” (ZAFRILLA, 2022, p. 40, tradução própria<sup>59</sup>). A característica ativa dos algoritmos põe os usuários nas chamadas “câmaras de eco”, estruturas epistêmicas sociais nas quais algumas vozes são destacadas enquanto outras são ativamente excluídas e desacreditadas (FERREIRA, 2022). Diferente dos “filtros bolha”, nas quais os usuários não são expostos a certas informações e argumentos relevantes, os membros das câmaras de eco “são levados a desconfiar sistematicamente de todas as fontes externas”, de modo que ideologias contrárias, ao passo que podem acabar com a bolha, surtem efeito contrário e podem reforçar os posicionamentos nas câmaras de eco (FERREIRA, 2022, p. 2). Conforme explica Ferreira, não é fácil sair de uma câmara de eco, porque isso exige do sujeito um esforço no sentido de modificar radicalmente seu sistema de crenças. Em resumo:

Câmaras de eco dizem respeito, portanto, aos fenômenos em que os usuários de plataformas seletivamente se envolvem com outras pessoas, conteúdos e ideias semelhantes e alinhadas ideologicamente às suas, raramente sendo expostos às ideias conflitantes que compõem a esfera agonística, processo que é agravado pela curadoria algorítmica das plataformas com base nas atividades dos usuários (FERREIRA, 2022, p. 2).

Todavia, não se trata de um ponto conclusivo. Ao mesmo tempo que pesquisas indicam aumento da polarização política a partir do direcionamento de conteúdo ideológico pelas redes sociais digitais (BASIL *et al.*, 2018; FERREIRA, 2022; CHO *et al.*, 2020 *apud* ZAFRILLA, 2022), há pesquisas que afirmam que essa polarização acontece principalmente a partir do conteúdo que é pesquisado pelos próprios indivíduos (FLAXMAN; GOEL; RAO, 2016 *apud* ZAFRILLA, 2022), ou seja, a polarização também acontece pela consulta direta na rede além do direcionamento das redes sociais. Ainda, há pesquisas (BOXELL; GEINTZKOW; SHAPIRO, 2017, *apud* ZAFRILLA, 2022) que afirmam haver uma relação inversamente proporcional entre o ato de se informar pela internet e a aderência a um perfil mais polarizado, sugerindo que a responsabilidade pela polarização é maior para os meios de comunicação tradicionais do que para as redes porque as faixas etárias mais jovens – com maior índice de consumo de informação *on-line* – apresentaram polarização menor que os de idade mais avançada – sobretudo, os maiores de 65 anos, menos acostumados a se informarem pela internet.

---

<sup>59</sup> No original, em espanhol: Cuando alguien busca contenidos de información política, el algoritmo personalizado devolverá resultados acordes al perfil que la plataforma se ha hecho de la perspectiva e ideología de ese usuario y eliminará de los resultados las perspectivas diferentes sobre esos mismos temas.



Ainda sobre a polarização intragrupal, ela conta também com a chamada polarização de grupo. Essa, por sua vez, realiza-se a partir do diálogo entre integrantes de um grupo com afinidade de ideias. As trocas entre eles culminam em uma confirmação mútua e, por conseguinte, no reforço das ideias que os indivíduos já tinham antes do debate.

A polarização grupal se produz tanto quando as pessoas conversam face a face como também nas conversações *online*. Ainda que a internet facilite que indivíduos com diferentes tipos de ideias entrem em contato entre si, as pessoas podem fazer uso da internet para contatar e dialogar com gente que compartilha a sua mesma ideologia ou uma mesma posição sobre certos assuntos ou para buscar informação que reforce o seu ponto de vista sobre os mesmos temas. Isso faz que os sujeitos acabem caindo em câmaras de eco na internet nas quais os sujeitos reforçam (e, em consequência, polarizam) as suas posições (SUNSTEIN, 2002; 2003, *apud* ZAFRILLA, 2022, p. 41, grifo do autor, tradução própria<sup>60</sup>).

Zafrilla (2022) acrescenta que a polarização intragrupal pode se apresentar em três principais cenários: quando as pessoas que compartilham posições semelhantes dialogam, reforçam seus posicionamentos e trocam argumentos entre si em defesa dessa posição (os editoriais fazem isso quando citam outros veículos e isso reforça mutuamente a argumentação deles); quando um sujeito procura se ajustar à perspectiva do grupo ao qual pertence, seja tomando a defesa da ideia majoritária, seja silenciando a sua própria caso esta não esteja devidamente alinhada às expectativas dos demais membros do grupo (quando o jornalismo procura defender seus valores); quando confiança, extremismo e corroboração permitem que o sujeito se sinta mais à vontade para expressar o seu posicionamento do que se ele estivesse em meio a um grupo mais heterogêneo.

Por sua vez, a polarização intergrupala se dá pela socialização entre sujeitos com ideias distintas. Nesse caso, Zafrilla (2022) menciona que quando o diálogo se dá face a face, a tendência é de posicionamentos mais moderados. Essa moderação decorre de três cenários: diferentes pontos de vista colocados em diálogo; avaliação dos argumentos entre os interlocutores; orientação dos sujeitos para a verdade, não para o reforço das próprias opiniões. Todavia, quanto mais polêmico for o tema em discussão, maior a tendência de ambas as partes se afastarem ideologicamente uma da outra, reforçando, cada uma delas, a própria opinião e construindo uma imagem negativa do outro. Dessa forma, a polarização intergrupala é um

---

<sup>60</sup> No original, em espanhol: La polarización grupal se produce tanto cuando las personas conversan cara a cara como en las conversaciones *online*. Aunque internet facilita que individuos con ideas diversas entren en contacto entre sí, las personas suelen emplear internet para contactar y dialogar con gente que comparte su misma ideología o una misma posición sobre ciertos asuntos o para buscar información que refuerce su punto de vista sobre los mismos temas. Esto hace que los sujetos acaben cayendo en internet en cámaras de eco en las que los sujetos refuerzan (y, en consecuencia, polarizan) sus posiciones.

reflexo da falta de acordo no diálogo e se origina nas diferenças cognitivas entre os sujeitos, ou seja, é uma perspectiva que leva em consideração a subjetividade de cada um, de modo que cada lado pode considerar o seu posicionamento como óbvio, reafirmando-o perante seu interlocutor, ao mesmo tempo que constrói uma imagem menos favorável deste.

Os sujeitos quando deliberam o fazem sobre pressupostos morais e epistêmicos básicos (Cortina, 2007): o reconhecimento do outro como interlocutor válido, a expectativa recíproca de convencimento racional, a simetria das partes ou a expectativa recíproca de ser guiado por um critério de justiça e não por interesses egoístas. Não obstante, sucede que as diferenças ideológicas que separam as pessoas fazem com que deliberem a partir de marcos cognitivos incomensuráveis. Assim, quando se abordam assuntos que os sujeitos consideram fundamentais para a sua identidade grupal, os mesmos consideram a posição contrária à sua intolerável ao ameaçar o que, como membros de um grupo, consideram um valor irrenunciável (ZAFRILLA, 2022, p. 43, tradução própria<sup>61</sup>).

No Brasil, Ortellado *et al.* (2022, p. 86) verificam que a polarização “existe em todos os sentidos consagrados”, refletindo os aspectos mencionados da literatura. Quanto às opiniões sobre temas políticos, eles destacam como fator determinante o componente geracional, a partir do qual a mudança nos costumes parece refletir no reforço do conservadorismo das pessoas de mais idade. Acerca das identidades políticas, a polarização também se apresenta acentuada conforme avança a faixa etária e diminui a escolaridade dos indivíduos. Na dicotomia entre esquerda e direita, “a polarização da identidade como esquerda e direita no Brasil aumenta nos anos 2010 depois de uma redução no período 1990-2010” (ORTELLADO *et al.*, 2022, p. 64). No que concerte ao alinhamento entre identidades e opiniões políticas, o esperado era verificar se as pessoas de um determinado espectro político (esquerda ou direita) tinham opiniões consistentes com ele. O resultado apresentou “alinhamento entre identidades e opiniões sobre temas morais”, mas não sobre os temas socioeconômicos (ORTELLADO *et al.*, 2022, p. 65) – um alinhamento, argumentam eles, também derivado das divergências geracionais que movem a polarização das opiniões no país. Quanto à polarização afetiva, a dicotomia entre esquerda e direita, bem como entre gostar ou não gostar das identidades adversárias se mostrou existente para as identidades de comunista, petista e apoiador do regime militar: “a dinâmica afetiva em torno da identidade como petista é consistente com o fato de o PT ser o único partido que gera

---

<sup>61</sup> No original, em espanhol: los sujetos cuando deliberan lo hacen sobre unos presupuestos morales y epistémicos básicos (CORTINA, 2007): el reconocimiento del otro como interlocutor válido, la expectativa recíproca de convencimiento racional, la simetría de las partes o la expectativa recíproca de estar guiado por un criterio de justicia y no por intereses egoístas. No obstante, sucede que las diferencias ideológicas que separan a las personas hacen que deliberen desde marcos cognitivos inconmensurables. Así, cuando se abordan asuntos que los sujetos consideran fundamentales para su identidad grupal, los mismos consideran que la posición contraria a la suya es intolerable, al amenazar lo que como miembros de un grupo consideran un valor irrenunciable.

identidade política forte” enquanto “a dinâmica afetiva em torno das identidades de comunista, por um lado, e de defensor do regime militar, por outro, sugere a força persistente dos antagonismos políticos da Guerra Fria” (ORTELLADO *et al.*, 2022, p. 65).

Ora, que a polarização acontece na sociedade, Zafrilla dá como certo (e estudos como o Ortellado *et al.* recém mencionado tendem a confirmar). O que ele procura descrever a partir desses conceitos básicos é como tal fenômeno também acontece no universo digital. Para o autor, tanto na rede quanto fora da internet há dois elementos que se apresentam em comum. Um deles afirma que a polarização acontece porque os sujeitos adotam a identidade do grupo ao qual desejam se manter identificados – seja tanto por afinidade ideológica quanto pelo diálogo com outros sujeitos afins ou, ainda, porque se sentem confrontados em sua identidade grupal ao discutirem com adversários –; outro é focado no uso da razão comunicativa por parte dos sujeitos, o que quer dizer que aqueles que recebem conteúdo ideologizado dos meios que acreditam serem confiáveis pensam que há um senso de justiça que garante a veracidade e a sinceridade da informação por parte do emissor. Também, orientados pelos pressupostos habermasianos de verdade, veracidade e justiça, bem como pelo dever rawlsiano de civilidade, confiam e buscam considerar os argumentos dos seus interlocutores e “por isso justamente polarizam suas posições: porque assumem que os outros também participam do diálogo de forma sincera” (ZAFRILLA, 2022, p. 44, tradução própria<sup>62</sup>).

Ao refletir sobre as interações face a face e sobre as interações virtuais e, ainda, no diálogo que os sujeitos travam na sua consciência com o que consomem dos de comunicação, acredito que a polarização entendida como o reforço das ideologias contribui para o cenário contemporâneo que culmina nas desordens de informação, incluindo ainda aquilo que Zafrilla (2022) defende como polarização artificial.

Diz o autor que polarização artificial acontece quando o sujeito tenta capturar a atenção na internet a partir de um posicionamento que varia do emotivo ao indignado e que resulta numa sensação de polarização. Na prática, isso culmina na polarização percebida, que é quando surge uma sensação ilusória de que há grande distanciamento entre o sujeito e o seu adversário de tal modo que se percebe a polarização política sob esse prisma como maior do que se verifica em sociedade.

Essa [polarização artificial] é uma percepção errada da polarização porque se baseia em uma caricatura do adversário construída a partir de uma escalada de discursos expressos na rede. Esses são, ademais, discursos cujos autores não pretendam

---

<sup>62</sup> No original, em espanhol: por eso justamente polarizan sus posiciones: porque asumen que los otros también participan en el diálogo de forma sincera.

polarizar a sociedade, senão lograr notoriedade mediante a difamação gratuita do adversário ou simplesmente descarregar um sentimento de indignação contagiado pelo uso da rede (ZAFRILLA, 2022, p. 45, grifo nosso, tradução própria<sup>63</sup>).

Cabe destacar que, para Zafrilla, a polarização artificial é decorrente de lógicas da internet. Ele destaca três principais tipos, que são o discurso incendiário, os linchamentos virtuais e o exibicionismo moral. A distinção entre os meios tradicionais, como a televisão, o rádio e os impressos, e os meios digitais ocorre porque os primeiros mantêm os sujeitos em uma massa mais ou menos homogênea, enquanto as tecnologias mais recentes proporcionam que os sujeitos se apresentem isoladamente. Essa característica dos meios digitais faz com que os usuários busquem a outros, semelhantes entre si, para dar conta de necessidades de reconhecimento e pertencimento. Tais necessidades podem ser supridas, por exemplo, por reações como curtidas, compartilhamentos e outras ações semelhantes de se mostrar aliado ao discurso de uma determinada publicação. Trata-se da ação de o sujeito submeter a sua interação (uma publicação em uma rede social qualquer) à validação dos demais usuários da rede, o que “empurra os sujeitos a buscar constantemente recompensas às suas mensagens, publicando conteúdos emocionalmente carregados que atraiam a atenção da audiência” (ZAFRILLA, 2022, p. 46, tradução própria<sup>64</sup>).

O resultado é que os estímulos se convertem numa reafirmação da identidade grupal que se apresenta validada a partir da indicação do que está em voga num determinado momento, os chamados *trending topics*. Nesse universo, não raro são usadas estratégias como contas falsas, robôs e informações imprecisas para manter as ideias de um grupo predominantes sobre as ideias dos adversários. Disso, Zafrilla (2022, p. 46, tradução própria<sup>65</sup>) destaca que o ambiente da internet atua como potencializador, estimulando um uso cada vez mais expressivo da comunicação bem como maior busca por reconhecimento e por um “contágio das emoções”, dos quais decorre “a conectividade instantânea à corrente de opinião do grupo ao qual o sujeito sente afinidade”. Daí que muitos indivíduos acabam por se guiarem apenas pela identidade

---

<sup>63</sup> No original, em espanhol: Esta es una percepción errónea de la polarización porque se basa en una caricatura del adversario construida a partir de esa escalada de discursos expresivos en la red. Estos son además unos discursos cuyos autores no pretendían polarizar la sociedad, sino lograr notoriedad mediante la denigración gratuita del adversario o simplemente descargar un sentimiento de indignación contagiado por el uso de la red.

<sup>64</sup> No original, em espanhol: por ese motivo, el hecho de que la interacción en la red este sometida a la necesidad de validación de otros usuarios, empuja a los sujetos a buscar constantemente recompensas a sus mensajes, publicando contenidos emocionalmente cargados que atraigan a la atención de la audiencia.

<sup>65</sup> No original, em espanhol: el uso expresivo de la comunicación, la búsqueda del reconocimiento y el contagio de las emociones que produce la conectividad instantánea a la corriente de opinión del grupo al que el sujeto se siente afín.

grupal, buscando a notoriedade oriunda das suas manifestações na internet, sem se importar com a credibilidade daquilo que dizem.

Os discursos incendiários destinados aos adversários ideológicos são um exemplo. O intuito dessas publicações é tanto inflamar os seguidores, estimulando as reações de quem concorda com o pacote ideológico proposto, quanto provocar diretamente o grupo adversário. Explica Zafrilla (2022) que a intenção de influenciadores como blogueiros e *youtubers* ao lançarem esses discursos é mais alinhada a provocar o escárnio dos oponentes para aumentar a própria reputação (a partir do engajamento mencionado no parágrafo anterior) que qualquer outra coisa. Observam-se nos discursos desses influenciadores relatos exagerados e inverídicos, porque não se trata de uma tentativa de informar, mas de promover o engajamento junto a determinado grupo. Esses grupos, assim inflamados, passam à chamada polarização afetiva: “ao ter em mente uma imagem desfigurada de seus adversários, as pessoas podem ter mais sentimentos de rejeição sobre eles” (ZAFRILLA, 2022, p. 48, tradução própria<sup>66</sup>). Assim, o que se tem é uma falsa sensação de polarização e uma imagem disforme do usuário, mas não um reforço das posições dos indivíduos, porque para que isso realmente aconteça, é necessário que a polarização seja efeito da razão comunicativa – e este não é o caso aqui, sob a ótica de Zafrilla:

Esse é precisamente o fenômeno da polarização artificial: a criação de uma percepção errônea de polarização provocada pelo uso da internet que busca meramente melhorar a posição dos usuários em seu grupo através de uma condenação visceral do adversário. Trata-se de uma polarização artificial porque ninguém dos que provocaram essa atmosfera de hostilidade com a publicação de conteúdos difamatórios crê nessas afirmações (pois as fazem por mero benefício de reputação), nem, por tanto, o conteúdo dessas mensagens se encaixa nos princípios básicos de verdade, veracidade e justiça que devem regular o discurso público (ZAFRILLA, 2022, p. 48, tradução própria<sup>67</sup>).

Acerca dos linchamentos virtuais, trata-se de uma avalanche de reações e comentários negativos sobre uma pessoa ou um grupo. A facilidade do compartilhamento de publicações nas redes sociais digitais pode descontextualizar uma fala e, portanto, tornar um comentário isolado alvo de ataques e ofensas em grandes proporções. Zafrilla (2022) denomina o ato como uma cerimônia coletiva com o intuito de projetar uma violência carregada de moralismo sobre

<sup>66</sup> No original, em espanhol: al tener em su mente una imagen desfigurada de sus adversarios, las personas pueden generar mayores sentimientos de rechazo hacia ellos.

<sup>67</sup> No original, em espanhol: Esto es precisamente el fenómeno de la polarización artificial: la creación de una percepción errônea de polarización provocada por un uso de internet que busca meramente mejorar la posición de los usuarios en su grupo a través de la condena visceral del adversario. Se trata de una polarización artificial porque ni quienes han provocado esa atmósfera de hostilidad con la publicación de contenidos denigratorios creen esas afirmaciones (pues las hacen por mero beneficio reputacional), ni, por tanto, el contenido de esos mensajes se ajusta a unos principios básicos de verdad, veracidad y justicia que deben regir el discurso público.

um indivíduo considerado transgressor das normas tidas como as corretas pelo algoz. Refere-se a um senso de justiça unilateral e desproporcional em que aquele que instiga o acontecimento emerge como um defensor das causas do grupo e os demais, ao seguirem esse caminho, buscam provar lealdade dando continuidade à denúncia. Nota-se, nesse cenário, que há um sentimento de pertencimento coletivo que reforça a identidade dos sujeitos perante à ideologia que defendem. A adesão ao linchamento se dá mais para satisfazer um sentimento emocional de pertencimento que pela finalidade de uma argumentação racional com o adversário. Assim, “a participação em um linchamento virtual constitui uma mera *reação expressiva* emocional de um sentimento de indignação contagiado pela exposição ao conteúdo recebido”, ou seja, não há uma “*ação deliberada* a partir de um juízo moral de indignação (ZAFRILLA, 2022, p. 51, grifos do autor, tradução própria<sup>68</sup>). Novamente, como não há uso da razão, trata-se de um fenômeno artificial.

Por último, há o exibicionismo moral, compreendido como uma expressão de indignação oral que alguém promove com o intuito de ser percebido pelos demais do grupo como detentor de uma sensibilidade moral aguçada (ZAFRILLA, 2022). Em embates de ideologias opostas, o exibicionista procura se apresentar como um indivíduo de moral superior. Em termos gerais, é um sujeito que busca ocupar uma posição de maior destaque dentro do seu grupo, portanto, nada mais é que uma competição por *status*. Verdade, veracidade e justiça, assim como nos demais casos, não estão no foco. O que conta é o ato de impressionar os demais e expressar emoção, de modo que “isso, inevitavelmente, leva os sujeitos a dizerem coisas que não acreditam” (ZAFRILLA, 2022, p. 53, tradução própria<sup>69</sup>). A artificialidade reside justamente na arbitrariedade da indignação, que levanta uma polarização forçada e, portanto, fictícia. Também, de acordo com o autor,

Esses usos da internet produzem uma sensação ilusória de confronto na sociedade. É uma sensação ilusória porque é fruto de expressões insinceras de indignação e porque apresentam um relato deturpado de como são realmente os adversários (ZAFRILLA, 2022, p. 53, tradução própria<sup>70</sup>).

Todavia, não nega Zafrilla que poder-se-ia afirmar que essas ações também irrompem consequências reais sobre a sociedade, sendo necessário um aprofundamento entre as formas

---

<sup>68</sup> No original, em espanhol: la participación en el linchamiento virtual constituye una mera reacción expresiva emocional de un sentimiento de indignación contagiado por la exposición al contenido recibido, no una acción decidida a partir de un juicio moral de indignación.

<sup>69</sup> No original, em espanhol: Esto inevitablemente lleva a los sujetos a decir cosas que no creen

<sup>70</sup> No original, em espanhol: Estos usos de internet producen una sensación ilusoria de confrontación en la sociedad. Es una sensación ilusoria porque es fruto de expresiones insinceras de indignación y porque presenta un retrato alejado de cómo son realmente los adversarios.

de polarização e a polarização artificial para determinar em que nível isso acontece. No caso dos linchamentos, os discursos agressivos dos editoriais contra o governo Bolsonaro poderiam ser considerados uma forma de projetar uma violência ao transgressor. A análise demonstra que o jornalismo se coloca polarizado também, reforçando a sua identidade e a sua lealdade aos princípios do seu *ethos*. Aponta, ainda, que não se trata de uma arbitrariedade forçada no caso do jornalismo político, isto é, não se tratam de emissões que deturpam a polaridade com discursos insinceros de indignação. Portanto, o jornalismo apresenta também a característica de polarização quando se trata da defesa de seu *ethos*.

Sob o meu ponto de vista, os fatores comportamentais emocional e de natureza tribal do ser humano que ajudam a explicar a polarização política na sociedade também auxiliam na percepção de como as desordens de informação – a serem discutidas na sequência – conseguem promover aderência dos indivíduos a elas. Tudo isso sem deixar de considerar o papel ativo das tecnologias na criação e sustentação das câmaras de eco – indispensáveis para os fenômenos da desinformação e da pós-verdade (FERREIRA, 2022) –, mas que ultrapassam os limites propostos da presente tese.

### 2.3 TIPOS, FASES E ELEMENTOS DAS DESORDENS DE INFORMAÇÃO

A política é composta por disputas. São competições por mandatos públicos, narrativas, interpretações, histórias, corações e mentes, como bem resumem Dourado e Gomes (2019a). Nesse contexto, no anseio dos atores políticos em obterem adesão do público, os autores destacam que as histórias políticas se apresentam permeadas por mentiras e meias-verdades. A facilidade da distribuição *on-line* de conteúdo que contrasta com a verdade empírica coloca esse tipo de informação cada vez mais interferente na política, ainda que não se trate de novidade: “há cada vez mais reivindicações de verdade e há cada vez mais mentiras no que se refere às histórias que, presumivelmente, dão conta dos fatos da política” (DOURADO; GOMES, 2019a, p. 34). Quando Dourado e Gomes (2019a, p. 35) defendem a probabilidade de que essas produção e disseminação de relatos falsos com fins políticos sejam “fenômenos coextensivos à própria política”, é possível lembrar de ideia semelhante nas reflexões de Hannah Arendt – já mencionadas – propostas há décadas.

Apesar das discussões acerca de verdades e mentiras no meio político já existirem há tempos, nos últimos anos, um termo específico se popularizou ao buscar definir as informações que contrastam com a realidade dos fatos. Trata-se de “*fake news*”, expressão que pode ser

definida como histórias falsas que se pretendem, explicitamente ou não, aparecerem como relatos factuais e autênticos, imitando o jornalismo (DOURADO; GOMES, 2019a). Para os autores, esse é um produto essencialmente digital porque as facilidades tecnológicas largamente exploradas pelas redes sociais digitais permitem a criação e a distribuição desse tipo de material de uma forma até então inédita. Ademais, eles acrescentam que se trata de uma realidade inevitável e de difícil controle dada a massiva quantidade de mentiras e engodos nos quais o mundo político está imerso. O cenário é de uma “crise epistêmica” intencional contra a ciência, a universidade e o jornalismo: “produzida pela nova direita em seu próprio benefício, consiste em desqualificar todas as instituições tradicionalmente dotadas de credibilidade para arbitrar sobre o conhecimento socialmente aceito dos fatos” (DOURADO; GOMES, 2019b). Historicamente, o termo ganhou notoriedade durante a campanha de Donald Trump para a presidência dos Estados Unidos da América, em 2016: “popularizou-se como um elemento da retórica” do empresário e “passou a designar as narrativas falsas que foram produzidas, consumidas e compartilhadas nas eleições que o elegeram” (DOURADO; GOMES, 2019a, p. 35).

Considero fundamental a observação que se faz da expressão e que amplia a definição:

A escolha desta expressão, contudo, acrescenta outra característica, advinda da noção de “news” (notícia), à ideia já conhecida de relatos formalmente factuais que praticam a contrafação de inventar ou alterar os fatos a que pretensamente se referem. Com ela se põe, portanto, ênfase considerável no fato de que não se trata de quaisquer narrativas factuais, mas de relatos jornalísticos, de histórias do noticiário. Com isso, se implica aqui a autoridade e a credibilidade da instituição do jornalismo e dos seus processos de produção de relatos autorizados e dotados de credibilidade sobre os fatos da realidade. Não são quaisquer relatos falsos, mas contrafações do próprio jornalismo (DOURADO; GOMES, 2019b, p. 5, grifo dos autores).

No entanto, acrescentam os autores que, no caso da pesquisa realizada por eles sobre *fake news* durante a campanha para as eleições presidenciais no Brasil em 2018, houve, inclusive, mais histórias falsas em circulação do que aquelas que mimetizavam o jornalismo. Todavia, ambos os tipos se pretendiam factuais ou autênticos. Dessa forma, Dourado e Gomes consideram decisivos para se avaliarem as *fake news* o contexto de guerrilha informativa; meios e modos de propagação; mimetização jornalística e; teor político das mensagens difundidas. Roxo e Melo (2018) acrescentam outras compreensões, por exemplo, fatos reais que receberam mais atenção do que mereciam; propaganda política que mistura verdades e mentiras para fortalecer um candidato e enfraquecer outros e; desinformação, com o sentido de notícias falsas lançadas com o intuito de poluir os meios de comunicação e fragilizarem a confiabilidade destes. Já Alcott e Gentzkow (2017) preferem classificar como *fake news* as notícias



intencionalmente falsas, criadas para enganar o leitor e que podem ser desmentidas. Eles distinguem *fake news* de outros casos como erros de comunicação não intencionais; rumores que não têm origem em notícias; teorias conspiracionistas; sátiras de notícias produzidas com intuito exclusivamente humorístico; declarações falsas de políticos e; relatórios tendenciosos, mas não totalmente enganosos. Nota-se que há uma variedade de conceitos que tendem a serem englobados como *fake news* e é justamente o fato de a mimetização do jornalismo nem sempre ser verificada que me encaminha a um outro tipo de categorização a ser apresentada a seguir: as desordens de informação.

Antes, destaco algumas observações de Dourado e Gomes (2019a, p. 43-44). Tratam-se, por exemplo, da recomendação de “não se isolar as *fake news* como principal problema da política democrática, para o qual é preciso desenvolver ações específicas de combate”; também, da conclusão de que as “*fake news* não são, no fundo, um caso de jornalismo danificando a democracia”, mas um problema que sequer é do jornalismo e sim da política. Eles alertam: “confundir *fake news* com temas como *media bias*, noticiário com baixa qualidade de apuração ou altamente tendencioso, manipulação jornalística, e outros temas tradicionais referentes ao jornalismo de baixa qualidade, pode constituir considerável miopia epistemológica”. Um questionamento em específico no texto provoca reflexão:

De que serve se armar para enfrentar *fake news*, como se isso fosse possível, quando existe um mar de boatos, fraudes informativas, desinformações, engodos e mentiras difundidos por cidadãos e personalidades públicas que confirmam e embasam a distorção da realidade? (DOURADO; GOMES, 2019a, p. 43, grifos dos autores).

Essa indagação me leva a acreditar que a disputa travada pelo jornalismo contra as inverdades com intenções de interferir na política e que inundam as redes deve considerar também outras formas de deturpação da verdade, pois todas elas incidem sobre o jornalismo político. Propagam-se de formas que vão além de textos que simulam a narrativa jornalística ou que citam fontes que remetem a veículos de comunicação consolidados para camuflar inverdade. A análise de Dourado e Gomes (2019a, p. 43, grifo dos autores) descreve:

A maior parte das *fake news* se parecia com as formas mais comuns de publicações em redes digitais, seja na forma do “textão” seja nos formatos audiovisuais e de áudio [...]. Muitas vezes, esses conteúdos são amadores ou mal-arranjados, com erros de português, mas, mesmo assim, são defendidos e repassados como legítimos. Nesse sentido, aparentemente, a ideia de *news* parece dispensável para designar o fenômeno das narrativas falsas pretensamente factuais, a não ser que a própria ideia de *news*, de notícia, tenha se desvinculado, na percepção pública, do jornalismo profissional e tenha passado a significar qualquer informação factual produzida por não importa qual fonte e distribuída *on-line*.

Por isso, recorro a Wardle e Derakhshan (2017). A dupla é categórica acerca da recusa em usar o termo *fake news*. Eles argumentam que se trata de uma expressão de pouco rigor conceitual, com uso bastante diverso nas últimas duas décadas, sendo aplicado para falar desde sátiras e paródias de notícias até manipulação, fabricação, publicidade e propaganda (TANDOC *et. al.*, 2017). Outro fator que pesa contra o uso do termo *fake news* para Wardle e Derakhshan é que a expressão também foi apropriada pelos políticos para desqualificar coberturas que eles consideram desagradáveis, numa tentativa de minar a credibilidade da imprensa livre, ou seja, se as notícias não são favoráveis para um determinado grupo político, elas passam a ser chamadas de falsas. Para suprir a necessidade conceitual de nomear e discutir as desordens de informação, eles propõem o uso de três termos que tratam, em diferentes níveis, de formas de poluição nas informações: *mis-information*; *dis-information* e *mal-information*. A tradução para o idioma Português ainda é controversa, portanto, limito-me a discorrer acerca da definição de cada uma delas mantendo a nomenclatura original.

Inicialmente, os autores afirmam que é sabido que a questão da *mis-information* não é novidade – conforme, inclusive, já fora mencionado anteriormente na tese. O diferencial contemporâneo está nas mudanças que tanto a internet quanto as redes sociais digitais provocaram na forma como a informação é produzida e distribuída. A tecnologia disponível permite edição e publicação de conteúdo de forma barata e sofisticada por qualquer pessoa; as informações são fácil e rapidamente compartilhadas desde dispositivos móveis, muitas vezes em tempo real, e o consumo de informação se tornou muito mais democrático a partir da disponibilização destas nas redes sociais (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017). O problema, eles ressaltam, está na dificuldade que as pessoas têm em julgar a credibilidade desse conteúdo, uma vez que publicações de veículos de imprensa de confiança e de páginas conspiracionistas apresentam estruturas semelhantes que podem confundir os leitores: “isso significa que as pessoas estão cada vez mais dependentes de amigos e familiares para guiá-los através do ecossistema de informações” (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 12, tradução própria<sup>71</sup>).

A forma como as redes sociais estão planejadas também representa um desafio para a informação. Nesse aspecto, inclusive, é possível traçar um paralelo com a discussão acerca da polarização política anteriormente referenciada a partir de Zafrilla (2022):

A arquitetura desses sites é projetada de tal forma que toda vez que um usuário publica conteúdo – e é curtido, comentado ou compartilhado ainda mais – seu cérebro libera

---

<sup>71</sup> No original, em inglês: This means that people are increasingly reliant on friends and family members to guide them through the information ecosystem.

uma pequena dose de dopamina. Como seres sociais, intuimos os tipos de postagens que melhor se adequarão às atitudes predominantes em nosso círculo social. E assim, sobre esta questão da desordem da informação, este aspecto performativo de como as pessoas usam redes é fundamental para entender como a desinformação se espalha (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 12, tradução própria<sup>72</sup>).

Ademais, não se tratam de plataformas neutras. Elas sustentam os interesses corporativos de grandes empresas e, também, pelo fato de se tratarem de espaços de socialização, incluem ainda incontáveis posicionamentos dos sujeitos que alimentam essas redes a todo momento.

Wardle e Derakhshan (2017) advertem, no entanto, que os veículos tradicionais também têm sua parcela de responsabilidade na proliferação da desinformação uma vez que, conforme dizem, sem que seja amplificada, a desinformação não vai a lugar nenhum. A crítica, nesse caso, está na divulgação de informações imprecisas e até mesmo conspiratórias lançadas pelas fontes oficiais. Como é sabido, o que uma fonte oficial diz é sempre passível de se tornar notícia. O problema é a forma como isso é divulgado, pois muitos leitores sequer passam das manchetes, construídas sob declarações polêmicas, blefes e discursos conspiratórios para atrair reações nas redes sociais e acessos às páginas de notícias.

Os autores complementam que o ecossistema midiático, composto tanto pelos veículos tradicionais e seus *gatekeepers* quanto pelas redes sociais digitais e seus algoritmos assume característica cada vez mais partidária que entrega uma visão de mundo exageradamente emocional sob ritmo acelerado, de modo que se faz necessário para as democracias compreender a desordem de informação. O público não está alheio a essas discussões e apresenta preocupações acerca da qualidade da informação que consome<sup>73</sup>, no entanto, as pressões contemporâneas exigem que o indivíduo supra cada vez mais urgências e demandas e isso não permite que tanta informação seja apropriada e digerida pelos usuários. Ao mesmo tempo que a população demonstra preocupação, ela não consegue dar conta de, por si só, avaliar individualmente cada tópico que receber. Considerando ainda que nem todos os cidadãos estão investidos de senso crítico para avaliar suas fontes de informação, a perspectiva é ainda mais preocupante. Nesse sentido, acredito que Wardle e Derakhshan (2017) oferecem um bom ponto

---

<sup>72</sup> No original, em inglês: Social networks are driven by the sharing of emotional content. The architecture of these sites is designed such that every time a user posts content—and it is liked, commented upon or shared further—their brain releases a tiny hit of dopamine. As social beings, we intuit the types of posts that will conform best to the prevailing attitudes of our social circle. And so, on this issue of information disorder, this performative aspect of how people use social networks is critical to understanding how mis- and dis-information spreads.

<sup>73</sup> Fake Internet Content a High Concern, but Appetite for Regulation Weakens. Globe Scan, 21 set. 2017. Disponível em: <<https://globescan.com/2017/09/21/fake-internet-content-a-high-concern-but-appetite-for-regulation-weakens-global-survey/>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

de partida e uma oportunidade de consenso que permite adotar uma filiação teórica embasada e consistente para se pensar essa realidade.

O quadro conceitual de Wardle e Derakhshan (2017) classifica as desordens de informação em três tipos (*dis-information*; *mis-information*; *mal-information*); três fases (criação; produção; distribuição) e; três elementos (agente; mensagem; interpretante). Cada uma das desordens de informação tem suas especificidades e os autores explicam que a já recusada expressão *fake news* costuma agregar todas elas sem distinção. É nesse sentido que eles reforçam a necessidade de se compreender a diferença entre cada uma, porque em alguns casos há informações reais e em outros, não; algumas dessas desinformações são criadas por agentes que desejam causar prejuízos a outrem enquanto algumas não são intencionalmente criadas para prejudicar alguém.

Portanto, tem-se:

Dis-information. Informação falsa e deliberadamente criada para prejudicar uma pessoa, grupo social, organização ou país.

Mis-information. Informação falsa, mas que não foi criada com a intenção de causar prejuízo.

Mal-information. Informação baseada na realidade, usada para infligir dano a uma pessoa, organização ou país. (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 20, tradução própria<sup>74</sup>).

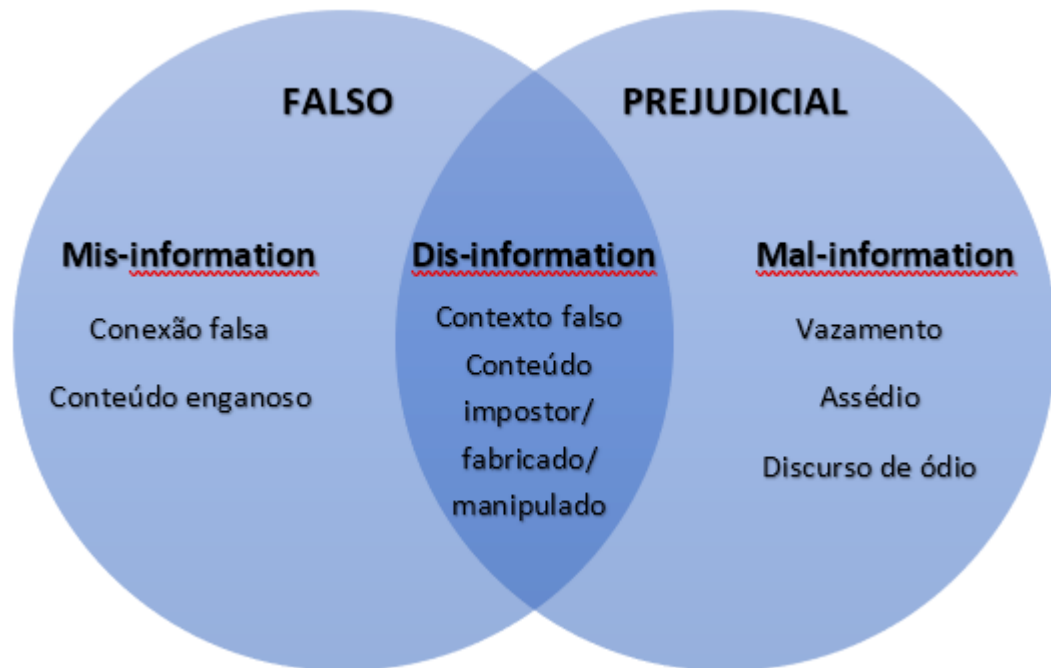
Também é incluído como *mal-information* o discurso de ódio e o assédio praticados estrategicamente para causar danos a terceiros. Nesses casos, são utilizadas informações verdadeiras, mas direcionadas de forma a se tornarem prejudiciais devido ao contexto em que são inseridas. Exemplos disso podem ser notados quando ideologia política, religião e sexualidade se tornam conteúdo para construção de mensagens agressivas ou desqualificantes.

Os três tipos de desordens de informação são representados graficamente por Wardle e Derakhshan, de modo que se pode verificar uma interseção entre eles:

---

<sup>74</sup> No original, em inglês: “Dis-information. Information that is false and deliberately created to harm a person, social group, organization or country; Mis-information. Information that is false, but not created with the intention of causing harm; Mal-information. Information that is based on reality, used to inflict harm on a person, organization or country”.

Imagem 1 – Desordens de informação



Fonte: adaptado de Wardle e Derakhshan (2017, p. 20)

Wardle e Derakhshan propõem algumas questões para que se identifiquem e se entendam os três elementos que constituem as desordens de informação. São elas:

Agente. Quem são os “agentes” que criaram, produziram e distribuíram a desinformação e qual foram as suas motivações?  
 Mensagem. De qual tipo de mensagem se trata? Qual o formato dela? Quais são as suas características?  
 Interpretante. Quando a mensagem foi recebida por alguém, como ela foi interpretada? Qual ação, se houve alguma, foi tomada pelo interpretante? (WHARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 22, tradução própria<sup>75</sup>).

Ao serem desdobrados, esses elementos apresentam pistas que ajudam a compreender as desordens de informação. No caso dos agentes, eles estão envolvidos em todas as fases da cadeia *desinformativa* e as características podem variar dependendo de qual fase é observada. Wardle e Derakhshan (2017, p. 25) mencionam algumas possibilidades: agentes oficiais, serviços de inteligência, partidos políticos, organizações noticiosas e grupos de cidadãos “evangelizados” sobre determinadas questões – a exemplo dos grupos contrários a vacinação de crianças, grupos conspiracionistas, entre outros. Esses agentes estão organizados de diversas

<sup>75</sup> No original, em inglês: “Agent. Who were the ‘agents’ that created, produced and distributed the example, and what was their motivation? Message. What type of message was it? What format did it take? What were the characteristics? Interpreter. When the message was received by someone, how did they interpret the message? What action, if any, did they take?”.

formas, desde aqueles que agem individualmente ou em grupos improvisados em torno de interesses pontuais até empresas e grupos de *lobby* especializados em inserir pautas na esfera pública. As motivações também são diversas, sendo as mais comuns a financeira (quando pretendem lucrar); a política e a ideológica (quando pretendem influenciar a opinião pública; quando pretendem desacreditar um candidato ou direcionar pautas políticas); a social (orientada de modo a estabelecer conexões entre grupos) e; a psicológica (quando buscam criar ou reforçar prestígio de alguém, angariando *status* e atenção) (MARWICK; LEWIS, 2017; WARDLE; DERAKHSHAN, 2017). Tão múltiplos quanto os atores e as motivações são as audiências as quais se pretendem atingir, a quem pretendem enganar ou a quem pretendem prejudicar.

Para além do fator humano, as desordens de informação ainda apontam para a possibilidade do uso de tecnologias de automação para a propagação das mensagens. Ainda que possa haver a propagação totalmente humana, são frequentes aquelas completamente automatizadas (*bots*) ou híbridas, mesclando as duas anteriores (*ciborgue*).

A diversidade também atinge as formas de passar a mensagem adiante, desde a mais simples, no boca-a-boca, através de conversas, rumores e fofocas, até as mais elaboradas, com o uso de materiais audiovisuais, textos, panfletos, imagens, vídeos, gráficos e memes. Essa identificação é importante, alertam Wardle e Derakhshan, porque formatos diferentes exigem tecnologias diferentes de análise.

Ademais, outros fatores para se pensar envolvem o tempo de duração que as desordens de informação podem ter na esfera pública após lançadas. Algumas têm impacto pensado para o momento, por exemplo, a afirmação<sup>76</sup> que circulou durante a campanha presidencial de 2018 no Brasil de que a candidata à vice-presidência, Manuela D'Ávila (PCdoB), era anticristã e acabaria com os feriados religiosos no país. Outras, tem projeção de longo prazo, como a ideia de que o Brasil vive sob uma constante ameaça de se tornar comunista caso seja governado por partidos de esquerda.

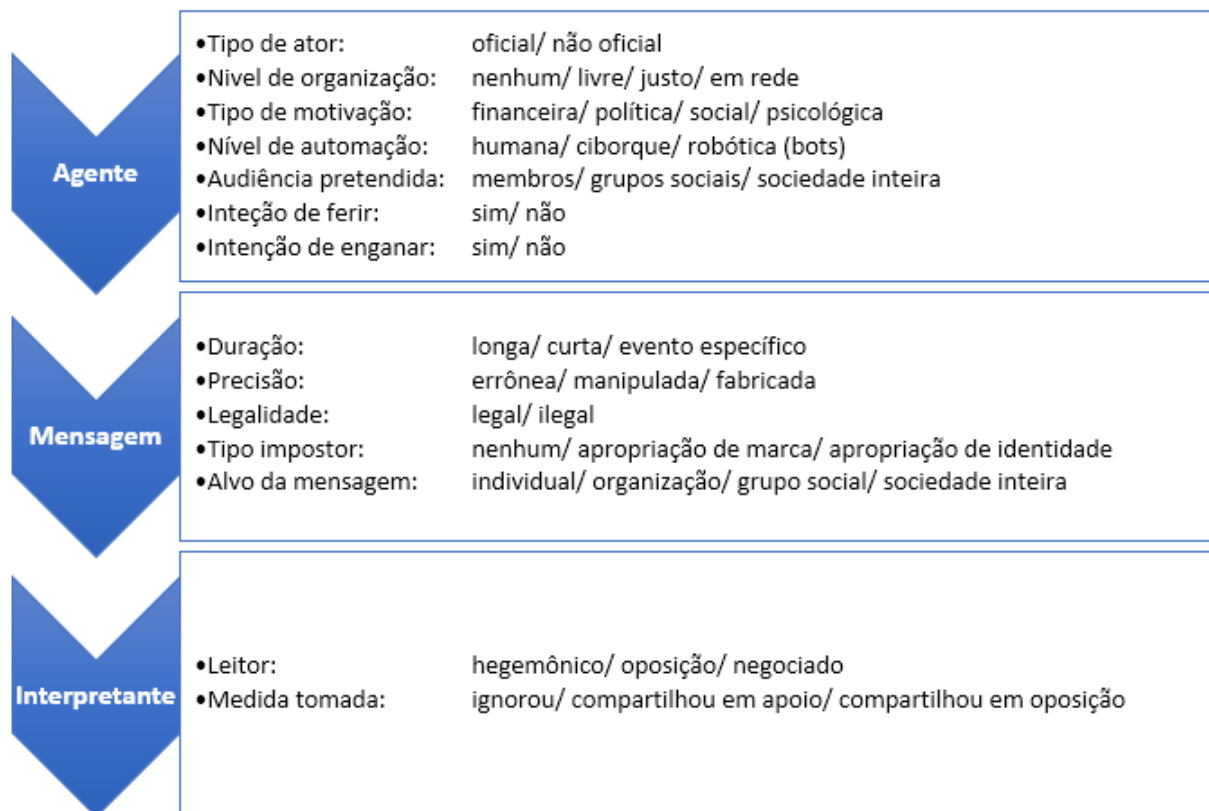
O exemplo mencionado de Manuela D'Ávila permite demonstrar também o quão precisa é a mensagem: “mal-information é uma informação verdadeira usada para prejudicar (seja tornando públicas informações particulares ou usando as afiliações pessoais das pessoas, como sua religião, contra elas)” (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 27, tradução própria<sup>77</sup>). Nesse caso, para afirmar que a candidata era contrária ao cristianismo, foi usado um trecho real

<sup>76</sup> É #FAKE que Manuela D'Ávila disse que quer acabar com todos os feriados cristãos. G1. Fato ou fake, 9 de out. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/09/e-fake-que-manuela-davila-disse-que-quer-acabar-com-todos-os-feriados-cristaos.ghtml>>. Acesso em: 8 fev. 2023.

<sup>77</sup> No original, em inglês: “mal-information is truthful information used to harm (either by moving private information into the public arena or using people’s affiliations, like their religion, against them)”.

de entrevista no qual ela critica a não laicidade do Brasil, apesar do dispositivo constitucional que regra essa questão. A legalidade ou não da mensagem, a apropriação de marcas, nomes ou outras características para se passar por uma fonte oficial e o direcionamento da mensagem também são questões que devem ser analisadas ao se dissecar uma desordem informacional (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017).

Imagem 2 – Desordens de informação



Fonte: Adaptado de Wardle e Derakhshan (2017, p. 28).

Por sua vez, acerca do interpretante, deve-se contextualiza-lo conforme seu contexto sociocultural, posição social, ideologia política e experiências pessoais. Segundo os pesquisadores, isso ajuda a compreender porque determinados grupos ou indivíduos reagem de formas diferentes às mesmas mensagens:

Ter que aceitar informações que desafiam nosso senso de identidade pode ser chocante. Independentemente de quão persuasiva uma mensagem possa parecer para um observador neutro, é mais fácil ignorar ou resistir a informações que se opõem à nossa própria visão de mundo. Certamente, as evidências sugerem que as verificações de fatos tendem a empurrar o conhecimento dos indivíduos na direção da informação correta, mas certamente não substitui totalmente a informação incorreta ou falsa. Essa realidade complica nossa busca por soluções para a desordem da informação. Se aceitarmos que os cérebros humanos nem sempre funcionam racionalmente,

simplesmente disseminar mais informações de qualidade não é a resposta. As soluções devem lidar com as características sociais e de desempenho que ajudaram a tornar certos conteúdos fabricados tão populares no Facebook (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 28, tradução própria<sup>78</sup>).

A última tríade, a das fases das desordens de informação, é composta por: criação (quando a mensagem é criada); produção (quando a mensagem se torna produto midiático) e; distribuição (quando a mensagem é distribuída ou tornada pública). Aqui, Wardle e Derakhshan reforçam que nem sempre quem participa da etapa de criação também é responsável pelas etapas subsequentes. Significa dizer que as pessoas por trás da criação podem não estar envolvidas com a propagação das mensagens – o que torna mais dificultoso o processo de descobrir a verdadeira origem delas. Outro aspecto importante descreve a possibilidade de reprodução da desinformação após ela ter se tornado pública: “uma vez que a mensagem foi distribuída, ela pode ser reproduzida e redistribuída infinitas vezes, por muitos agentes diferentes, todos com motivações diferentes” (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 23, tradução própria<sup>79</sup>).

A facilidade em replicar as mensagens, como foi mencionado, é uma das principais características da desinformação. Destacam os autores que isso representa um desafio para o cérebro humano, constantemente bombardeado com informações, muitas delas repetitivamente, chegando diretamente ao indivíduo a todo momento em seus *smartphones*. A cultura das redes sociais digitais facilita esse processo, principalmente quando acionado um componente que simula o engajamento orgânico:

O componente de repetição é particularmente problemático nas mídias sociais devido às pessoas que tentam manipular as plataformas por meio de bots que automaticamente “curtem” ou “compartilham” histórias ou “cliquem em fazendas”. Essas técnicas podem criar uma falsa sensação de popularidade sobre o conteúdo e, ao marcar pessoas influentes como celebridades, políticos ou até mesmo jornalistas, impactar o ciclo de notícias (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 46, tradução própria<sup>80</sup>).

---

<sup>78</sup> No original, em inglês: “Having to accept information that challenges our sense of self can be jarring. Irrespective of how persuasive a message may appear to a neutral observer, it is easier to ignore or resist information that opposes our own worldview. Certainly, evidence suggests that fact-checks do tend to nudge individuals’ knowledge in the direction of the correct information, but it certainly doesn’t replace the mis- or disinformation entirely. This reality complicates our search for solutions to information disorder. If we accept that human brains do not always work rationally, simply disseminating more quality information is not the answer. Solutions must grapple with the social and performance characteristics that have helped make certain fabricated content so popular on Facebook”.

<sup>79</sup> No original, em inglês: “once a message has been distributed, it can be reproduced and redistributed endlessly, by many different agents, all with different motivations”.

<sup>80</sup> No original, em inglês: “The repetition component is particularly problematic on social media due to people trying to manipulate the platforms through bots that automatically “like” or “share” stories or ‘click farms’. These techniques can create false sense of popularity about content, and, by tagging influential people like celebrities, politicians or even journalists, impact the news cycle”.



Com frequência, essa realidade pode confundir e desestabilizar o usuário, principalmente se articulada a elementos que servem de atalho para a mente humana avaliar a credibilidade de uma mensagem. Notam-se como atalhos mentais a) reputação (baseada na sensação de reconhecimento e familiaridade com a mensagem); b) endosso (se outras pessoas também acham a mensagem confiável); c) consistência (quando a mesma mensagem é repetida em várias páginas e redes sociais); d) violação de expectativa (quando um site se comporta de maneira esperada); e) autoconfirmação (a mensagem confirma as crenças do indivíduo) e; intenção persuasiva (a intenção da fonte ao criar a mensagem) (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017).

Relatório de Marwick e Lewis (2017) busca levantar algumas possibilidades de por que a imprensa também se torna vulnerável. As pesquisadoras indicam que o aumento da atividade *on-line* da extrema-direita pode ter aumentado consideravelmente, porém, não teriam abrangido tanto público se as suas mensagens não tivessem sido ampliadas pela mídia *mainstream*:

A grande mídia era suscetível à manipulação da imprensa de extrema-direita devido a uma série de dinâmicas: baixa confiança do público na mídia; uma propensão para o sensacionalismo; falta de recursos para verificação de fatos e reportagens investigativas; e consolidação corporativa resultando na substituição de publicações locais por marcas de mídia hegemônicas (MARWICK; LEWIS, 2017, p. 40, tradução própria<sup>81</sup>).

Elas reforçam a discussão apontada anteriormente às discussões que cercam a grande mídia. A direita questiona o domínio liberal e a esquerda afirma que as empresas são dependentes de fontes do governo, favorecem anunciantes e corporações e ignoram vozes questionadoras do *status quo*. Para Marwick e Lewis (2017), ambos lados do espectro político criam as condições necessárias de falta de confiança na mídia para o surgimento de uma imprensa hiperpartidária de extrema-direita e para a manipulação da mídia subcultural. Ainda, tal como denuncia Pickard (2020), Marwick e Lewis destacam o enfraquecimento dos noticiários locais, situação que faz de um grande público disperso em pequenos grupos mais vulnerável às informações sem curadoria jornalística obtidas por meio das redes sociais digitais: a falta de uma imprensa regionalizada culmina em um fator proibitivo para que contrapontos ou esclarecimentos sejam discutidos e apresentados. Os veículos que resistem passam

---

<sup>81</sup> No original, em inglês: “The mainstream media was susceptible to manipulation from the far-right press due to a number of dynamics: low public trust in media; a proclivity for sensationalism; lack of resources for fact-checking and investigative reporting; and corporate consolidation resulting in the replacement of local publications with hegemonic media brands”.

frequentemente a depender da distribuição facilitada por essas mesmas redes e, para angariar mais audiência, acabam por ceder às pressões que orientam para a valorização do tipo de conteúdo que tem maior chance de chamar a atenção: “o conteúdo viral, de vídeos engraçados a manchetes sensacionalistas, acumula os cliques, retuítes e curtidas e, portanto, receitas de publicidade” (MARWICK; LEWIS, 2017, p. 42, tradução própria<sup>82</sup>).

Perante cenário cada vez mais conectado e polarizado, os pesquisadores de jornalismo – e da comunicação como um todo – também propõem soluções para essa situação que se impõe globalmente. A busca é por soluções que sejam executáveis e que possam fazer frente aos ataques efetuados a partir de desordens de informação. Entre mais de trinta recomendações propostas no relatório de Wardle e Derakhshan (2017, p. 80-85) para as empresas de tecnologia, governos, sociedade civil, ministérios de educação, fundações e organizações de mídia, destaco principalmente o que estas últimas “podem fazer”. As propostas indicam a) colaboração entre jornalistas de diferentes empresas na checagem de fatos para que seja evitado desperdício de esforço; b) acordos de silêncio estratégico entre as empresas jornalísticas para evitar dar espaço às fontes tentam exercer manipulação ou propagam desinformação; c) fortalecimento dos padrões éticos em todas as mídias, evitando o sensacionalismo ou as manchetes caça-cliques nas redes sociais; d) desmistificar fontes e conteúdo, investindo em treinamento para que sejam identificados o quanto antes os materiais disseminados por *bots* ou grupos organizados em torno de uma agenda; e) ampliar a oferta de reportagens que tratem sobre o consumo de informações de maneira crítica, seja incentivando o público a criticarem o conteúdo que consomem, seja explicando como os processos de verificação são realizados; f) abordar as ameaças das desordens de informação para a sociedade em seus produtos noticiosos; g) melhorar a qualidade das manchetes, porque muitos leitores não passam dessa parte do texto; h) não divulgar conteúdo fabricado, que possam aumentar a atenção sobre as manchetes caça-cliques e outros tipos de *clickbait*, bem como redobrar a atenção ao uso de estatísticas enganosas e citações atribuídas erroneamente ou fora de contexto, garantindo melhor apropriação das informações obtidas nas redes sociais, bem como assegurando maior responsabilidade no uso de manchetes, recursos visuais, legendas e estatísticas para a produção de notícias.

O alerta de Marwick e Lewis em 2017 se mostrou preciso e o aumento na propagação de desinformação que era esperado se consolidou, amparado pelo aumento da radicalização ideológica e pela diminuição da confiança na grande imprensa. Esse contexto favorece o fortalecimento do fenômeno da pós-verdade. Esta carrega consigo a ideia de flexibilização da

---

<sup>82</sup> No original, em inglês: “Viral content, from funny videos to sensational headlines, garners the clicks, retweets, and likes, and thus advertising revenue”.

verdade e inaugura um momento histórico que demanda reflexão porque explica mudanças na percepção da sociedade sobre a realidade.

## 2.4 PÓS-VERDADE

Tal como as desordens de informação, a pós-verdade encontra diversidade de entendimentos entre os especialistas. Eles convergem em alguns pontos e se afastam em outros, por isso, acredito que também caiba expor algumas dessas definições para que se possa caracterizar mais seguramente uma filiação dentre as possibilidades. Inicialmente, resgato em Araújo (2020) a relevância de se compreender a pós-verdade como um fenômeno próprio, não como um novo nome para algo antigo. Ele é taxativo ao dizer que “para aqueles efetivamente dedicados ao estudo do fenômeno, trata-se, sim, de um processo novo na história, marcado por determinadas características específicas e que exigiria, portanto, categorias de análise próprias” (ARAÚJO, 2020, p. 2).

Importa compreender, inicialmente, que “pós” não significa “posterior a”, num sentido temporal. O prefixo, neste caso, dá ao substantivo “verdade” a ideia de desqualificação; de irrelevância: “pós-verdade se relaciona com um desinteresse pela verdade” (ARAÚJO, 2020, p. 3), de modo que pouco interessa se algo é real ou não, pois as ações são determinadas pelas emoções ou pelas crenças, sem compromisso com a racionalidade. Assim, termo “pós-verdade” faz parte do conjunto de expressões cada vez maior que adquirem novo significado ao receberem o prefixo “pós”, dentre as quais, tem-se o “pós-moderno”, termo de especial afinidade com pós-verdade.

Lyotard (2020, p. xiv) descreve como pós-moderna “a incredulidade em relação aos metarrelatos”. Tal incredulidade leva à situação de “decomposição dos grandes Relatos”, culminando em dissolução do vínculo social e consequente passagem de uma coletividade social para uma massa que se movimenta desordenadamente (LYOTARD, 2020, p. 28). A sociedade se revisa desde a escala macro até a micro:

A novidade é que, neste contexto, os antigos pólos de atração formados pelos Estados-nações, os partidos, os profissionais, as instituições e as tradições históricas perdem seu atrativo. E eles não parecem dever ser substituídos, pelo menos na escala que lhes é própria (LYOTARD, 2020, p. 27).

Quando Wilmar do Valle Barbosa diz, no prefácio da edição brasileira de *A Condição Pós-Moderna*, que o período se caracteriza pela questão do desempenho – e não da verdade –,

ele procura afirmar, a partir de uma idealização de que o científico, outrora empenhado na busca por essa verdade, passa a trabalhar prioritariamente para o aumento da eficiência. Porém, ainda que o seu pensamento esteja voltado para uma perspectiva de mudanças no campo científico, Barbosa acaba por antever o que viria a ser o atual momento histórico. Assume-se, portanto, a premissa de Lyotard (2020, p. 4) de que a tecnologia incide sobre o saber.

À época do lançamento da referida obra, em 1979, o filósofo argumentava que os efeitos de tal premissa se davam principalmente atingido a pesquisa e a transmissão do saber. Meio século depois, a afirmação continua atual e ganha ares proféticos: basta recuperar a passagem em que ele calcula que “do mesmo modo que os Estados-nações se bateram para dominar os territórios, e com isto dominar o acesso e a exploração de matérias-primas e da mão-de-obra barata” seria concebível que “elas se batam no futuro para dominar as informações” (LYOTARD, 2020, p. 5). Para Lyotard, tanto a questão do domínio de territórios, matérias-primas e mão-de-obra quanto a questão do domínio sobre as informações, podem ser resumidas no fato de que, na era pós-moderna, o saber assume um papel sem precedentes na competição pelo poder. Segundo Lyotard (2020, p. 30), trata-se do aspecto agonístico, isto é, referente à luta, transposta pelo filósofo para o ambiente da linguagem: ele afirma que os parceiros de linguagem sofrem “deslocamentos” ou “alterações” a cada “golpe”. Essa modificação se dá independentemente de se tratar do destinatário, do referente ou do remetente. Tais golpes são os enunciados, proferidos estrategicamente para “desorientar” o adversário. Tão melhores serão os golpes quanto menos simplesmente reacionários forem os “contragolpes” que eles suscitarem: “o que é preciso para compreender desta maneira as relações sociais, em qualquer escala que as consideremos, não é somente uma teoria da comunicação, mas uma teoria dos jogos, que inclua a agonística em seus pressupostos” (LYOTARD, 2020, p. 30). No íterim da pós-verdade e do pós-modernismo, os desdobramentos têm implicações diversas, com destaque no campo político, como descreve Araújo (2020, p. 2), “para a prática da democracia e da tolerância, estando relacionada a questões como populismo, autoritarismo e cultura do ódio”.

Para McIntyre (2018), a pós-verdade se trata de um fenômeno que estava em latência, emergindo como uma tempestade que se alimentou do avanço das redes sociais digitais nas últimas duas décadas. Araújo (2020) referencia neste filósofo as principais causas do fenômeno: o negacionismo científico; o viés cognitivo do ser humano; a queda da importância dos meios de comunicação tradicionais; o auge das redes sociais e; a relativização da verdade na era pós-moderna (ARAÚJO, 2020; MCINTYRE, 2018).

O negacionismo científico questiona a autoridade da ciência. Trata-se de um processo de motivação econômica, política e corporativa que age diretamente sobre as pessoas comuns e estas passam a relativizar as informações, mesmo que sejam informações comprovadamente embasadas. Tal fenômeno encontra facilidade de se dissipar dada a característica cognitiva do ser humano, que tende a estabelecer as suas crenças e visões de mundo evitando o seu descontentamento psíquico:

McIntyre aponta três estudos clássicos em psicologia social conduzidos nos Estados Unidos, nas décadas de 1950 e 1960, que demonstraram essa questão. O primeiro deles é a teoria da dissonância cognitiva de Festinger, segundo a qual buscamos harmonia entre nossas crenças e ações. O segundo é a teoria da conformidade social de Asch, que postula que temos tendência a ceder à pressão social por nosso desejo de estar em harmonia com os outros. O terceiro é o estudo do viés de confirmação conduzido por Watson, que identificou nossa tendência a dar mais peso às informações que confirmam nossas crenças pré-existentes. O autor apresenta também estudos recentes sobre a questão, expressos em dois conceitos: efeito contraproducente (fenômeno em que a apresentação de uma informação verdadeira para uma pessoa, que entra em conflito com suas crenças em fatos falsos, faz com que a pessoa creia nesses fatos com mais força ainda) e o efeito Dunning-Kruger (fenômeno no qual nossa falta de capacidade para fazer algo faz com que superestimemos nossas habilidades reais). Tais elementos do viés cognitivo fazem com que as pessoas sejam propensas a formar suas crenças sem ter em conta a razão e as evidências (ARAÚJO, 2020, p. 4).

Acrescenta-se à fórmula o papel cada vez mais secundário dos meios de comunicação tradicionais no cotidiano do cidadão comum – este passa gradativamente a se informar por meio das redes sociais. Um ponto que considero crítico nesse processo é que não há uma fronteira clara entre o que é informação e o que é opinião em muitos dos polos emissores e, da mesma forma, na instância receptora, a audiência não está apta a fazer essa identificação nos diversos tipos de conteúdo que consome. McIntyre menciona agravantes, tais como a expansão da mídia partidária de extrema direita, focada em promover engajamento por meio do apelo emocional, e da obsessão dos veículos de imprensa tradicionais pelo ideal de objetividade, de onde surge a promoção de uma falsa equivalência mesmo quando a disparidade é evidente, com o intuito de evitar acusações de ter tomado partido de um lado ou de outro. Na condição pós-moderna de Lyotard, “o saber perde então a sua condição de ‘valor de uso’ e passa a ser avaliado como algo que existe para ser vendido e que também existe para ser consumido com vistas a uma nova produção” (SANTIAGO, 1990, p. 129). O próprio Lyotard (2020, p. 111, grifo do autor), ao tratar da legitimação do saber, põe em xeque a sociedade submetida ao capital e ao poder confrontando verdade e aparência:

o princípio do consenso como critério de validação também parece insuficiente. Ou ele é o assentimento dos homens, enquanto inteligências conhecedoras e vontades

livres, obtidas por meio do diálogo – (...) – ou então ele é manipulado pelo sistema como uma de suas componentes visando manter e melhorar suas performances. (...). O problema é portanto o de saber se é possível uma legitimação que se valesse apenas da paralogia.

Talvez Lyotard mesmo pudesse ter chegado a uma resposta se tivesse experienciado mais as redes sociais digitais. As redes sociais, inclusive, são mencionadas por McIntyre como um ambiente informacional privilegiado. O que pesa negativamente contra elas na expansão da pós-verdade remonta à sua construção algorítmica. Para sustentar a atenção do usuário, ela oferece uma seleção de conteúdos cada vez mais de acordo com o ponto de vista dele. Outro agravante é a possibilidade que algumas redes sociais têm de envio de mensagens em massa de modo unilateral, ou seja, sem que o usuário possa responder e, da mesma forma, sem que se possa monitorar claramente o avanço dessas informações (o *WhatsApp* é um exemplo). Pensando em outras redes, como *Twitter* e *Facebook*, bem como mecanismos de busca como o *Google*, a oferta de conteúdo perpassa também a questão algorítmica, da qual a opacidade é intransponível. Essa característica é evidenciada ao se observarem as câmaras de eco:

a questão complicadora deste tema é que essas espacialidades de relacionamento semanticamente fechadas ao novo e ao *díspar* são sociotecnicamente produzidas; não são, portanto, apenas manejadas pelos sujeitos, mas também constituídas mutuamente pela ação dos algoritmos das plataformas de redes sociais (FERREIRA, 2022, p. 3).

Nota-se a convergência em direção à pós-modernidade, fruto do movimento artístico, cultural e filosófico supracitado que questiona a ideia de verdade absoluta. Dito de outra forma, para o pós-modernismo “não existiria uma resposta absolutamente correta sobre o que cada elemento da realidade significa” (ARAÚJO, 2020, p. 6). O movimento coloca a verdade como autoritária e, quando apropriado por movimentos políticos, tal perspectiva passa a ser usada para classificar *tudo* como ideológico, de modo que não haveria *uma* verdade, mas *fatoss alternativos* (ARAÚJO, 2020; MCINTYRE, 2018). Se, por um lado, não há verdade, pelo outro, há consenso. Nesse sentido, percebo que Lyotard, ao se referir às inovações do campo científico, acaba por fazer coro às noções da psicologia social mencionadas por McIntyre. Diz, portanto, Lyotard (2020, p. 115, grifos do autor): “quanto mais um ‘lance’ é forte, mais fácil é recusar-lhe o consenso mínimo, justamente porque ele muda as regras do jogo sobre as quais havia consenso”. Essa afirmação ajuda a explicar a dificuldade supramencionada de se romper a permanência nas câmaras de eco, por exemplo.

Retomando o foco na questão da pós-verdade, em março de 2017, a revista *Uno*, uma publicação da empresa global de consultoria em comunicação e assuntos políticos Llorente y

Cuenca, dedicou uma edição ao tema. Os convidados – profissionais ligados às ciências políticas e sociais, comunicação, direito, economia, filosofia, jornalismo e terceiro setor – teceram opiniões a respeito do fenômeno. À época, o termo ganhava cada vez mais evidência em decorrência, principalmente da disputa eleitoral que elevou o empresário Donald Trump à posição de presidente dos Estados Unidos e da saída do Reino Unido da União Europeia – o chamado Brexit. Meses antes da publicação, o termo “pós-verdade” (*post-truth*) já havia sido consagrado como a palavra do ano de 2016 pelos organizadores do Oxford English Dictionary (OED):

O termo deixou de ser relativamente novo para ser amplamente compreendido ao longo de um ano – demonstrando seu impacto na consciência nacional e internacional. O conceito de *pós-verdade* vem fervilhando na última década, mas Oxford mostra a palavra aumentando em frequência este ano no contexto do referendo do Brexit no Reino Unido e da eleição presidencial nos EUA, e tornando-se predominantemente associada a um substantivo específico, na frase *política da pós-verdade* (OXFORD, 2016, grifos do autor<sup>83</sup>).

Ainda, conforme o dicionário Oxford, “*pós-verdade* é um adjetivo definido como ‘relativo ou denotando circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos às emoções e crenças pessoais’ (OXFORD, 2016, grifo do autor<sup>84</sup>). Assim, a *pós-verdade* se caracteriza pelo forte apelo à subjetividade emocional de cada indivíduo. Aproveita-se desses aspectos mais vulneráveis e se utiliza deles como acesso para interagir, formar e consolidar opiniões, porque há uma tendência humana de se aceitar mais facilmente aquilo que se aproxima das próprias convicções. É sob esse ponto de vista que o jornalista José Antonio Zarzalejos (2017, p. 11), ao apresentar a sua versão do conceito, diz que a “*pós-verdade* consiste na relativização da verdade, na banalização da objetividade dos dados e na supremacia do discurso emocional”. Outros convidados da revista *Uno* corroboram com esse posicionamento e acrescentam significados que complementam tal ideia de *pós-verdade* e seus contextos de formação. Tem-se, por exemplo, o apelo ao sensacionalismo e à conveniência na seleção da informação (GOOCH, 2017, p. 14) e apelos que são mais fortes do

---

<sup>83</sup> No original, em inglês: “The term has moved from being relatively new to being widely understood in the course of a year – demonstrating its impact on the national and international consciousness. The concept of *post-truth* has been simmering for the past decade, but Oxford shows the word spiking in frequency this year in the context of the Brexit referendum in the UK and the presidential election in the US, and becoming associated overwhelmingly with a particular noun, in the phrase *post-truth politics*”. Word of the Year 2016. Oxford Languages. Disponível em: <<https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>>. Acesso em: 17 mai. 2022.

<sup>84</sup> No original, em inglês: *Post-truth* is an adjective defined as ‘relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief’. Word of the Year 2016. Oxford Languages. Disponível em: <<https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>>. Acesso em: 17 mai. 2022.

que os fatos objetivos na conquista da opinião pública (MEDEIROS, 2017, p. 23). Cabe pontuar que é à essa linha que a tese se filia por considerar mais afim às teorizações ancoradas, sobretudo, a partir da condição pós-moderna de Lyotard. Esses exemplos podem vir a culminar no que Charaudeau (2022) chama de “verdade-consenso”, que podem ser paradoxalmente formadas pelo negacionismo, pelo revisionismo histórico, pelo conspiracionismo e pela invenção de fatos e explicações: “*contraverdades* sob diversas modalidades” e de diferentes ordens, algumas negando os fatos e outras inventando (CHARAUDEAU, 2022, p. 135).

Porém, essa definição não é percebida com unanimidade. No mesmo número da revista, há aqueles que resumem pós-verdade a um conceito artificial (BERCKEMEYER, 2017); a um eufemismo para mentira (PREGO, 2017) e, além dessas simplificações, associando-o à mentira, também o relacionam com a propaganda (PINA, 2017).

O que hoje chamamos de pós-verdade, em outras décadas chamávamos de propaganda. A criação de realidades alternativas sob os comandos do controle dos meios de comunicação. Realidades alternativas que não se baseiam em fatos, mas em emoções. Realidades alternativas que se baseiam na percepção, não em dados (MEDRÁM, 2017, p. 33).

Observa-se que quaisquer que sejam os usos associados à pós-verdade, eles não são tendências recentes. Relativizar a verdade e sobrepor o discurso emocional ao racional são técnicas presentes desde a Antiguidade e, atravessando os séculos, foram responsáveis pela disseminação do medo, da hostilidade entre grupos sociais, bem como por episódios de vitimização e de mitomania política que culminaram em momentos sombrios, inclusive na contemporaneidade, a exemplo do nazismo e do estalinismo (ZARZALEJOS, 2017). Em relação à imprensa, sabe-se que os veículos de comunicação têm seus discursos, seja pela manutenção do *status quo*, seja pela busca por modificá-lo. Porém, havendo a máxima pela verdade na instância produtora de informação e a consciência – ainda que mínima – da audiência de que se trata de uma versão dos fatos, mantém-se um contrato tácito que preza minimamente pela probidade do fato relatado acerca de um acontecimento.

Em meio a diferentes entendimentos, encontram-se consensos. Primeiro, de que a pós-verdade é um fenômeno em larga expansão devido à internet, principalmente a partir das redes sociais digitais; segundo, de que é nocivo e representa graves riscos à democracia; terceiro, de que o jornalismo precisa se readequar para recuperar espaço na sociedade e um desses caminhos passa, obrigatoriamente, por um rigoroso trabalho de checagem de informações – ou de fatos, uma vez que se fala de *fact-checking*. Araújo (2020, p. 6, grifos do autor) complementa:



Também Kakutani (2019) realizou uma análise dos fatores que conduziram ao fenômeno da pós-verdade. Alguns dos fatores apontados por ela coincidem com aqueles listados por McIntyre. Mas ela acrescenta outros como a queda ou desvalorização da razão (um certo desdém pela razão, a valorização da “sabedoria da turba”, isto é, das pessoas comuns, em detrimento dos especialistas); as guerras culturais (desde a contracultura, a nova esquerda e o movimento pós-modernos, com uma apropriação populista por parte da extrema direita consagrando a ideia de subjetividade, acabando com a ideia de consenso); a cultura do narcisismo (“cultura do *moi*”, ideia de que todas as verdades seriam parciais); a própria desaparecimento da verdade (promovida por mentiras compulsivas ditas por líderes populistas e tidas como mais verdadeiras do que argumentos verdadeiros); déficit de atenção (pessoas que não leem os textos mas apenas as notícias, não prestam atenção na autoria, dando força a informações apócrifas – o que favorece a atuação de *trolls*); as chamadas “mangueiras da falsidade” (campanhas de propaganda de ódio em massa mobilizando amplos grupos a agirem de maneira irracional).

Zarzalejos (2017, p. 13) afirma que a política, os negócios e a sociedade como um todo, ao perderem a intermediação jornalística, perdem também um mecanismo de defesa contra a pós-verdade. O enfraquecimento da intermediação jornalística, derivado do descrédito que a instituição vem sofrendo, mina a relação dos indivíduos com a verdade. Um jornalismo compromissado a verdade, por mais enviesado que seja pelos discursos políticos devido aos atravessamentos dos interesses políticos, econômicos e corporativos ou, ainda pelo *habitus* profissional consolidado, apresenta, por dever, uma qualidade questionadora e crítica fundamental para a organização social. Essa característica bate à mesma porta que a pós-verdade e disputa espaço com as emoções e as crenças na estruturação da memória coletiva.

Em 2016, uma reportagem de *The Economist* sobre pós-verdade apontou que ainda nos anos 1990 o termo já era usado para descrever o fenômeno do modo como é percebido atualmente. Em síntese, referia-se a um tipo de manipulação da opinião pública a respeito de determinadas pautas, como as mudanças climáticas, a partir de uma estratégia de pôr em dúvida as afirmações científicas. A matéria afirma também uma máxima que pode ser tida como unanimidade para os especialistas em Comunicação: o que possibilita a ameaça da pós-verdade é a perda de confiança nas instituições e a mudança na forma como o conhecimento do mundo chega às pessoas. Em consonância com a afirmação de Wardle e Derakhshan (2017) supramencionada, *The Economist* alerta que a popularidade das redes sociais digitais trouxe problemas à tradicional figura jornalística do *gatekeeper*: agora, qualquer um pode publicar<sup>85</sup>.

---

<sup>85</sup> Graves (2013, p. 12) discute a interação entre as mídias e afirma que uma das consequências é a mudança do que é considerado notícia. Sobre isso, o autor reflete o quão complexo pode ser o ato de filtrar o que deve se tornar notícia (*news gathering*). Conforme o pesquisador, a interação entre tipos diversos de veículos e formatos afeta mais do que a forma como as notícias viajam: interfere também no que se torna notícia. Uma consequência, segundo ele, verifica-se nos veículos tidos como “de elite”, forçados a se concentrarem em questões populares que teriam ignorado a princípio.

*The Economist* também citou um estudo com um grupo de estadunidenses divididos entre liberais e conservadores. O estudo descreve um fenômeno apontado como *backfire effect*, que pode ser traduzido em português pela ideia representada na expressão “o tiro saiu pela culatra”, ou seja, quando o resultado de algo é o efeito contrário ao que era esperado. O experimento distribuiu aos participantes notícias de jornais que apresentavam informações erradas, falsas ou equivocadas sobre a existência de armas de destruição de massa no Iraque e, também, notícias que corrigiam essas informações. A tendência de resposta dos liberais atendeu às expectativas dos pesquisadores na comprovação da tese de que os indivíduos expostos às correções concordavam menos com as informações equivocadas. No entanto, entre os conservadores, o efeito foi o contrário. Observou-se maior convicção na afirmação de que o Iraque possuía os armamentos.

O fator sobre o qual a informação atua é psicológico. Conforme a reportagem menciona, as pessoas tendem a aceitar como verdadeiras as informações que lhes parecem familiares e a evitar fatos que lhes forcem a pensar mais.

Dado esses preconceitos, é um tanto surpreendente que as pessoas possam concordar com os fatos, principalmente na política. Mas muitas sociedades desenvolveram instituições que permitem algum nível de consenso sobre o que é verdade: escolas, ciência, sistema legal, mídia. Essa infraestrutura produtora de verdade, porém, nunca chega perto da perfeição: ela pode estabelecer como verdade coisas para as quais há pouca ou nenhuma evidência; é constantemente vítima de abusos por parte daqueles a quem concede privilégios; e, crucialmente, é lenta para construir, mas pode ser rápida para ser quebrada (THE ECONOMIST, 2016, tradução própria)<sup>86</sup>.

Bennett e Livingston (2018) também são autores que procuram entender o processo comunicacional no caso da difusão da desinformação nas sociedades democráticas. Para eles, o avanço da desinformação está diretamente associado à queda de confiança da população nas instituições democráticas, principalmente a imprensa e a política. Os autores relatam como uma narrativa sobre um ataque terrorista inexistente acabou sendo usada pelo então presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, em um discurso em 17 de fevereiro de 2017; uma narrativa da qual se sucederam outros eventos políticos e midiáticos turvos: Trump, inspirado por uma reportagem sobre um documentário a respeito de imigrantes na Suécia exibida pela *Fox News*, afirmou, em um comício político: “Vejam o que aconteceu na Alemanha, vejam o que

---

<sup>86</sup> No original, em inglês: “Given such biases, it is somewhat surprising that people can ever agree on facts, particularly in politics. But many societies have developed institutions which allow some level of consensus over what is true: schools, science, the legal system, the media. This truth-producing infrastructure, though, is never close to perfect: it can establish as truth things for which there is little or no evidence; it is constantly prey to abuse by those to whom it grants privileges; and, crucially, it is slow to build but may be quick to break” (Yes, I’d lie to you. *The Economist*, 10 set. 2016. Disponível em: <<https://www.economist.com/briefing/2016/09/10/yes-id-lie-to-you>>. Acesso em: 16 out. 2020).

aconteceu na noite passada na Suécia. Suécia, quem diria – eles deixaram muitos entrarem e agora têm um monte de problemas que nunca pensaram serem possíveis”<sup>87</sup>. Trump se referia a um ataque terrorista em Estocolmo. O detalhe é que não havia acontecido nenhum ataque na Suécia. Inclusive, o conteúdo do documentário foi contestado pelas autoridades suecas, que também questionaram o presidente estadunidense sobre a declaração. Trump se esquivou. Disse que comentava sobre algo que havia assistido em um canal de notícias. Alguns dias depois, o canal de televisão *Fox News* exibiu em um de seus programas uma entrevista com um suposto conselheiro de defesa e segurança nacional do país escandinavo.

Novamente, no dia seguinte, a imprensa sueca desmentiu o caso. Mais que isso, disse ainda que tal fonte não era conhecida nos círculos militares e de segurança do país – o suposto especialista entrevistado na *Fox News* era, na verdade, um ex-presidiário usando nome falso:

Em suma, ao usar um pseudônimo, um verdadeiro ex-presidiário *qua* falso especialista em segurança apareceu no programa de O'Reilly na Fox News, então [o programa] com melhor audiência, para confirmar alegações de estupro e outros crimes em maioria fabricadas (BENNET; LIVINGSTON, 2018, p. 123, tradução própria<sup>88</sup>).

Outro exemplo que Bennett e Livingston (2018) apresentam é o episódio de contestação da nacionalidade do também ex-presidente dos Estados Unidos, Barack Obama. À época da sua primeira campanha para o cargo, em 2009, Obama teve a nacionalidade posta em dúvida. Esse boato foi desmentido pela Casa Branca. A comprovação não foi suficiente e a história permaneceu gerando discussões sobre a possibilidade constitucional de Obama assumir o cargo para o qual foi eleito. Tanto que, em 2011, uma versão completa da sua certidão de nascimento foi divulgada pelo governo dos Estados Unidos.

Bennet e Livingston (2018, p. 124), ao relatarem essa história, afirmam que o mundo da desinformação é um mundo ao avesso, de efeitos atordoantes. Eles reproduzem o trecho de uma coluna de Anne Applebaum, colunista do *The Washington Post*, capaz de resumir o que chamam de “cadeia de fabricação” do evento:

Um filme falso inspirou o presidente a citar uma crise imaginária, cuja existência foi confirmada por um falso especialista – e que agora inspirou outra equipe de televisão a tentar criar um crise real usando pessoas reais (em um bairro cheio de jornalistas

---

<sup>87</sup> Trump tenta justificar menção a ataque inexistente na Suécia. DW, 20 de fev. 2017. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/trump-tenta-justificar-menção-a-ataque-inexistente-na-suécia/a-37630644>>. Acesso em 11 mar. 2021.

<sup>88</sup> No original, em inglês: “In short, while using a pseudonym, a real ex-convict *qua* fake security expert appeared on O'Reilly's then top rated Fox News programme to confirm mostly fabricated allegations of rape and other crimes.”

reais e falsos) para fazer tudo parecer verdade (APPLEBAUM, 2017, tradução própria<sup>89</sup>).

A vizinhança citada por Applebaum, com jornalistas verdadeiros e falsos, refere-se a Rinkerby, um bairro de refugiados em Estocolmo onde, de fato, houve uma revolta. A menção à tentativa de se criar uma crise é porque jovens locais afirmaram a uma rádio dinamarquesa que jornalistas russos ofereceram suborno para que os jovens “mostrassem alguma ação”, de modo a encenar um conflito dois dias depois da revolta<sup>90</sup>.

No Brasil, há situações semelhantes. Anos atrás, ficou famosa a narrativa de que o filho do ex-presidente Lula, o empresário Fábio Luís Lula da Silva (Lulinha), seria sócio ou dono da indústria de alimentos JBS, detentora da marca de carnes Friboi. Conforme a revista Exame, a história ganhou força quando uma campanha publicitária da Friboi fez sucesso: “Na internet, mensagens pediam o boicote da marca ‘do filho do Lula’” (EXAME, 23 de jun. 2015). A revista menciona que o conglomerado JBS desmentiu a história, porém a *lenda* ainda persiste com a ajuda das redes sociais digitais junto a outros boatos envolvendo Fábio e o seu pai, tais como a propriedade da maior fazenda do mundo, de um jatinho e de um carro banhado a ouro<sup>91</sup>.

Bennett e Livingston (2018) destacam que essas narrativas que compõem episódios de desinformação seriam imediatamente descartadas há algumas décadas porque sequer passariam pelas barreiras do *gatekeeping* jornalístico. No entanto, atualmente, apesar das origens obscuras, essas histórias chegam à grande mídia e acabam por serem amplificadas. Algo que pode atingir proporção ainda maior quando a imprensa tenta impor uma checagem dos fatos para corrigir algo.

Tanto o caso de Trump quanto os casos de Obama e de Lulinha, apesar de os episódios chegarem a atingir um ar um tanto quanto anedótico tamanha a inconsistência dos relatos que não encontram correspondente empírico ou provas na realidade, o que preocupa é justamente o fato de que os enganos promovidos podem parecer críveis para quem consome o conteúdo,

---

<sup>89</sup> No original, em inglês: “A faked film inspired the president to cite an imaginary crisis, the existence of which was confirmed by a fake expert — and which now inspired another television team to try to create a real crisis using real people (in a neighborhood crawling with both real and fake journalists) to make it all seem true” (Sweden, immigrants and Trump’s post-Enlightenment world, The Washington Post, 12 mar. 2017. Disponível em: <[https://www.washingtonpost.com/opinions/global-opinions/sweden-immigrants-and-trumps-post-enlightenment-world/2017/03/12/97ea9c32-05b1-11e7-b1e9-a05d3c21f7cf\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/opinions/global-opinions/sweden-immigrants-and-trumps-post-enlightenment-world/2017/03/12/97ea9c32-05b1-11e7-b1e9-a05d3c21f7cf_story.html)>. Acesso em: 11 de mar. 2021.

<sup>90</sup> Rinkerby teens say Russian TV crew tried to bribe them. The Local SE, 6 de mar. 2017. Disponível em: <<https://www.thelocal.se/20170306/rinkeby-teens-say-russian-tv-crew-tried-to-bribe-them/>>. Acesso em: 11 de mar. 2021.

<sup>91</sup> Boato falso diz que ‘Lulinha’ comprou a ‘maior fazenda do mundo’. Estadão, 30 de jun. 2019. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/boato-falso-diz-que-lulinha-comprou-a-maior-fazenda-do-mundo/>>. Acesso em 13 de mar. 2021.

podendo justamente influenciar o direcionamento político das pessoas. Nos termos de Bennett e Livingston (2018, p. 124, tradução própria), “Resolver esses problemas requer mais do que apenas a verificação de fatos e esclarecimento de dúvidas e vai para questões mais profundas de reparação das instituições políticas e dos valores democráticos”<sup>92</sup>.

Os pesquisadores ainda questionam até que ponto uma determinada narrativa é algo apenas dúbio ou parte de um movimento maior de “desorientação absurda” (BENNETT; LIVINGSTON, 2018, p. 124). Analisar o percurso da narrativa, procurando identificar a sua origem e os seus principais propulsores pode ajudar a sanar essa dúvida. Mapear a evolução de um *tweet*, por exemplo, pode indicar que determinadas histórias – muitas delas, sem correspondente na realidade – são plantadas e compartilhadas por perfis robôs. Nesse sentido é que se observa o contexto da pós-verdade e o jornalismo político.

Acerca da pós-verdade, o cenário político e midiático do Brasil a partir de 2013 – o ponto de partida definido anteriormente – se estrutura em um contexto anterior, mais complexo e abstrato, imerso nesse fenômeno.

Sabe-se que as redes sociais digitais têm papel de grande importância na organização política devido ao alto poder de alcance e à facilidade na troca de informações, sendo praticamente impensável a realização de qualquer manifestação nos dias de hoje sem que pelo menos uma parte do planejamento passe por esse tipo de serviço. Porém, o escândalo de violação de dados promovido pela *Cambridge Analytica* trouxe à tona um outro lado: o papel fundamental das redes sociais digitais na coleta e no uso de informações fornecidas a todo momento, voluntariamente ou não, pelos seus usuários.

A *Cambridge Analytica*, que surgiu de uma parceria com um conglomerado de mineração de dados e de ciências comportamentais do Reino Unido em 2014 com objetivo principal de analisar o comportamento da população eleitoral dos Estados Unidos (TEITELBAUM, 2020), é um dos maiores casos de uso desse tipo de dados que se tem conhecimento. Quando da sua fundação, a empresa tinha como um dos seus principais articuladores Stephen Bannon, que foi uma espécie de *guru* do ex-presidente dos Estados Unidos, Donald Trump e, posteriormente, conselheiro da campanha que levou Jair Bolsonaro à presidência do Brasil. Bannon – àquela época, ele era diretor de uma página de notícias, a *Breitbart News* – tinha o interesse de promover o nacionalismo europeu a partir de estratégias midiáticas:

---

<sup>92</sup> No original, em inglês: “Solving these problems requires more than just fact-checking and setting the record straight and goes to deeper issues of repairing political institutions and democratic values”.

Eles desenvolviam técnicas para coletar uma quantidade surpreendente de dados sobre centenas de milhares de cidadãos, e seu alvo inicial eram os americanos. Usavam o Facebook e os dados do censo para obter informações sobre a situação financeira dos eleitores, suas tendências políticas e seus gostos culturais. Em posse de tais dados, podiam então classificar os perfis dos eleitores e testar métodos para encorajar e desencorajar pessoas a participar das eleições – ora direcionando propagandas específicas a determinados indivíduos, ora manipulando-os por meio de enquetes interativas enviesadas (TEITELBAUM, 2020, p. 60).

Conforme Teitelbaum (2020, p. 62), a estratégia de ativismo da *Cambridge Analytica* era bastante próxima do conceito de “metapolítica”, uma filosofia<sup>93</sup> que se apoia na crença de que “a cultura seria um motor mais poderoso do comportamento social do que a economia”, assim, fazer política implica em fazer campanha a partir da cultura em suas diferentes manifestações, do intelectual ao entretenimento, envolvendo artes, religião e educação (TEITELBAUM, 2020). O autor explica que a metapolítica procura estimular o radicalismo e deslegitimar fontes tradicionalmente tidas como confiáveis. Isso se dá sob duas metodologias: atuação nos canais culturais existentes ou criação de canais alternativos próprios. Isso porque percebem uma recusa generalizada de que a política de extrema direita tenha espaço no debate público. O uso das duas metodologias da metapolítica por Bannon revela um aspecto interessante de como as mídias digitais são usadas nos bastidores da política:

A Cambridge Analytica testava maneiras de se infiltrar nas esferas gerais da mídia (Facebook e Twitter, em vez de criar um portal alternativo), abarrotando a *timeline* dos usuários dessas redes sociais de massa com mensagens dissidentes. Ao mesmo tempo, o objetivo era tirar os indivíduos-alvo da corrente dominante (*mainstream*) e expô-los cada vez mais às mensagens feitas sob medida (como as da Breitbart) que deslegitimariam as fontes-padrão de informação e radicalizariam o apoio a uma dada causa política (TEITELBAUM, 2020, p. 63, grifos no original).

Quando se vinculam ações como essa recém descrita até aos usos mais corriqueiros das plataformas sociais, podemos ter uma noção da complexidade que carrega a resumida construção “uso das redes sociais digitais”. Teitelbaum (2020, p. 63) acredita que “as armas da metapolítica raramente produzem resultados quantificáveis”, mas a atuação de Bannon e suas empresas na campanha de saída do Reino Unido da União Europeia (*Brexit*)<sup>94</sup> e na campanha

---

<sup>93</sup> Explica Teitelbaum (2017) que a *Nouvelle Droite* (Nova Direita – escola ideológica inspirada no Tradicionalismo) vê no liberalismo e na sua agenda de igualdade uma ameaça à diversidade; compreendem o termo “igualdade” sob a perspectiva de que todos seriam iguais uns aos outros, não sob a noção de acesso igual à influência política. Acreditam que a Europa se encontre em um estado de alienação e subordinação aos Estados Unidos e à Rússia: “Como tal, a igualdade está destinada a homogeneizar, a mascarar e apagar o que a escola considera como a ‘pluralidade irreduzível’ da humanidade. As forças de igualdade são necessariamente imperialistas, absolutistas e totalitários. E, a Nouvelle Droite afirma que eles reinam na Europa hoje” (TEITELBAUM, 2017, p. 39, tradução própria).

<sup>94</sup> Nigel Farage, liderança do Partido de Independência do Reino Unido (Ukip, na sigla em inglês) descreveu o apoio de Steve Bannon como “a chave da vitória” no processo do *Brexit* (TEITELBAUM, 2020, p. 63). Farage é tido como personagem fundamental na saída do Reino Unido do bloco da União Europeia em 2016 (O papel crucial

de Donald Trump para a presidência dos Estados Unidos indicam que os resultados podem ser bastante sólidos.

É nesse contexto histórico e teórico percebo imerso o jornalismo político contemporâneo. Como poderá ser visto ainda neste texto, o jornalismo vem buscando meios para tentar impedir – ou, ao menos, frear – as investidas que vem sofrendo e causando gradativa redução do seu público. Trata-se de uma disputa que também é discursiva, de modo que se passa para a próxima etapa, isto é, para a etapa de formulação teórica da Análise Discursiva Argumentativa voltada ao jornalismo político, sob a qual se busca aceder às estratégias de enfrentamento à desinformação.

---

de Nigel Farage, político que nunca chegou ao Parlamento britânico, no 'Brexit': BBC News Brasil, 24 de jun. 2016. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-36590188>>. Acesso em 2 de mar. 2021).

### 3. ANÁLISE DISCURSIVA ARGUMENTATIVA COMO METODOLOGIA PARA ANALISAR O *ETHOS* DO JORNALISMO POLÍTICO

A tese se orienta de uma maneira que leio o *corpus* sob um contexto histórico, político e social. Por sua vez, a perspectiva da análise do discurso é permeada por aspectos que me fazem perceber todo o jornalismo como político. Esse é um recorte entre os inúmeros possíveis de se realizar para se atingirem os objetivos propostos. Sob algumas perspectivas da Psicologia, corre a noção de que as escolhas que fazemos são as únicas que poderíamos ter feito naquele determinado momento. Essa subjetividade é particular a cada pesquisador e, a mim, trouxe o tema do discurso sob a forte ideia de que as condições de produção são determinantes para *o que* esse discurso carrega e para *o que se pode* depreender dele. Orlandi (2015, p. 33) indica que “ao falarmos, o fazemos de uma maneira e não de outra, e, ao longo de nosso dizer, formam-se famílias parafrásticas que indicam que o dizer sempre podia ser outro”. Isso imprime um caráter simbólico e político à tese que, ao contrário de negar, julgo adequado demarcar, uma vez que fazer uso da análise do discurso é também assumir, como também diz Orlandi (2015, p. 36), que “todo dizer é ideologicamente marcado” sendo na língua, isto é, nas palavras do sujeito, que essa ideologia se materializa porque justamente “o discurso é o lugar do trabalho da língua e da ideologia”. Pontuo que a análise do discurso se encaixa como perspectiva válida na tese porque leva em consideração desde o processo e as condições de produção da linguagem até a relação entre quem diz e em quais condições se produz o dizer. Ancoro essa afirmação também em Orlandi (2015), que percebe o discurso como dependente do contexto, como uma orientação entre a linguagem e a sua exterioridade: o discurso é a língua produzindo sentidos e atribuindo significados *por* e *para* sujeitos.

O jornalismo, que para o senso comum é basicamente a transmissão de informações, é percebido sob a ótica do discurso como possuidor de características discursivas, imerso e formado por processos subjetivos, argumentativos e de identificação do sujeito (ORLANDI, 2015) que contribuem para uma forma de construção da realidade. Isso porque a materialidade e o simbólico são uno. É possível uma separação para fins de sistematização e análise, mas desconsiderar qualquer uma das partes torna a outra incompleta. Orlandi (2015) afirma que somos permanentemente comprometidos com os sentidos e com o político; da mesma forma, estamos permanentemente sujeitos à linguagem. Ela também é categórica ao afirmar que não há neutralidade e não há possibilidade de não interpretar.

Também Orlandi (2015, p. 17), em seu didático *Análise de Discurso*, recorda que esse é um campo de estudos que se constitui a partir de três disciplinas: a Linguística, o Marxismo



e a Psicanálise. Da Linguística, herda a não-transparência da linguagem. A ordem da própria linguagem faz com que não haja transferência direta entre ela, o pensamento e o mundo. Por parte do Marxismo, observa-se principalmente a questão do materialismo histórico. Tal qual como a Linguística, “há um real da história de tal forma que o homem faz história mas esta também não lhe é transparente” (ORLANDI, 2015, p. 17). A conexão com a Psicanálise indica a ideia de “deslocamento da noção de homem para sujeito” que “se constituiu na relação com o simbólico, na história” (ORLANDI, 2015, p. 17). Tomando por base esse caminho, não é possível desconsiderar as variantes da língua e da história quando da realização das interpretações. Mesmo que não haja intenção plenamente consciente ao se produzir um discurso, os termos que ele apresenta têm peso previamente consolidado:

As palavras não são só nossas. Elas significam pela história e pela língua. O que é dito em outro lugar também significa nas “nossas” palavras. O sujeito diz, pensa que sabe o que diz, mas não tem acesso ou controle sobre o modo pelo qual os sentidos se constituem nele. Por isso é inútil, do ponto de vista discursivo, perguntar para o sujeito o que ele quis dizer quando disse “x” (ilusão da entrevista *in loco*). O que ele sabe não é suficiente para compreendermos que efeitos de sentidos estão ali presentificados (ORLANDI, 2015, p. 30, grifos da autora).

Percebo uma aproximação entre essas colocações acerca do discurso com a noção de alocação impositiva de valores que Cook (2005) toma emprestado de Easton ao definir política – e que ajuda a constituir o que Cook compreende por jornalismo político – justamente por ser o discurso a ferramenta que permite que tal ação de transferência de valores seja exercida. De Easton, Cook (2005, p. 204) também assume a ideia de que política “envolve os conflitos sobre quem ou o que é impositivo e também sobre quais devem ser considerados os valores centrais da sociedade”, conjunto de noções que refletem no discurso. Sob outro ângulo, temos que “o discurso é condicionado às determinações históricas e linguísticas” e, “da mesma forma, a língua não é isenta de falhas em seus processos” (ORLANDI, 2015, p. 20). Assim, como indica Orlandi (2015), a análise do discurso contribui com a possibilidade de se compreender a produção de sentido dos objetos simbólicos – aqui, o discurso jornalístico – que se encontram investidos de significados *para e por* sujeitos.

Sob a perspectiva discursiva, lanço mão da análise argumentativa (AMOSSY, 2018c), pois a parcela do jornalismo abordada na tese considera o papel político dos editoriais, espaço de argumentação crucial no convencimento do leitor e espaço de materialização do posicionamento dos veículos jornalísticos em discurso. É por meio da análise argumentativa que procuro realizar o refinamento do dispositivo teórico em dispositivo analítico (ORLANDI, 2015), definido pela natureza do material de análise e pela finalidade desta.

Dessa forma, constitui-se a Análise Discursiva Argumentativa, uma proposta de abordagem híbrida que soma a análise do discurso à análise argumentativa sob a premissa de que o jornalismo enquanto ator político, isto é, enquanto entidade que busca distribuir seus valores à sociedade, expressa-se a partir de argumentos operacionalizados no discurso. Híbrida também porque se vale de programas de computador para análises qualitativas de texto (tópico que será explorado adiante).

No escopo do discurso, cabe um esclarecimento. Definir tal abordagem como híbrida pode suscitar, inicialmente, a ideia de contradição, pois se percebe a análise argumentativa como uma ramificação da análise discursiva. No entanto, há especificidades que são próprias da argumentação. É o que defende Amossy (2018a, p. 11) ao dizer que a análise argumentativa reivindica um lugar delimitado dentro da AD e ao afirmar que ela possui método próprio. Protocolo semelhante a este pode ser observado em Ribeiro (2020), sob a nomenclatura de Análise Argumentativa Persuasiva. No caso de Ribeiro, destaca-se a ação persuasiva pois se trata de uma investigação de campanhas eleitorais digitais, narrativa que se ancora, para além da análise argumentativa, na captação do auditório pelo fator emocional. Explica a autora que “a nomenclatura Análise Argumentativa Persuasiva se justifica, então, ao pensarmos que argumentação, intrínseca ao discurso político, é também tomada por elementos persuasivos, que são os condutores do discurso propagandista” (RIBEIRO, 2020, p. 89). O jornalismo, por sua vez, estabelece-se sob a premissa da credibilidade, isto é, daquilo que Charaudeau (2015a, p. 88) trata como “dizer o exato” ou, também nas palavras do linguista, na existência de “coincidência entre o que é dito e os fatos do mundo exterior à linguagem” – uma coincidência que pode ser verificada pela observação direta e pela ciência. Isso não impede que haja, como também afirma Charaudeau (2015a, p. 93), uma tensão entre os polos de credibilidade e captação:

As mídias não ignoram isso, e seu jogo consiste em navegar entre esses dois polos ao sabor de sua ideologia e da natureza dos acontecimentos. Quando tiram partido de casos intermináveis, é porque se trata de uma oportunidade de descrever à exaustão acontecimentos do espaço público seguindo um roteiro dramático que se encerra invariavelmente com as eternas questões sobre o destino humano: “Como é possível?”, “Por que as coisas são assim?”, “Para onde vamos?”. Estamos diante do paradoxo do dado psicossocial que faz com que o processo cognitivo de compreensão de uma informação só possa desenvolver-se através do mecanismo psíquico que integra o saber a representações captadoras.

Defende Charaudeau (2015a) que a mídia busca encenar a informação de modo a realizar um apelo emocional fazendo uso do conhecimento que possui dos universos de crenças que circulam na comunidade sociocultural em que está inserida. Também segundo ele, a ação

política e o discurso político são indissociáveis de modo que qualquer enunciado pode adquirir sentido político a depender da situação ou, então, um enunciado aparentemente político pode ser usado para dizer coisas que não são políticas (CHARAUDEAU, 2015b). Isso corrobora que o político pode ser estudado pelo discurso e, de acordo com Charaudeau (2015b), também ressalta o forte caráter da situação de comunicação – e não o discurso por si – como definidora do que é político ou não.

Charaudeau (2015b) apresenta diferentes lugares de fabricação do pensamento político. São eles: um lugar de elaboração dos sistemas de pensamento, um lugar cujo sentido está relacionado ao próprio ato de comunicação e um lugar onde é produzido o comentário. É justamente sobre este último que se insere o discurso político percebido a partir dos editoriais jornalísticos. O linguista define:

O discurso político como *comentário* não está necessariamente voltado para um fim político. O propósito é o conceito político, mas o discurso inscreve-se em uma situação cuja finalidade está fora do campo da ação política: é um discurso a respeito do político, sem risco político (CHARAUDEAU, 2015b, p. 40, grifo do autor).

Acerca desse discurso, Charaudeau afirma que não se trata de um tipo que busca o engajamento direto, como é o caso do discurso militante, tradicionalmente mais inflamado. Ainda assim, não deixa de ser revelador da opinião daquele que comenta. Verificado em diversos ambientes, o discurso político como comentário emerge “com mais seriedade e espírito de análise” a partir dos jornalistas que comentam a atualidade política (CHARAUDEAU, 2015b, p. 41). Todavia, cabe uma ressalva: Charaudeau entende que o contrato de informação midiática ao qual os jornalistas estão submetidos não permite que esse comentário pertença ao campo da ação política nem que a própria opinião do jornalista se faça presente. Nas palavras dele, “é um discurso ‘como se’ o desafio fosse exprimir uma opinião política, embora ela não o seja realmente” (CHARAUDEAU, 2015b, p. 41). A visão de jornalismo político sustentada até aqui, bem como a forma como percebo a constituição dos discursos, não me permite compartilhar dessa distinção em tal nível. Todavia, a forma a forma como Charaudeau (2015b, p. 40) nomeia esse tipo de discurso (“discurso político como *comentário*”) sustenta de que se trata, sobretudo, de um discurso político. Dada a característica do jornalismo brasileiro de se estabelecer sob a premissa de poder moderador imparcial mesmo que os excertos de seus discursos indiquem o contrário, diria que se trata de um fazer político quase velado, mais lento e sutil que a militância engajada; um fazer político que age a partir da sedimentação dos enquadramentos lançados à sociedade e que constrói, dia após dia, consensos de modo a normalizar formas de percepção da realidade sob o filtro de determinados valores.

Interessa lembrar também outra distinção destacada por Charaudeau, a distinção entre o conceito político e a prática de política. Tratam-se de definições teóricas que descrevem o conceito político como “tudo que nas sociedades organiza e problematiza a vida coletiva em nome de certos princípios, de certos valores que constituem uma espécie de referência moral” e prática política como “mais particularmente à gestão da vida coletiva na qual estão implicadas diferentes instâncias (de governança e cidadania) que regulam suas relações mediante um jogo de poder e contrapoder” (CHARAUDEAU, 2015b, p. 44). Creio que não caiba, nesse momento, a articulação de cunho mais filosófico que essa distinção propõe. Reservo-me ao aspecto dialético que leva à percepção de reciprocidade: “a prática política não pode ser concebida sem os princípios do conceito político que a funda, e o conceito de política não teria razão de ser se não fosse colocado à prova pela prática política que, em contrapartida, o questiona” (CHARAUDEAU, 2015b, p. 45).

Os outros dois discursos políticos – como *sistema de pensamento* e como *ato de comunicação* – aparecem mais próximos do que se compreende comumente por um discurso desse gênero. Como sistema de pensamento, trata-se de um discurso que resulta da consolidação de opiniões e posicionamentos, algo de caráter ideológico bem definido. Já como ato de comunicação, o destaque é para os atores que participam da cena de comunicação política buscando influenciar opiniões, obter adesões, rejeições e consensos (CHARAUDEAU, 2015b, p. 40): “aqui, o discurso político dedica-se a construir imagens de atores e a usar estratégias de persuasão e de sedução, empregando diversos procedimentos retóricos”. Afirmo anteriormente que percebo o jornalismo como ator político e acredito que as técnicas recém mencionadas também figuram no objeto analisado nesta tese, porém, na perspectiva apresentada por Charaudeau, tal modalidade é protagonizada por atos que suscitem engajamento mais próximo da ação militante, entre as quais, ele cita comícios, debates, apresentação de *slogans*, reuniões, ajuntamentos, marchas, cerimônias e declarações televisivas.

Invariavelmente, qualquer um desses três tipos de discurso político culmina na afirmação de que este discurso “resulta de uma mistura sutil entre a palavra que deve fundar a política e a que deve gerir a política” (CHARAUDEAU, 2015b, p. 45) e remonta à ideia de que o discurso político

está intrinsecamente ligado à organização da vida social como governo e como discussão, para o melhor e para o pior. Ele é, ao mesmo tempo, lugar de engajamento do sujeito, de justificação do seu posicionamento e de influência do outro, cuja encenação varia segundo as circunstâncias de comunicação (CHARAUDEAU, 2015b, p. 42).

Culmina daí que a política é tanto guerra simbólica para o estabelecimento de relações de dominação quanto para a formação de pacto de convenção: “o discurso das ideias se constrói mediante o discurso do poder, o primeiro pertencendo a uma problemática de verdade (dizer o Verdadeiro) e o segundo a uma do verossímil (dizer ao mesmo tempo o Verdadeiro, o Falso e o Possível)” (CHARAUDEAU, 2015b, p. 46). O autor explica também que tal característica direciona os estudos sobre o discurso político para dois principais pontos: os conteúdos do discurso e os mecanismos da comunicação. Desses dois, o linguista percebe que foi conferida por muito tempo uma atenção maior ao *logos*, com foco para o conteúdo das proposições e para o valor dos argumentos em relação ao sistema de crenças em vigor onde circulam, em detrimento ao *ethos* e ao *pathos*, que direcionam o olhar à encenação e às estratégias persuasivas. Adverte ele, no entanto, que a análise do discurso político vem mudando de foco, do teor dos argumentos para a encenação e, assim,

A exemplo do discurso publicitário – e talvez também do midiático –, o discurso político mostra mais sua encenação que a compreensão de seu propósito: os valores de *ethos* e *pathos* terminam por assumir o lugar de valores de verdade (CHARAUDEAU, 2015b, p. 46, grifos do autor).

Sob a crença do jornalismo como ator político, sobretudo com a ênfase dada ao gênero editorial, creio também que as premissas do discurso político discutidas por Charaudeau podem ser aplicadas ao *corpus* da tese.

Para além, considero o *ethos* como mais um elemento definidor da particularidade do jornalismo político. Por isso, percebo a necessidade de destacar o *ethos* porque afirmo que o jornalismo político detém também o *status* social de ator político e, como tal, é um locutor ativo. Penso, portanto, que reconhecer o jornalismo como locutor é reconhecê-lo como portador de um *ethos* próprio, dotado de singularidades em relação aos seus equivalentes – e, para usar os mesmos adjetivos de Maingueneau (2020), bem delimitados e estáveis.

Creio que seja válido revisar alguns termos-chave que compõem essa teorização, pois o ato de definir um espaço para o *ethos* do jornalismo político para cruzá-lo com a análise do discurso trouxe consigo a necessidade de delimitar alguns significados para as nomenclaturas usadas pelos autores em suas explicações. Nota-se que, por vezes, a ideia compartilhada por eles é a mesma, porém, as palavras acionadas diferem ou, como os próximos parágrafos mostram, essas mesmas palavras podem chegar a significar coisas diferentes conforme a aplicação. Por isso, antes de apresentar os principais aportes metodológicos (análise do discurso e argumentação no discurso), exponho uma revisão acerca dos termos que aparecem mais frequentemente empregados a partir deste ponto. Desejo que a orientação a seguir, longe de

querer confrontar as tradições teóricas há tanto consolidadas, sirva como suporte para o entendimento do raciocínio empregado nesta pesquisa.

### 3.1 JORNALISMO: SUJEITO ENUNCIADOR DO DISCURSO

Em se tratando de discurso, as palavras importam muito e, nesse caso, ainda mais, porque além de serem necessárias para explicar o processo pelo qual o *ethos* interessa à tese, também se referem a partes diretamente envolvidas na formulação discursiva. O que se segue nas próximas páginas é a tentativa de destacar uma entre várias definições para que sirva como denominador comum e oriente o leitor, evitando confusões com palavras tão polissêmicas: são elas a trinca *enunciação*; *enunciado* e *enunciador* (bem como o correlato deste, o *coenunciador*) e, ainda, os termos *locutor* (também o desdobramento deste, o *locutor-coletivo*) e *orador*. A definição é tomada sob a perspectiva da análise do discurso francesa – geralmente, em oposição à linguística – porque a abordagem de *ethos* na tese é orientada pela referida teoria. Ao apresentar uma definição desses termos, pretendo também aproximar teoria e objeto e, assim, encontrar um lugar em que este se encaixe dentro das reflexões acerca de um *ethos* do jornalismo político. Tenho no *Dicionário de Análise do Discurso* (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014) meu principal aliado nessa sistematização. Como explicam os seus autores, o problema não está somente na terminologia porque concerne também aos pressupostos das pesquisas. Tal como na elaboração dos verbetes do Dicionário, é preciso fazer opções e explicar a escolha de uma ou outra palavra, ato conscientemente arriscado pois é sabido que cada palavra carrega o peso de origens e de usos que remontam a séculos de pesquisas tão plurais quanto os seus significados:

A análise do discurso se apoia em uma longa tradição de estudos de textos, na qual a retórica, a hermenêutica literária ou religiosa, a filologia deixaram traços profundos, e sobre uma história mais curta, das ciências humanas e sociais, da psicanálise ou da filosofia (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 14).

O termo *enunciação* é classificado por Charaudeau e Maingueneau (2014) como um pivô que relaciona a língua e o mundo e, ao mesmo tempo, permite a representação de fatos no enunciado. Constitui a enunciação, por si mesma, um fato compreendido como acontecimento único no tempo e no espaço. Conforme os autores, busca-se definir o termo a partir de Benveniste (1974), para quem o ato de enunciação é um ato individual de utilização da língua e também para quem há uma distinção entre *enunciação* e *enunciado*, isto é, do ato e de seu

produto. Tal perspectiva leva à percepção de Ducrot (1984) sobre *enunciação*: trata-se do aparecimento de um enunciado, independentemente de qualquer autor.

A reflexão sobre a enunciação pôs em evidência a dimensão *reflexiva* da atividade linguística: o enunciado só faz referência ao mundo na medida em que reflete o ato de enunciação que o sustenta. Assim, as pessoas e o tempo do enunciado são selecionados em relação a sua situação de *enunciação*; desse modo, o enunciado possui valor ilocutório que ele “mostra” por meio de sua enunciação (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 193, grifos dos autores).

Enquanto que, para a linguística, *enunciação* trata do conjunto de operações que constituem um enunciado, para a análise do discurso, ela está relacionada à noção de acontecimento dentro de um contexto e sob os atravessamentos das dimensões sociais e psicológicas em um interdiscurso. Nessa perspectiva, a enunciação adquire centralidade e é subdividida em dois níveis: o local e o global. No primeiro, estão as marcações de discurso citado, bem como as de reformulações e de modalidades, entre outras, que permitem comparar posicionamentos e caracterizar gêneros de discurso; na segunda, é onde se define o contexto dentro do qual o discurso se desenvolve: “nesse nível, pensa-se em termos de cena de enunciação, de situação de comunicação, de gênero de discurso...” e, concluem os autores em defesa do discurso que “em se tratando de análise do discurso, não é possível, efetivamente, contentar-se com uma definição estritamente linguística da enunciação como colocação em funcionamento individual da língua” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 195).

O termo *enunciado* também é polissêmico, ainda que concentrado em dois núcleos principais que põem frente à frente linguística e discurso. No caso da linguística, é abordado como sequência verbal e, no discurso, “como produto do ato de produção”, isto é, em oposição à enunciação (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 195). Ainda, dentro da dicotomia entre linguística e discurso, na primeira, o enunciado pode ser pensado como termo primitivo, algo mais genérico que as definições de “palavra”, “frase” e “morfema”; por sua vez, sob a sintaxe, é descrito em oposição à “frase”, sendo o enunciado “uma sequência verbal *investida de sentido e sintaticamente completa*; e a *frase*, como um tipo de enunciado, aquele que se organiza em torno de um verbo” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 196, grifo dos autores); e, em resumo, sob o ponto de vista pragmático, como sentido (em oposição à “significação” ou à “frase”). Em outra perspectiva, os autores indicam que *enunciado* pode ser compreendido em um termo transfrástico, como qualquer sequência verbal que constitui um determinado gênero de discurso, por exemplo, um texto jornalístico, um romance, uma conversação, um artigo de opinião, um manual de instruções, entre outros, ou, sob o âmbito da linguística textual, em oposição a texto – sendo o enunciado um objeto material, empírico,

observável e descritível (oral ou escrito) e o texto, abstrato a ser pensado dentro de uma teoria que explique a sua estrutura (ADAM, 1992 *apud* CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014).

Para a análise do discurso francesa, Charaudeau e Maingueneau (2014) mencionam a oposição entre discurso e enunciado definida por Guespin (1971, p. 10 *apud* CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 196), em que “enunciado é a sucessão de frases emitidas entre dois brancos semânticos, duas pausas da comunicação; o discurso é o enunciado considerado do ponto de vista do mecanismo discursivo que o condiciona” e complementa: “olhar um texto sob a perspectiva de sua estruturação ‘em língua’ permite tomá-lo como enunciado; um estudo linguístico das condições de produção desse texto possibilita considerá-lo um discurso”. Ainda, os autores retomam a definição conforme Foucault em *A arqueologia do saber* (1969b, p. 114-115 *apud* CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 197), onde há uma reflexão filosófica acerca do *enunciado* na análise do discurso que levanta um significado dúbio, conforme segue:

O enunciado não é uma unidade do mesmo gênero que a frase, a proposição ou o ato de fala [...]. Em seu modo singular de existência (nem absolutamente linguístico nem exclusivamente material), ele é indispensável para que se possa dizer se há ou não frase, proposição, ato de fala, e para que se possa dizer se a frase é correta (ou aceitável, ou interpretável), se a proposição é legítima e bem formada, se o ato de fala está conforme os requisitos e foi bem efetuado [...]. Trata-se de uma função de existência que pertence intrinsecamente aos signos e a partir da qual se pode decidir, em seguida, pela análise ou pela intuição, se eles “fazem sentido” ou não, segundo qual regra eles se sucedem ou se justapõem, de que eles são signo e qual espécie de ato de fala se efetua por sua formulação (oral ou escrita) (FOUCAULT, 1969b, p. 114-115 *apud* CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 197).

Por sua vez, o termo *enunciador* tem uma definição ainda mais volátil que seus parceiros de mesmo radical porque mantém relações próximas com outras noções – a saber, locutor, sujeito e ponto de vista (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014). Trata-se de uma definição mais complexa, devido à sua relação com a subjetividade dos falantes e os demais estatutos ligados a ela – sujeito produtor do enunciado, sujeito organizador do dizer, sujeito responsável pelo ato de fala, sujeito fonte do ponto de vista, sujeito ponto de origem das ancoragens dêiticas ou sujeito oposto a outro sujeito na alteridade fundadora da troca linguística. Também, devido à possibilidade de se pensar em enunciador de duas maneiras opostas, sendo uma que remete cada um dos estatutos supramencionados a instâncias distintas e outra que congrega uma única instância compacta que pode ser chamada tanto de *locutor* quanto de *enunciador* ou de *sujeito falante*. “Na realidade”, dizem os autores, “os linguistas adotam posições intermediárias que se distribuem entre esses dois polos” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 197). Enunciador e sua subjetividade são divididos em locutor-L e locutor-λ a partir da definição teórica de Benveniste, que divide o “eu” que enuncia um



discurso que contem esse “eu” em *eu enunciador*, equivalente a locutor e *eu como instância implicada pelo ato de enunciação* e que não existe fora desse ato (1966, p. 252 *apud* CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 198).

Ademais, é possível que as posições de enunciador e de produtor do enunciado coincidam, porém, pode haver variações – o que abre a possibilidade da distinção que faço adiante entre o enunciador *produtor físico* e o *enunciador virtual*, neste caso, um veículo de imprensa, uma marca ou nome que não possui figura humana:

Assimila-se comumente o enunciador àquele que diz *eu*, que ocupa, na interlocução, o lugar de produtor físico do enunciado. Essa assimilação, entretanto, tende a suprir uma distinção entre a situação de enunciação linguística – em que o enunciador é, por definição, o ponto de referência das coordenadas dêiticas do enunciado, bem como responsável por ele – e a situação de interlocução, em que são definidos os lugares de produtor do enunciado, de destinatário e de delocutado (=daquilo que fala o enunciado, para além dos enunciadores) (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 199).

Em sequência a isso, tratando-se de análise do discurso, Charaudeau e Mainguenu (2014) explicam que o termo *enunciador* pode aparecer tanto em um enunciado elementar quanto num conjunto de textos em um determinado gênero de discurso. Dizem eles que se deve considerar a complexidade da cena de enunciação e a sua indissolubilidade. O enunciador, nesse caso, refere-se tanto a uma instância da situação de enunciação linguística quanto a uma instância ligada ao gênero de discurso e, por vezes, também a uma instância ligada à cena de fala instituída pelo próprio discurso.

Outra questão dentro dessa revisão terminológica parte de Charaudeau, que, em uma perspectiva comunicativa da análise do discurso, distingue o enunciador em dois: um enunciador interno ao dito e um locutor externo ao dito. Essa divisão proporciona que se pense em dois espaços e em quatro sujeitos do discurso: no nível situacional, tem-se o espaço externo correspondente aos dados da situação de comunicação, onde se encontram os “parceiros do ato de comunicação” (sujeito comunicante e sujeito interpretante) e; no nível discursivo, tem-se o espaço interno correspondente à discursivização enunciativa, onde estão os “protagonistas da cena enunciativa” (sujeito enunciante ou enunciador e sujeito destinatário) (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 200). Esse sujeito enunciante ou enunciador é o ser de enunciação (ou de fala) que se constitui pelo ato de enunciação do sujeito comunicante. Ele está, portanto, dentro da encenação do dizer e pode apresentar variações na identidade enunciativa que o sujeito comunicante dá a si mesmo conforme mudam os papéis assumidos em função tanto da situação quanto dos propósitos estratégicos desse sujeito comunicante (CHARAUDEAU;

MAINGUENEAU, 2014). O que Charaudeau e Maingueneau (2014, p. 201) procuram deixar às claras é que, apesar de haver uma tendência de se empregar preferencialmente a categoria “enunciador” para a instância relacionada à situação construída pelo discurso e não pela instância de produção verbal (a pessoa física, sujeito de “carne e osso”), tal distinção ainda não está totalmente consolidada na literatura. Todavia, eles defendem que, “de todo modo, o enunciador não deve ser apreendido como um ponto fixo e compacto que seria um simples suporte para o dizer” porque “o enunciador é, a um mesmo tempo, a condição e o efeito da enunciação” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 201).

Acerca do *coenunciador*, Charaudeau e Maingueneau (2014, p. 155) o definem como um termo de manejo complexo. Primeiro, porque quando mencionado no plural (*coenunciadores*), pode significar mais de um destinatário ou um dos dois interlocutores envolvidos no ato; segundo, porque pode oscilar entre a interpretação de coenunciador como “alocutário”, isto é, “o destinatário presente na situação de comunicação” – e isso se liga a uma perspectiva interacionista de discurso enquanto construção coletiva – e uma posição abstrata correlativa à posição do enunciador – uma alteridade necessária à enunciação. Os autores lembram que ainda é possível pensar o coenunciador a partir do quadro de uma linguística da enunciação segundo a proposição de que *coenunciador* é correlativo de *enunciador* (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 155, grifo dos autores): nesse caso, a ideia é destacar que a enunciação se trata, na verdade, de uma coenunciação porque ambos envolvidos desempenham uma função ativa, portanto, “empregado no *singular*, esse termo designa o lugar do destinatário; empregado no *plural* designa os dois parceiros da comunicação verbal”.

Charaudeau (1988 *apud* CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014) busca evitar essa confusão ao inserir na linguística da comunicação a expressão *sujeito destinatário* (intra locutor), que é construído no ato de enunciação do locutor. O sujeito destinatário está relacionado ao sujeito enunciante (enunciador). Juntos, eles se opõem ao emissor (sujeito comunicante) e ao receptor (sujeito interpretante).

Na esteira de coenunciador, também cabe definir *alocutário* que, nas análises de conversações e interações verbais, relaciona-se ao destinatário – desde que este esteja engajado na troca comunicacional em questão. Assim, o termo *alocutário* se refere ao que Goffman nomeia como “destinatário direto”, isto é, aquele que o locutor atribui um lugar, estando em oposição ao “destinatário indireto”, que não está designado na interação (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 156): “para o analista, a determinação dessas configurações interlocutivas é guiada pela observação do sistema de alternância dos turnos de fala e pela produção dos reguladores”, situação que pode vir a inserir outras complexidades ao tema – mas

que acredito não ser necessário ampliar aqui, pois remetem às situações de troca conversacional ou de comunicação interpessoal. *Alocutário*, portanto, aproxima-se da ideia de *ouvinte*, cuja definição mais simples trata como um receptor em situação de comunicação oral que basicamente ouve o locutor sem tomar a fala. O termo *ouvinte*, por sua vez, está paralelamente ligado a *auditório*, percebido este, em Goffman, como o coletivo daquele (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014).

Cabe destacar que a definição recém apresentada se diferencia do uso dos mesmos termos na retórica da argumentação, onde *ouvinte* e *auditório* possuem um sentido particular, de modo que *auditório* é um termo correlato a orador na retórica antiga, que designa os polos de produção (orador) e recepção (*auditório*) no quadro participativo específico da retórica clássica (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 158). Nesse caso, o *auditório* é um conjunto de ouvintes fisicamente presentes aos quais se destina a interação persuasiva do orador. Na *Nova Retórica* de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), o *auditório* está subdividido em particular e universal, sendo o *auditório* universal definido como “a garantia da racionalidade do discurso e a fonte de seu caráter não simplesmente persuasivo, mas convincente” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 158), assumindo um caráter normativo dentro da argumentação objetiva.

Outros dois termos não menos importantes são *locutor* e o recém mencionado *orador*. Acerca de *locutor*, originalmente, trata-se da pessoa que fala, aquela produtora de um ato de linguagem em uma comunicação oral, colocando-se em oposição ao interlocutor. Charaudeau e Maingueneau (2014, p. 310) explicam que, no geral, o termo não é empregado para designar aquele que escreve, no entanto, pode ser considerado pelos linguistas tanto o sujeito falante em geral quanto o sujeito que tem a iniciativa do ato de comunicação, bem como o sujeito falante exclusivamente em situação de comunicação oral: “a definição desse termo está ligada ao modo de conceber o ato de comunicação”, sendo tratado como *emissor* quando externo ao ato de enunciação ainda que ligado a ele como *enunciador* quando dentro do ato de enunciação.

Na intenção de deixar as definições mais precisas, Ducrot apresenta uma distinção, em diferentes níveis, entre *sujeito falante*, *locutor* e *enunciador*, ou seja, entre o autor empírico e produtor do enunciado, mas externo a ele; o ser tido como responsável pelo enunciado conforme o próprio sentido deste e; um ser de enunciação que determina o ponto de vista de apresentação dos acontecimentos. Por sua vez, Charaudeau, conforme mencionado anteriormente, esquematiza seu raciocínio a partir de uma divisão em dois espaços – interno e externo – sob a oposição entre *locutor/ emissor* e *destinatário/ receptor*. O *locutor* é, para Charaudeau, externo ao ato de enunciação, também considerado o sujeito comunicante que tem posse da palavra. No

outro extremo, está o interlocutor (ou sujeito interpretante), que exerce o papel de receptor e que interpreta a comunicação que lhe é endereçada e, continuando, “por oposição, o enunciador é o ser de fala que está presente (ainda que se apagando) nos enunciados produzidos” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 311).

*Orador* se define principalmente sob a perspectiva da retórica, sendo que na retórica antiga, o orador é tido como aquele que detém um conhecimento de seu auditório, ao qual se dirige a partir de estereótipos que possam ser reconhecidos por este (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014). Por sua vez, para Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), orador é aquele que possui as qualidades necessárias para tomar a palavra e ser ouvido. Estando autorizado a falar – autorização essa que pode variar dependendo da situação – o orador estabelece vínculo com seu auditório: “em matéria de retórica, parece-nos preferível definir o auditório como *o conjunto daqueles que o orador quer influenciar com a sua argumentação*. Cada orador pensa, de uma forma mais ou menos consciente, naqueles que procura persuadir” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 22, grifos dos autores). Com a imagem do auditório, o orador faz uso de uma série de condicionamentos para exercer a sua influência – música, luz, posicionamento, direção de cena, técnicas posturais e vocais, etc. –, sendo o discurso um dos principais meios de condicionamento do orador sobre o auditório.

Por fim, fechando essa sequência, há o *locutor coletivo*, que tem contextualização de origem marxista-gramsciana bastante enraizada segundo analisam Charaudeau e Maingueneau (2014). Conforme eles, o termo se refere a autores de discursos dos partidos, sindicatos ou outras formas de grupos organizados que podem ser considerados como representativos do grupo como um todo. Pode ser considerado também o discurso individual quando pronunciado por um porta-voz desses coletivos. Os discursos do locutor coletivo congregam marcas que permitem distingui-los entre diversos outros tipos e estão geralmente atrelados à política, a exemplo dos discursos sindical, comunista, patronal, entre outros. *Locutor coletivo*, nota-se, está associado ao produto, ou seja, ao discurso, não às suas condições de produção. A analisar por essa perspectiva, tem-se uma noção polifônica, pois trata-se de um discurso que emerge do coletivo:

*As situações de trabalho* oferecem numerosos exemplos desse tipo, em que uma verbalização comum está para ser produzida, e não apenas no domínio da reivindicação. As diversas reuniões de trabalho com a finalidade de analisar a situação, as reuniões orientadas em direção às decisões permitem, assim, selecionar os diversos meios pelos quais o grupo se constitui ou não locutor coletivo, pois a copresença não é suficiente para constituir o coletivo. Interessa, então, fazer emergir os saberes partilhados, as contribuições de progressão temática, a circulação das formas e das palavras, as sustentações, as coenunciações, os acontecimentos

linguísticos provenientes dessa inteligência coletiva (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 312, grifos dos autores).

Passa-se de um uso mais político em sua origem para uma possibilidade de generalizar o uso do termo em demais situações, quando o discurso representa mais que um único locutor.

Acredito, que esse *locutor coletivo* pode ser pensado como o responsável pelo discurso em foco na tese porque se tratam de editoriais, textos que agregam perspectivas de diferentes fontes humanas diretas (as pessoas de fato por trás da escrita) e indiretas (quando se trata mais de uma questão de posicionamento ideológico da empresa, geralmente atravessados por questões econômicas e políticas).

Além disso, os termos compilados nesta seção permitem notar aproximações e distanciamentos entre eles conforme a vertente teórica acionada e alguns, inclusive, permanecem com diversas interpretações mesmo dentro de uma única teoria. Por isso, parece-me necessário determinar um entendimento que, longe de querer consolidar o uso generalizado dos termos, orienta a compreensão que se deve ter deles na tese.

Oriento o uso dos termos de forma que a *enunciação* é compreendida como o aparecimento do *enunciado*, sendo este carregado de valores ao dizer algo. Nesse sentido, ele funciona como um acontecimento discursivo que se materializa na figura do enunciado, que passa de texto a discurso a partir do estudo de suas condições de produção e de seus sentidos<sup>95</sup>. A multiplicidade de conceitos que permeia o termo *enunciador* também exige um recorte. A opção é por seguir desde a proposta de Benveniste, que subdivide enunciador em locutor-L e locutor-λ (o primeiro enquanto locutor externo que se faz presente no discurso e o segundo como locutor que só existe em função do discurso) sob a regência de uma cena enunciativa e correlativo a *coenunciador*. Acerca do *locutor*, há de se considerar também que, segundo Charaudeau, *enunciador* é a denominação que recebe o locutor dentro do ato de enunciação e *emissor*, quando o locutor está fora do ato enunciação. O *coenunciador*, por sua vez, assume a condição de *alocutário* (destinatário que pode também ser dividido em dois segundo a perspectiva de Charaudeau: *sujeito destinatário* e *sujeito interpretante*) porque se trata de uma análise cujo exercício do discurso é percebido unilateralmente, isto é, do veículo de

<sup>95</sup> Charaudeau e Maingueneau (2014, p. 169, grifos e aspas dos autores) apresentam diversos termos em oposição ao discurso, por exemplo, frase, língua, texto e enunciado. Aqui, interessam as últimas duas, sobre as quais eles explicam a) discurso versus texto: “o *discurso* é concebido como a inclusão de um *texto* em seu contexto (= condições de produção e de recepção” e; b) discurso versus enunciado: “próxima da precedente, essa distinção permite opor *dois modos de apreensão* das unidades transfrásticas: como unidade linguística (“enunciado”) e como traço de um ato de comunicação sócio-historicamente determinado”, de modo que um texto, ao ser observado em sua estruturação “em língua” é um enunciado e o estudo linguístico das condições de produção desse texto faz dele um discurso.

comunicação para o leitor. Acrescento que essa percepção unilateral se dá para fins de análise apenas, pois como afirma Adam (2018), lembrando Bakhtin e Bourdieu, o discurso pode ser aparentemente monológico, mas é essencialmente dialógico.

A partir dessas definições, parece-me adequado também usar o termo *orador* como referência à figura genérica que se posiciona frente ao grupo-alvo do discurso, tentando persuadi-lo enquanto seu auditório a partir de uma perspectiva estereotipada ou pré-concebida daquele para com este. Acredito que esse *orador* se aproxima também do conceito de *locutor* – podendo ser pensado como *locutor coletivo* dada a pluralidade por trás do discurso e, mais especificamente, de *locutor-enunciador*, pois interessa aqui a figura de um sujeito falante que se molda dentro do ato de comunicação. Lembrando ainda que esse locutor-enunciador é um termo que pode ser nomeado apenas como *enunciador* para Ducrot, sob o significado de *ser de enunciação* que determina o ponto de vista do discurso.

Portanto, *grosso modo*, *discurso* e *enunciado* se comportam, devido a delimitação do foco aqui definida, como sinônimos: partem de um mesmo texto e o que os diferencia é o foco da análise, sendo o discurso relacionado ao estudo das condições de produção do texto e o enunciado referente à sua estruturação “em língua” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 169). Cabe acrescentar que, ao mencionar *discurso*, fala-se de algo produzido sob uma série de circunstâncias as quais Charaudeau e Maingueneau (2014, p. 170) nomeiam de “ideias-força”, a saber: a) o discurso supõe uma organização transfrástica; b) o discurso é orientado; c) o discurso é uma forma de ação; d) o discurso é interativo; e) o discurso é contextualizado; f) o discurso é assumido; g) o discurso é regido por normas; h) o discurso é assumido em um interdiscurso. De outra forma, a partir de Orlandi, pode-se afirmar que se trata de um produto que permite refletir como a linguagem é materializada na ideologia e como a ideologia se manifesta na língua: “o discurso é o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentidos por/para sujeitos” (ORLANDI, 1999, p. 15). Ainda, trato como equivalentes os termos *orador* e *enunciador*, eventualmente considerando também o termo *locutor* quando ele puder ser mantido sob a definição de *locutor-enunciador* já mencionada e em consonância com a ideia de *locutor coletivo*. Dessa forma, tem-se no discurso dos editoriais o orador/ locutor (locutor coletivo)/ enunciador como portador do *ethos* do jornalismo político.

Ainda que elementos do discurso já tenham sido introduzidos e abordados até agora, antes de passar efetivamente para a discussão acerca do discurso e da argumentação no discurso – fundamentais para a articulação teórica que constitui a Análise Discursiva Argumentativa –,

percebo uma última necessidade, que é a abordagem do *ethos*, pensando nele sob a perspectiva do jornalismo político e como resultado de uma construção discursiva.

### 3.2 *ETHOS* NO JORNALISMO POLÍTICO

O *ethos* pode ser abordado de diferentes formas. O que determina isso é o ambiente material no qual a enunciação intervém (MAINGUENEAU, 2020). Observar o *ethos* do jornalismo político orienta a abordagem e também permite fazer um registro histórico de um determinado momento. Tal como uma fotografia, o recorte do objeto denota à observação um caráter datado. Longe de ser um aspecto negativo, considero essas reflexões necessárias para o entendimento do nosso tempo.

O jornalismo vem perdendo características do seu formato há muito consolidado. Ainda que, por décadas, os manuais venham tentando perpetuar regras e condutas, a rapidez do ciclo da informação potencializada por um formato industrial e preocupado em responder aos anseios do público e às expectativas de lucro demanda da atividade profissional aperfeiçoamentos constantes desde o tratamento do acontecimento até a interação dos apresentadores e repórteres em nas redações, nos estúdios e nas externas. Reorganiza-se permanentemente o jornalismo; da mesma forma, reorganiza-se permanentemente o *ethos* porque este é elaborado a partir da forma como as variantes de registro linguístico, vocabular, planejamento textual e até apresentação pessoal do orador (nos casos em que há essa personificação) são percebidos pelo destinatário. Há de se considerar também que a cultura e, por consequência, a língua, são dinâmicas e o *ethos* se forma nesse ambiente aparentemente estável, mas, na verdade, bastante volátil que caracteriza a sociedade. Para além da mudança que já vinha acontecendo com o impacto das plataformas na imprensa, principalmente as de redes sociais (BELL; OWEN, 2017), e o cenário de instabilidade profissional que remete a uma “liquidificação” da atividade jornalística (CAMPONEZ, 2018), o campo se deparou com a obrigação de se adaptar a novas imposições, sobretudo sanitárias, no início da década de 2020 com a pandemia de Covid-19 e seu prolongamento nos anos seguintes.

Conforme Maingueneau (2020, p. 9), “estudar o *ethos* é se apoiar em um dado simples, intuitivo e coextensivo a todo uso da linguagem: o destinatário constrói uma representação do locutor por meio daquilo que ele diz e da sua maneira de dizê-lo”. Sob essa perspectiva, Maingueneau (2020, p. 13) também diz que há algumas ideias fundamentais que devem ser consideradas. A primeira delas é a de que o *ethos* se constrói discursivamente e por ser uma

noção discursiva, ou seja, não se trata de uma imagem do locutor exterior à fala porque integra a enunciação; segundo, o *ethos* é vinculado a um processo interativo, sofrendo influência de outros; terceiro, trata-se de uma noção híbrida que envolve fatores sociais e discursivos: “um comportamento social avaliado, que só pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação histórica e socialmente determinada”, portanto, repetindo a metáfora, para além do quadro da fotografia; da imagem congelada daquilo que está em foco. A situação é mais elaborada se os locutores têm presença constante na cena midiática. Quando os destinatários são mais conhecedores do orador, ocorre que o *ethos* “efetivo” é produto da interação de um *ethos* pré-discursivo, de um *ethos* discursivo (“mostrado”) e de um *ethos* “dito”, no qual a personalidade do locutor também se faz presente no texto (MAINGUENEAU, 2020, p. 12). Por isso, abordar a questão discursiva não exige de considerar o universo social e histórico como componentes de relevante interferência.

Maingueneau (2020, p. 41) afirma que desde a origem, o *ethos* confere uma visão de conjunto à enunciação mesmo permanecendo em segundo plano. Pensar no *ethos* em primeiro plano implica em submetê-lo a uma espécie de “processamento” que leva em consideração circunstâncias especiais pois se trata de algo duplamente discursivo “pelo fato de acompanhar todo uso do discurso, mas também porque o interesse a ele dedicado varia em função das condições de enunciação”. Também se deve considerar o estatuto do intérprete e do conjunto do dispositivo do qual o *ethos* é tomado, fatores que o tornam singular perante quaisquer demais *corpora* – neste caso, trata-se uma pesquisa acadêmica acerca do jornalismo político. Assim posto, há uma questão interpretativa que remete tanto ao contexto de produção do texto quanto ao contexto de análise do pesquisador; uma complexidade indissociável que envolve polo de enunciação e polo destinatário.

No caso dos veículos jornalísticos, tal qual as personalidades públicas, administrar o *ethos* é administrar uma imagem. Sob a minha perspectiva, o que Maingueneau (2020) discorre acerca das personagens políticas se encaixa também na construção da *persona* quando se trata de um veículo de comunicação – na tese, representado pelos três veículos que compõem o *corpus*:

a ‘imagem’ da pessoa condiciona a sua carreira. O problema é que essa imagem resulta da interação entre signos, de *ethos* mais ou menos controlado, produzido pelo indivíduo envolvido e os discursos produzidos a propósito de suas falas, especialmente para a mídia (MAINGUENEAU, 2020, p. 42, grifo do autor).



A diferença, aqui, é que o ator político é o veículo de imprensa e as falas não têm apenas um rosto específico, mas são a marca, o nome ou a empresa sob a qual o veículo está inscrito. Pode ser também, quando muito, o porta-voz escolhido para representá-las.

A aplicação do conceito de *ethos* na análise do discurso é relativamente recente considerando os mais de dois mil anos de existência do termo (MAINGUENEAU, 2020): é a partir dos anos 1980 que o *ethos* começa a fazer parte desses estudos, recebendo maior atenção a partir das pesquisas de Amossy (2018b), conforme o próprio Maingueneau reconhece. Presente teoria permite também que se pense no *ethos* para além da figura humana, pois reconhece a sua existência em outros ambientes. É nesse sentido que compreendo a explicação de Amossy (2018b) ao dizer que qualquer ato que envolver a tomada da palavra também implica na construção de uma imagem. Isso acontece independentemente de o locutor falar de si explicitamente ou não porque as pistas para se construir essa imagem estão invariavelmente na fala desse locutor. Retomando a retórica de Aristóteles, Amossy introduz a perspectiva de *ethos* relacionando este ao *jeito* de cada orador, isto é, à forma como ele demonstra ao auditório os traços do seu caráter visando causar impressões que lhes sejam favoráveis: é “a construção de uma imagem de si destinada a garantir o sucesso do empreendimento oratório (AMOSSY, 2018b, p. 10). Construir uma imagem de si é parte de uma estratégia retórica que articula locutor, enunciação e língua – e a subjetividade desta sob uma perspectiva interacional. Segundo Amossy (2018b, p. 12), “dizer que os participantes interagem é supor que a imagem de si construída no e pelo discurso participa da influência que exercem um sobre o outro”.

A pesquisadora menciona que até a publicação de *O dizer e o dito* por Oswald Ducrot, em 1984, nenhum autor havia unido a questão do *ethos* à enunciação ainda que relacionassem a figura do locutor à linguística, à retórica e ao enunciado. A interação era pensada a partir do esquema face a face e o linguista francês rompeu esse paradigma ao consolidar a perspectiva de enunciação como “a aparição de um enunciado, e não o ato de alguém que o produz” (AMOSSY, 2018b, p. 14). Ducrot, portanto, evita relacionar o termo a um sujeito falante tradicional. O foco passa ao *objeto* proveniente desse sujeito (o enunciado). Nesse ponto está diferenciação entre as instâncias internas do discurso e o sujeito empírico:

Essa distinção foi conceitualizada por Ducrot por meio do par **locutor-L/locutor-λ**, que se inscreve, por sua vez, no tripé **sujeito falante/locutor/enunciador**: o locutor-L “é o responsável pela enunciação considerado somente na medida em que tem essa propriedade; o locutor-λ, por outro lado, é ‘um ser do mundo’, ‘uma pessoa completa’ que possui, entre outras propriedades, aquela de ser a origem do enunciado (1984: 199). Essa dupla leitura da noção de enunciador é, ela própria ligada à dupla leitura de “situação de enunciação”, que designa, segundo os autores, a situação de comunicação ou um sistema de ancoragens abstrato (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 198, grifos dos autores).

Ainda, conforme Amossy:

A pragmático-semântica abandona o sujeito falante real para se interessar pela instância discursiva do locutor, mas o faz colocando radicalmente em cheque a sua unidade. Ela diferencia o locutor (L) do enunciador (E) que é a origem das posições expressas pelo discurso e é responsável por ele; ela [a pragmático-semântica] divide o locutor em “L”, ficção discursiva, e em “λ” [lambda], ser do mundo, aquele de quem se fala (“eu” como sujeito da enunciação e “eu” como sujeito do enunciado). Analisar o locutor L no discurso consiste não em ver o que ele diz de si mesmo, mas em conhecer a aparência que lhe conferem as modalidades de sua fala. É nesse ponto que Ducrot recorre à noção de *ethos* (AMOSSY, 2018, p. 14, grifos da autora).

Trata-se de um locutor que produz um discurso para um interlocutor e a posição do locutor está marcada na argumentação que esse discurso apresenta, de modo que se tem “a construção da argumentação como modo de enunciação do locutor” (BARBISAN, 2006, p. 34). Sendo o jornalismo político o locutor ativo em questão, interessa o *ethos* porque este está relacionado “não em ver o que ele [neste caso, o jornalismo] diz de si mesmo, mas em conhecer a aparência que lhe conferem as modalidades de sua fala”, de modo que se trata de “uma teoria que enfatiza a fala como uma ação que visa a influenciar o parceiro” (AMOSSY, 2018b, p. 15)<sup>96</sup>. Trata-se de focar na composição do discurso como um todo, deixá-lo *falar por si*, delegando a segundo plano os diversos fatores responsáveis pela sua formação – todavia, sem ignorá-los.

Amossy (2018b), na obra *Imagens de si no discurso*, original de 1999, procura oferecer uma perspectiva que converge diversos pontos de vista acerca do *ethos*. Uma delas parte de Ducrot: ao contrário da perspectiva de que o *ethos* não é discursivo, mas ligado à autoridade do orador, a pragmática contemporânea de Ducrot discorre que o *ethos* é justamente discursivo. Percebem-se pragmáticos e sociólogos em oposição. Por sua vez, Amossy (2018c) propõe, sob a égide da retórica, que essas são perspectivas complementares. Assim, autora recorre à nova retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca para abordar, nos termos dessa vertente teórica, como o orador se conecta ao seu auditório. O processo dialógico se estabelece dentro de uma situação comunicacional cuja argumentação é “o conjunto de meios verbais pelos quais um orador tenta provocar ou reforçar a adesão de um auditório às teses que ele submete ao seu assentimento” (AMOSSY, 2018c, p. 123). Para Amossy (2018c), trata-se de pensar além do discurso isolado. Diz ela que significa estabelecer uma troca verbal em um quadro que comporte regras próprias.

---

<sup>96</sup> Nota-se uma abordagem que aproxima a discussão da problemática da argumentação no discurso, assunto a ser abordado posteriormente.

Neste momento, importa saber que a “pragma-semântica”, como diz Amossy (2018c), considera que a argumentação está inscrita na língua, isto é, faz parte da lógica de encadeamento dos enunciados. E pensando em língua como parte de uma habilidade humana mais complexa – a linguagem, que é definida como “o mais importante sistema de sinais da sociedade humana”, cuja compreensão é fundamental para a “compreensão da realidade da vida cotidiana” (BERGER; LUCKMANN, 2014, p. 55) –, tem-se o princípio do desenvolvimento de uma infinidade de formas de transmissão e armazenamento de informações, como história oral, óperas, pinturas, fotografias, gravações em áudio e vídeo e, sobretudo, a escrita, faculdades humanas intrinsecamente ligadas à língua e aos constrangimentos por ela impostos.

A relevância do trabalho de Amossy (2018b) – reconhecida por Maingueneau (2020) em *Variações sobre o ethos* – encontra-se também no fato de ela apontar uma abordagem de *ethos* profissional, aspecto que interessa particularmente a esta tese. Acerca disso diz Maingueneau:

Há na sociedade práticas “metadiscursivas” que visam caricaturar o *ethos* verbal dessa ou daquela categoria social, ressaltando alguns traços [...]. Essas práticas atribuem aos indivíduos *ethos* ilusoriamente compactos, mas que eles se apoiam em uma realidade incontornável: os locutores falam em função de normas prevalecentes na comunidade na qual eles se encontram, e essas normas implícitas provocam, inevitavelmente, o aparecimento de rotinas específicas (MAINGUENEAU, 2018, p. 24, grifos do autor).

Ao revisar seus estudos acerca do *ethos*, Maingueneau (2020, p. 7, grifo do autor) destaca especificidades que o conceito assume perante à diversidade de gêneros e tipos de discurso: “o *ethos* não pode funcionar do mesmo modo num texto filosófico, numa peça de teatro, numa interação conversacional, num *site* ou num telejornal”. Acrescentando a abordagem do *ethos* profissional, a afirmação corrobora com a intenção de se pensar o *ethos* jornalístico como algo específico num universo de possibilidades porque “estudar o *ethos* é na realidade, estudar a enunciação em seu conjunto, mas sob certo ângulo” (MAINGUENEAU, 2020, p. 8). Maingueneau (2020, p. 12) diz ainda que o “simples fato de um texto resultar de um tipo, de um gênero de discurso e de determinado posicionamento ideológico induz expectativas em termos de *ethos*”. Assim, acredito que colocar tal afirmação sob a perspectiva do jornalismo político significa acionar maneiras específicas de dizer que ajudam da formação de uma imagem por parte do locutário – imagem esta que o locutário obtém a partir de uma interrelação com o locutor e seus discursos<sup>97</sup>. Trata-se de uma relação dialética em que o *ethos*

---

<sup>97</sup> Amossy (2018b) lembra que a ideia de eficácia da palavra estar ligada à autoridade do orador é verificada em diversas disciplinas, com a retórica, a pragmática e a sociologia dos campos. Diz também que colocar a autoridade pelo discurso e a autoridade pela posição social frente a frente é uma questão controversa. Isso faz com que ela

se liga ao locutor, ao seu estatuto e à sua legitimação pela fala (AMOSSY, 2018b). Essa legitimação é vicária do lugar de fala do locutor. Pontua Amossy (2018b, p. 17, grifo da autora) a partir de Maingueneau (1984, p. 100) que “a noção de *ethos* estabelecida pela análise do discurso encontra, assim, a sociologia dos campos, mas privilegia ‘o imbricamento de um discurso e de uma instituição’”. O *ethos* jornalístico, por exemplo, molda-se sob forte determinante dos dispositivos materiais e sociais próprios do seu campo e isso confere especial particularidade a ele. Desse modo, há necessidade de se considerar o lugar empírico do locutor no campo em que ele se situa (AMOSSY, 2018b), o que revela também que há uma articulação entre a análise do discurso e a sociologia dos campos relacionada ao *ethos*, sendo o *ethos* percebido enquanto componente do *habitus* trabalhado por Bourdieu designando condutas e posturas (*hexis* corporal) inconscientes e interiorizadas pelos profissionais que atuam no jornalismo.

Amparada na *Economia das Trocas Linguísticas* de Bourdieu, Amossy afirma que “o poder das palavras deriva da adequação entre a função social do locutor e seu discurso” e, desse modo, “o discurso não pode ter autoridade se não for pronunciado por uma pessoa legitimada a pronunciar-lo em uma situação legítima, portanto, diante dos receptores legítimos”; e conclui que essa é uma máxima que se aplica a todos os discursos que circulam na sociedade (AMOSSY, 2018c, p. 120). Nesse ínterim, a autora diz também que o *ethos* é determinante, mesmo que se considere o ponto de vista bourdieusiano de que ele não se trata de uma construção discursiva: “a eficácia da palavra não depende do que ela enuncia, mas daquele que a enuncia e do poder do qual ele está investido aos olhos do público” (AMOSSY, 2018c, p. 121), isto é, o *ethos* é a autoridade de qual o locutor goza perante seu público. Essa perspectiva em consonância com Bourdieu prega que a relevância está menos para aquilo que é dito do que por quem é dito, isto é, se o orador está legitimado para tal.

Pensar no imbricamento entre o discurso e a instituição é focar especificamente no que é dito no jornalismo sem esquecer que, a partir da sociologia dos campos, trata-se de um discurso inserido em contexto macro de trocas com os demais espaços da sociedade porque, como lembra Maingueneau (2018, p. 73), não é possível pensar qualquer acontecimento sob a perspectiva do discurso fora da sua configuração socio-histórica, isto é, a organização dos conteúdos e o modo de legitimação da cena discursiva são indissociáveis e pertencentes a um universo de sentido imposto tanto pelo *ethos* quanto pelo universo imaginário das ideias que

---

explora também se “o poder da palavra, fundado na autoridade do orador, é consubstancial à troca verbal” e se “o *ethos* deve ser considerado uma construção puramente linguageira ou uma posição institucional” (AMOSSY, 2018b, p. 120, grifo da autora).

orientam as maneiras de dizer e fazer dos indivíduos: “o poder de persuasão de um discurso decorre em boa medida do fato que leva o leitor a identificar-se com a movimentação de um corpo investido de valores historicamente especificados”. Refletindo sobre o contexto histórico que abre esta tese, não consigo dissociar essa perspectiva de estudo que une discurso e autoridade do orador devido a sua posição na sociedade do fato de que afirmações inconsistentes, inverídicas, difamatórias e conspiracionistas ganham destaque justamente devido à posição ocupada por aqueles que as proferem, sejam eles políticos, celebridades, religiosos ou profissionais da ciência. É justamente a autoridade da qual gozam que se sobrepõe ao discurso e torna plausível quaisquer que sejam os ditos, por menos aderentes que sejam a uma perspectiva racional.

Deve ser observado que Bourdieu realiza dois deslocamentos maiores em relação à filosofia da linguagem. O *dizer*, para ele, não pode ser um *fazer* se não na lógica da troca, e esta se dá por definição como uma interação social. Em outros termos, passamos dos *speech acts* às trocas simbólicas entre os participantes que são agentes sociais. Essa passagem implica que tomemos o discurso em uma dupla perspectiva, Primeiro, *interacional*: a eficácia discursiva não pode ser compreendida fora da troca entre os participantes. Em seguida, uma perspectiva *institucional*: essa troca é indissociável das posições ocupadas pelos participantes do campo (religioso, político, intelectual, literário) no interior do qual atuam (AMOSSY, 2018c, p. 121, grifos da autora).

O *ethos* está na enunciação, porém não é explícito no enunciado. Apresenta-se discursivamente a partir da união entre o que é exposto de formas explícita e implícita, ou seja, um *ethos* “mostrado”, perceptível na maneira de falar por exemplo, e um *ethos* “dito”, que se trata daquilo que o locutor diz de si mesmo enquanto enuncia. O *ethos* mostrado concerne à dimensão constitutiva de toda a enunciação. Por sua vez, o *ethos* dito – seja ele verbal ou não verbal – não se faz obrigatório. Todavia, distinguir entre o mostrado e o dito sugerido (ou seja, quando ele é não verbal) é “impossível” (MAINGUENEAU, 2020, p. 12), dada a homogeneidade entre eles. Outra concepção sobre o *ethos* envolve a questão do comportamento, no sentido de costumes, e tem a ver com as propriedades vinculadas ao locutor – é o *ethos* enquanto “noção”, algo próprio a um regime ou campo seja ele qual for (MAINGUENEAU, 2020, p. 11). Em relação à análise do discurso, Maingueneau (2018) explica que o *ethos* é parte constitutiva da cena de enunciação. Isso significa ter estatuto igual aos outros elementos, a exemplo do vocabulário e dos modos de difusão acionados para a enunciação.

O *ethos* do qual falamos aqui é, portanto, um *ethos* propriamente *discursivo*: o destinatário atribui a um locutor inscrito no mundo, fora de sua enunciação, traços que

são, na realidade intradiscursivos, pois associados à maneira com que ele está falando (MAINGUENEAU, 2020, p. 11, grifos do autor).

Apresenta-se uma aparente contradição, pois lembrando a vertente sociológica de Bourdieu, Amossy afirma que o *ethos* nada tem de discursivo e, agora, vê-se que Maingueneau expõe exatamente o oposto, aproximando-se da perspectiva pragmática que tem origem em Aristóteles. No entanto, trata-se de uma recuperação do conceito, pois Amossy (2018b) repensa justamente essas duas noções, indicando que elas podem ser complementares sob a retórica – que se relaciona com o ponto alto do seu trabalho, a argumentação. Por sua vez, Maingueneau (2018, p. 72) sugere uma reformulação do *ethos* em função da análise do discurso. Ele propõe que qualquer discurso escrito tem vocalidade específica e esta permite traçar uma relação a uma fonte enunciativa. Isso acontece por meio de um tom (termo que se encaixa tanto para o escrito quanto para o oral) que indica quem proferiu o discurso e que se dá mesmo que o discurso negue tal vocalidade. A vocalidade está relacionada ao corpo do enunciador – e o enunciador não deve ser confundido com o autor efetivo (o fiador). Por sua vez, o leitor constrói a figura enunciativa, que se trata de uma instância subjetiva, e esta se apresenta encarnada no papel de um fiador. Ora, no objeto desta tese não há um corpo, uma figura humana propriamente dita. Ainda que veículos de imprensa sejam controlados por famílias ou empresas e algumas projeções possam ser feitas a partir das figuras mais proeminentes dessas corporações, não há, de fato, uma corporalidade materializada nos termos de Maingueneau. Todavia, acredito que tal corporalidade possa transcender a figura do fiador, materializando-se em uma marca, um nome – o nome do jornal, por exemplo – porque o próprio autor explica que se trata de uma projeção imaginária. Soma-se a isso a questão da formação de um *ethos* jornalístico específico, baseado nos estereótipos culturais. É aí que adquire também uma corporalidade que engloba traços físicos e psíquicos constituintes de uma personagem: o orador.

O “fiador”, cuja figura o leitor deve construir com base em indícios textuais de diversas ordens, vê-se, assim, investido de um caráter e de uma corporalidade, cujo grau de precisão varia conforme os textos. O “caráter” corresponde a um feixe de traços psicológicos. Quanto à “corporalidade”, ela é associada a uma compleição corporal, mas também a uma forma de vestir-se e de mover-se no espaço social. O *ethos* implica assim um controle tácito do corpo, apreendido por meio de um comportamento global. Caráter e corporalidade do fiador apoiam-se, então, sobre um conjunto difuso de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas, de estereótipos sobre os quais a enunciação se apoia e, por sua vez, contribui para reforçar ou transformar (MAINGUENEAU, 2018, p. 72, grifos do autor).

Percebe-se que mesmo existindo um exercício de separação entre o sujeito falante real e o enunciador, eles são reunificados de certa forma a partir da ideia de incorporação. Não se

trata da imagem física do falante real, mas de uma vertente que extrapola a oposição empírica entre o oral e o escrito e se traduz em uma concepção encarnada do *ethos* que envolve “a adesão do sujeito ao universo configurado pelo locutor” (MAINGUENEAU, 2020, p. 14) ou a adesão do sujeito a uma certa “posição discursiva” que se estabelece como “voz” e como “corpo enunciante” em períodos histórico e situacional delimitados (MAINGUENEAU, 2018, p. 69).

O poder de persuasão de um discurso resulta, então, em boa parte, do fato de ele levar o destinatário a se identificar com o movimento de um corpo, mesmo muito esquemático, investido de valores historicamente especificados: as “ideias” suscitam a adesão do leitor porque a *maneira de dizer* implica uma *maneira de ser* (MAINGUENEAU, 2020, p. 14, grifos do autor).

A corporalidade do fiador é conferida pela enunciação (incorporação 1); a partir da relação do destinatário com o mundo, esse destinatário assimila (incorporação 2) esquemas; essas duas incorporações permitem a formação de uma comunidade imaginária que congrega todos que aderem ao mesmo discurso. A elaboração final se dá quando comportamentos e estereótipos são agregados em representações (MAINGUENEAU, 2020). Em síntese, é a partir dos traços desse fiador, sejam eles de caráter ou de corporalidade, que o destinatário constrói a figura daquele que lhe passa a mensagem. Exemplifica Maingueneau (2020, p. 18) que “a incorporação só é possível para os leitores de uma revista se os estereótipos sobre os quais ela repousa forem identificáveis no espaço em que circula o texto em questão”. Tal feito se dá porque há um *ethos* discursivo e um *ethos* pré-discursivo (também chamado de *ethos* prévio) comungados na forma de estereótipos linguísticos e maneiras de falar tipificadas.

Enquanto o *ethos* discursivo se liga ao ato de enunciação, outro *ethos*, o pré-discursivo, apresenta-se constituído antes mesmo que o orador exprima o discurso (MAINGUENEAU, 2020; 2018). Por isso, o fato de um texto estar ligado a algum gênero de discurso ou posicionamento ideológico já produz expectativas de *ethos* antes mesmo que o coenunciador possa saber qualquer coisa a respeito do enunciador. Da mesma forma, esse condicionamento também orienta o enunciador porque ele possui uma ideia tipificada a respeito de para quem está se pronunciando. Invariavelmente, o *ethos* está ligado aos hábitos de fala partilhados pelos membros de uma comunidade e disso se nota a dimensão normativa que se impõe sobre os sujeitos e a criação de rotinas específicas que os guiam. Adam (2018) coloca o orador (ele usa esse termo pois o texto é focado na argumentação) como um sujeito no mundo, entendido como alguém com função e papéis, parâmetros culturais internalizados e representações da situação de enunciação e do objeto do discurso. Esses filtros são assumidos frente a um auditório a partir das representações que o orador tem deste e de si mesmo. É, na prática, o tradicional paradigma

*quem pode falar o quê e para quem*, onde cada um desses *quem* é considerado legitimado pelo outro para proferir ou para receber o *quê*, isto é, o discurso.

O enunciador não é um ponto de origem estável que se “expressaria” dessa ou daquela maneira, mas é levado em conta um quadro profundamente interativo, em uma instituição discursiva inscrita em uma certa configuração cultural e que implica papéis, lugares e momentos de enunciação legítimos, um suporte material e um modo de circulação para o enunciado (MAINGUENEAU, 2020, p. 75, grifos do autor).

Sob a perspectiva da análise do discurso, Maingueneau (2020) ressalta que o *ethos* se inscreve para além de um meio de persuasão como sugere a retórica, sendo, na verdade, parte da cena de enunciação e com estatuto equivalente tanto ao vocabulário quanto aos modos de difusão do enunciado. Para o autor, falar de discurso é pressupor essa cena de enunciação: “ele deve validá-la por sua própria enunciação” de forma que “qualquer discurso, por seu próprio desdobramento, pretende instituir a situação de enunciação que o torna pertinente” (MAINGUENEAU, 2020, p. 74). A partir disso Maingueneau (2020; 2018) descreve três níveis nos quais interage o *ethos* discursivo relacionado à enunciação. São eles a cena englobante, a cena genérica e a cenografia. Acerca da questão da cenografia, é importante frisar a explicação que Maingueneau (2020; 2018) sobre o significado do termo. Ele diz que não se trata do sentido que a palavra tem no uso teatral, mas em outro, duplo, no qual (a) se soma a noção teatral *cena* ao sufixo *grafia*: “para além da oposição empírica entre o oral e o escrito, uma enunciação se caracteriza, de fato, por sua maneira específica de inscrever-se, legitimar-se, prescrevendo-se um modo de existência no interdiscurso” e (b) considera a “enunciação como a instauração progressiva de seu próprio dispositivo de fala”, de forma que se evite pensar na cena enunciativa como algo já constituído, mas como parte de um processo: “a ‘-grafia’ deve, pois, ser apreendida ao mesmo tempo como quadro e como processo” (MAINGUENEAU, 2018, p. 76). O discurso exprime a cenografia e o *ethos* ao mesmo tempo que afirma essa cenografia e esse *ethos* como legítimos. Isso acontece mais facilmente quando a enunciação evoca estereótipos carregados de valor, permitindo relação mais fluida entre o *ethos* apresentado com o grupo a ser cooptado. O *ethos* se manifesta em cada uma dessas fases, estando elas vinculadas umas às outras. A cena englobante está relacionada ao tipo de discurso em sua forma pragmática, que pode ser, entre vários outros, literário, religioso, histórico, publicitário, filosófico ou, no caso desta tese, jornalístico; a cena genérica aponta o gênero ou instituição discursiva, ou seja, está submetida às normas de gênero a exemplo de sermão, guia turístico, manual de instruções e, aqui, é representada pelo editorial; por fim, a cenografia está no próprio texto, que exerce a função de legitimar a enunciação: “o universo construído pelo enunciado deve especificar e validar a



cenografia através da qual ele surge” (MAINGUENEAU, 2020, 19). Maingueneau diz que a cenografia não sofre imposição do gênero, mas pode ser trabalhada conforme ele como se verificam nos casos filosófico, político ou publicitário, entre outros, que possuem características mobilizadoras de cenografias diversas com o intuito de persuadir:

Há publicidades que apresentam cenografias de conversação, outras, de discurso científico etc. Assim, há grande diversidade de cenografias narrativas em um romance. O discurso político é igualmente propício às diversidades de cenografia: um candidato poderá falar a seus eleitores como um jovem executivo, como um tecnocrata, como operário, como homem experiente (MAINGUENEAU, 2018, p. 76, grifos do autor).

Uma forma de identificar essa unidade em ação no jornalismo é, por exemplo, a partir do estudo de enquadramentos nas notícias<sup>98</sup>. A vertente teórica da *frame analysis*, que considera o estudo da mídia sob a perspectiva desta como uma produtora de conteúdo com matriz ideológica a partir de regras e conceitos que estão sistematizados e limitados pelo contexto social e histórico (HACKETT, 1984; TRAQUINA, 1993; PORTO, 2002) ajuda a compreender parte da dinâmica do *ethos* no fazer jornalístico. Percebo isso por meio da inserção dos enquadramentos no esquema que Charaudeau (2015a) nomeia de “máquina midiática” numa sistematização que interage também com a lógica do campo jornalístico de Bourdieu (RODRIGUES, 2017). Nela, tem-se o lugar das condições de produção, o lugar de construção do produto e o lugar das condições de interpretação. No lugar das condições de produção, observam-se as condições socioeconômicas da máquina midiática (a organização da empresa jornalística) e as condições semiológicas da produção (a forma como o conteúdo será exibido). O lugar de construção do produto é onde o discurso se configura como texto a partir de combinações de formas verbais, icônicas, gráficas e gestuais elaborados sob a perspectiva de um receptor ideal e orientadores de uma maneira de pensar sobre a temática em questão. Por último, o lugar das condições de recepção abarca o receptor ideal, na sua forma idealizada pelo veículo de imprensa, e o receptor real, que constrói a interpretação do discurso de acordo com as suas condições, históricos e vivências<sup>99</sup>. Aquilo que o coenunciador apreende nesse último

<sup>98</sup> Nesse caso, pode ser interessante observar nos discursos a recorrência da “cena validada” sobre a qual Maingueneau (2020, p. 86-87) se refere como o ato de convocar à memória coletiva uma cena já instalada, um estereótipo que se apresenta descontextualizado e passível das mais diversas aplicações. Como o autor menciona, “se supõe que ele seja conhecido de seu público, o que evidentemente não significa que efetivamente o seja”.

<sup>99</sup> Particularmente, acredito que Adam (2018) apresenta um esquema complementar ao de Charaudeau (2015a). O autor explica que parte da atividade simbólica dos sujeitos busca reconstituir a realidade do eu, apresentando esta para que seja ratificada pelos outros. O orador faz isso a partir da sua posição enquanto sujeito no mundo, isto é, “a pessoa do orador com sua função (lugar) e o(s) papel(éis) que assume, com seus fins próprios, seus pré-construídos culturais e a representação da situação de enunciação do objeto do discurso, de seu auditório (B) e as representações psicossociais de si mesmo” (ADAM, 2018, p. 107, grifo do autor). Ao observar sob o ponto de

estágio ajuda a compor a sua forma de perceber a realidade e de se posicionar no mundo. Acredito que essa esquematização, ao incluir os atores responsáveis pela informação (instância de produção), os atores que compõem o público consumir dessa informação (instância de recepção) e o produto em quaisquer que sejam os seus formatos (textual e audiovisual nas mais distintas plataformas) possibilita resumir o funcionamento do ato de enunciação em seus diferentes estágios. O enunciador está situado no lugar de construção do produto, onde as intencionalidades do lugar de produção e os efeitos possíveis se materializam em discurso a ser interpretado na instância final de consumo, isto é, pelo público: espera-se que o público perceba do enunciador o *ethos* que ele busca incorporar. Trata-se de fazer “falar em si” um corpo imaginário (MAINGUENEAU, 2020, p. 89).

Penso ainda que se possa visualizar o *ethos* no jornalismo político dentro dessa sistematização acionada a partir de Charaudeau. Nela, estão as três dimensões do *ethos* as quais Maingueneau (2020) relata: categorial, experiencial e ideológica. A dimensão categorial engloba a atividade de fala (a cena genérica) e as naturezas diversas (chefe de família, jornalista, brasileiro, casado, por exemplo). A dimensão experiencial remete aos estereótipos de características sociopsicológicas, entre as quais ele cita bom senso, agressividade, lentidão, estupidez, originalidade e mansidão. O último caso – dimensão ideológica – é especialmente interessante à tese porque trata dos posicionamentos que, no campo político brasileiro, encontram-se bastante polarizados. Essas três dimensões estão em permanente interação, são indissociáveis e se configuram como camadas. Percebo a introdução do pensamento sobre o *ethos* no esquema supracitado também como a inclusão de mais um nível na máquina midiática de Charaudeau. Por meio da explicação que Maingueneau (2018, p. 90) oferece do modo como enunciado, enunciador, fiador, coenunciador, tom e cenografia interagem e se complementam, visualizo o movimento da referida máquina em harmonia:

Como o enunciado se dá pelo tom de um fiador associado a uma dinâmica corporal, o leitor não decodifica seu sentido, ele participa “fisicamente” do mesmo mundo do fiador. O coenunciador capturado pelo *ethos*, envolvente e invisível, de um discurso, faz mais do que decifrar os seus conteúdos. Ele é implicado em sua cenografia, participa de uma esfera na qual pode reencontrar um enunciador que, pela vocalidade de sua fala, é construído como fiador do mundo representado (MAINGUENEAU, 2018, p. 90, grifo do autor).

---

vista do auditório, Adam afirma que este tem em sua memória uma representação do orador que antecede ao discurso: “é precisamente do confronto dessa representação psicossocial de A [orador] com o *ethos* esquematizado do orador que surge uma figura que é a do outro, um outro sempre imaginário” (ADAM, 2018, p. 108, grifo nosso).

Pode-se afirmar um *ethos* jornalístico que é partilhado de maneira difusa, porque nem sempre é possível determinar origem humana do locutor. Arrisco-me a dizer que, por vezes, ela sequer exista, tratando-se de um conjunto de posicionamentos constituídos através do tempo e assumidos pelos locutores – o *habitus* em ação. Assim, o *ethos* é carregado por locutores virtuais, que se portam quase que como entidades. Esses locutores podem se apresentar tanto num editorial jornalístico quanto numa obra de literatura ou peça de teatro. Sendo sempre intertextual, o *ethos* ativa estereótipos que congregam modos de falar de atores associados a modelos de enunciação – estes, dados por uma tradição escrita. Os *ethos* intertextual e social convergem no que Maingueneau (2020, p. 32) nomeia como o *ethos* híbrido, reconhecido pela sociedade. O caso do *ethos* repassado pelo jornalismo se trata do “*ethos* bem-sucedido” (MAINGUENEAU, 2020, p. 38), que possibilita a identificação a um posicionamento ou a uma instituição. Todavia, a análise do *ethos* independentemente de onde seja feita, considera as condições de enunciação e de circulação dele. Assim, Maingueneau reforça que não deve perceber essa atividade de forma aleatória porque é dependente do contexto. Esse contexto determina de que forma os enunciados são interpretados à primeira vista e, em seguida, processados pelo coenunciador. O “*processamento de enunciados*” se dá “em função de suas finalidades e das instituições onde ele se exerça” (MAINGUENEAU, 2020, p. 41, grifo o autor).

Acredito que a noção de incorporação (MAINGUENEAU, 2020; 2018) contribui para pensar um *ethos* do jornalismo político. Pode-se imaginar que, assim como na narrativa da literatura ou na representação do teatro, o *ethos* que transpassa o editorial também é oblíquo, indireto: há muito do autor, mas não se trata *apenas* do autor; é mais que o autor; é o campo e as forças que circulam dentro dele. De fato, o editorial é escrito por alguém, todavia, ressalta-se que esse alguém indefinido é a própria voz que representa o posicionamento do veículo. Portanto, mesmo que haja um enunciador que não seja humano, ele se materializa em um ator político enquanto emissor de um posicionamento definido – o locutor-coletivo. Assim, temos que “o *ethos* é, mais do que a linguagem, uma maneira de ser” (MAINGUENEAU, 2020, p. 62). Da mesma forma que, ao buscar exemplos na literatura, Maingueneau (2020) se refere à fala de um padre jesuíta fictício como se fosse a fala de toda a Companhia de Jesus, tem-se na figura do narrador do editorial a cristalização do veículo jornalístico representado. Se, “para além da palavra, o *ethos* do bom Padre transforma a significação dos textos citados” (MAINGUENEAU, 2020, p. 74), também inunda de significado esse *alguém*, esse locutor que profere o discurso apresentado num texto jornalístico.

Obviamente, há elementos do *ethos* no jornalismo político que não podem ser observados ao se analisar cruamente um editorial. São aqueles elementos que compõem visualmente o locutor:

O *ethos* é, fundamentalmente, uma questão de corpo, de autenticação da fala por um corpo saturado de avaliações sociais. Para os analistas do discurso que mobilizam a noção de *ethos*, o discurso político é, nesse sentido, um objeto privilegiado, pelo fato de lhes propor enunciados produzidos por locutores que dispõem de um *ethos* pré-discursivo consistente, que ocupam posições bem definidas num campo bem estruturado e cujo o *ethos* pode ser relacionado a estratégias a serviço de objetos identificáveis. Também porque esses locutores são obrigados a expor seu corpo falante e, além do seu corpo propriamente dito, a fazê-lo significar de acordo com seu posicionamento e com as representações da comunidade na qual eles se inscrevem. Para se legitimar, porém, o próprio corpo que eles mostram faz apelo a outros, apresentando-se como seu porta-voz (MAINGUENEAU, 2020, p. 84).

No caso desta tese, o editorial é estritamente textual (na definição mais simples do termo *textual*), no entanto, os demais elementos mencionados na citação de Maingueneau estão presentes. Esse locutor tem a sua aparência física ausente ou substituída pelo produto que oferece – o jornal e a sua marca, a sua organização editorial e a sua diagramação, por exemplo. Em outros casos, pode-se pensar na possibilidade de uma possível imagem para o editorial, caso ele seja sempre assinado por alguma pessoa, como um diretor-executivo, um diretor-geral ou um presidente; também, quando uma mesma figura é escolhida para proferir o discurso, a exemplo do editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional (TV Globo) William Bonner quando este expõe o posicionamento da emissora ou de todo o Grupo Globo no telejornal. Maingueneau (2020, p. 92) afirma que qualquer entidade constituída – um indivíduo ou uma coletividade – pode designar um porta-voz para falar em seu nome. Assim, o *ethos* do editorial pode ser considerado também o *ethos* do porta-voz, aquele que está em posição de falar por alguém, uma *persona* que se constrói para falar pelo jornal, pela empresa a qual pertence, pelos executivos ou pela família que o controla.

Para fins de definição terminológica, cabe mencionar que Maingueneau (2020, p. 142) faz uma diferenciação entre cenografia e agenciamento. Por cenografia, o autor entende “encenação da enunciação constituída pela fala” e por agenciamento” a espécie de contexto no qual a cenografia acontece. Ele explica que cenografia e agenciamento não são independentes um do outro, mas o agenciamento atua restringindo as cenografias que podem se desenvolver a partir dele e exemplifica: “sentar um locutor atrás de uma escrivaninha adiante dos telespectadores é um agenciamento que favorece uma cenografia, logo um *ethos* de tipo didático” – aqui, Maingueneau claramente descreve um apresentador junto à bancada de um telejornal – e continua: “um agenciamento que mascara o cenário da enunciação e o corpo do

locutor – como no caso do comentário radiofônico monológico – favorece uma cenografia de tipo mediativo”. No entanto, o agenciamento não restringe totalmente a cenografia. O autor explica que um debate político televisionado por exemplo, pode ter o agenciamento compartilhado por várias categorias de profissionais porque o formato envolve a forma como os locutores (os políticos e os apresentadores) se dirigem ao público e aos telespectadores, o cenário, montado em estúdio, a forma como as pessoas estão dispostas nele, as regras do debate, as temáticas abordadas e assim por diante. A cenografia, por sua vez, é responsabilidade dos locutores e eles podem buscar apoio em outros intervenientes:

O *ethos*, então, não é restringido apenas por uma instituição e/ou uma tradição (cena genérica) ou especificado por um locutor (cenografia): ele implica ainda mediadores menos visíveis, que poderíamos chamar de “agenciadores” e cuja função é exatamente configurar agenciamentos (MAINGUENEAU, 2020, p. 144, grifo do autor).

Também há a situação da cena genérica, quando se trata de uma instituição de fala estabilizada e rotinizada. Pensando no gênero editorial, podemos notar que o *ethos* vem tanto da instituição da qual se trata o discurso analisado quanto de atores difusos como o editor ou o diretor que, de fato, escreveu o texto sob a responsabilidade de representar discursivamente a linha editorial, o corpo executivo e, em suma, o posicionamento do veículo em questão. Assim, tem-se um *ethos* híbrido que congrega pessoas, marcas e empresas; textos e contextos; elementos estruturais do campo social e do discurso e que se apresenta indissociável desses aspectos, ainda que possam ser esquematizados e discutidos separadamente. Confiando na afirmação de Maingueneau (2020, p. 8) de que “todo enunciado pode ser matéria de reflexão”, acredito que pôr em evidência o *ethos* de um jornalismo político explora mais uma das *variações* possíveis desse conceito milenar.

Busco apresentar o *ethos* do jornalismo político brasileiro a partir da materialidade do texto dos editoriais por meio do discurso e sob uma perspectiva metodológica que engloba a argumentação. Cabe, então, apresentar esses dois conceitos que, articulados, ajudarão a compreender o jornalismo em questão.

### 3.3 ANÁLISE DO DISCURSO E A ARGUMENTAÇÃO NO DISCURSO

Analisar o discurso é ler nas entrelinhas. Essa não é uma definição original, mas resume bem o que significa pôr em prática a metodologia da AD. Digo isso a partir da diferenciação que Orlandi (2015) menciona entre inteligibilidade, interpretação e compreensão; diferenciação

que apresenta diversas camadas de percepção do discurso. Para a inteligibilidade, basta saber o idioma. Lê-se; decodifica-se, mas não necessariamente se interpreta e se compreende o que é dito. Interpretar reúne o sentido entre o co-texto, isto é, o restante do texto, e o contexto imediato de aplicação do discurso. Compreender é ainda mais complexo porque implica em saber como um objeto simbólico produz sentidos, de forma que “a compreensão procura a explicitação dos processos de significação presentes no texto e permite que se possam “escutar” outros sentidos que ali estão, compreendendo como eles se constituem” (ORLANDI, 2015, p. 24, aspas da autora). A interpretação, por sua vez, está no centro do foco da análise do discurso. Isso não significa, porém, que o pesquisador tenha de abrir mão da flexibilidade metodológica. Pelo contrário, essa é uma das características que fazem dessa perspectiva teórica uma metodologia tão usada.

Charaudeau e Maingueneau (2014, p. 169, grifo dos autores) definem que “o *discurso* é concebido como a inclusão de um *texto* em seu *contexto*”. Por sua vez, Orlandi (2015) indica que a riqueza da análise do discurso deriva justamente das várias possibilidades de se trabalhar com o simbólico valorizando também as diferenças. Uma vez que o discurso concentra a teoria da sintaxe e a enunciação; a teoria da ideologia; e a teoria do discurso como determinação histórica dos processos de significação, ele permite o uso de outras teorias de diversos campos disciplinares conforme a natureza do *corpus* e as questões a serem respondidas. Está atrelado a essas três partes o sujeito sob uma perspectiva psicanalítica que, em suma, faz com que a interpretação seja o cerne da análise. Pensar em termos de interpretação, segundo sugere Orlandi (2015), significa reconhecer que não há procura de um sentido verdadeiro. Acerca disso, Pêcheux adverte:

Interrogar-se sobre a existência de um real próprio às disciplinas de interpretação exige que o não logicamente estável não seja considerado a priori como um defeito, um simples furo no real. É supor que – entendendo-se o “real” em vários sentidos – possa existir um outro tipo de real diferente dos que acabam de ser evocados, e também um outro tipo de saber, que não se reduz à ordem das “coisas-a-saber” ou a um tecido de tais coisas. Logo: um real constitutivamente estranho à univocidade lógica, e um saber que não se transmite, não se aprende, não se ensina, e que, no entanto, existe produzindo efeitos (PÊCHEUX, 1990, p. 43).

Portanto, é a questão proposta pelo analista que guiará o acionamento dos conceitos necessários para a melhor compreensão de como o objeto simbólico está investido de significância e produz sentidos pelos sujeitos e para os sujeitos (ORLANDI, 2015). O refinamento da análise é determinado pela disciplina a qual se filia o analista e as respostas aos problemas de pesquisa surgirão daí porque “não há uma verdade oculta atrás do texto”, o que

há são “gestos de interpretação que o constituem e que o analista, com seu dispositivo, deve ser capaz de compreender” (ORLANDI, 2015, p. 24). Pêcheux (1990, p. 53) argumenta que isso é consequência de a descrição estar intrinsecamente ligada ao “equivoco da língua”, característica que permite o deslocamento discursivo dos sentidos dos enunciados, podendo se tornarem outros diferentes.

Como mencionado, o caminho que se segue nesta tese é o da análise argumentativa, ramificação dentro do dispositivo teórico da análise do discurso que consistirá na formação do dispositivo analítico. Porém, antes de inserir a questão da argumentação no discurso, julgo coerente lembrar alguns fundamentos da análise do discurso que se impõem aos trabalhos nessa grande área.

Consolidado que os dizeres precisam ser mais do que decodificados porque neles estão “efeitos de sentidos que são produzidos em condições determinadas e que estão de alguma forma presentes no modo como se diz, deixando vestígios” e que esses sentidos se referem não apenas ao que está nitidamente expresso como também ao que já foi tido em outros momentos e lugares – bem como ao que não foi dito – (ORLANDI, 2015, p. 28), deve-se considerar que analisar o discurso envolve compreender as suas condições de produção. Integram as condições de produção os sujeitos, a situação e a memória – esta, como diz Orlandi (2015, p. 28) “aciona” as condições de produção. Percebo (RODRIGUES, 2017) essa memória aplicada aos estudos acerca do jornalismo a partir da teoria da *Frame Analysis*: a memória que orienta a construção do discurso se cria a partir da sedimentação dos enquadramentos através do tempo e estes oferecem as ferramentas que fundamentam o processo cognitivo de entendimento do indivíduo (GAMSON; MODIGLIANI, 1989; D’ANGELO, 2002). Na análise do discurso, a memória é interdiscurso:

A memória, por sua vez, tem suas características, quando pensada em relação ao discurso. E, nessa perspectiva, ela é tratada como interdiscurso. Este é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. Ou seja, é o que chamamos de memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada de palavra (ORLANDI, 2015, p. 29).

E, da mesma forma que “o interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada” (ORLANDI, 2015, p. 29), ele também exerce força sobre o discurso que será formado a partir de então. Nesse sentido, o movimento de análise que se desenvolve considera tanto as condições de produção em sentido estrito, isto é, com base no contexto imediato – e daí importam os acontecimentos em vigor num determinado momento, sejam, por exemplo, uma catástrofe climática, o início de um novo

governo, o *impeachment* de um político ou uma pandemia, entre outros – quanto as condições de produção em sentido amplo, que são os contextos social, histórico e ideológico nos quais os discursos estão inseridos. Retomando Pêcheux, Orlandi (1990) afirma que o discurso é compreendido a partir da interpretação da história. Dessa forma, o interdiscurso (ou a historicidade) também determina o que é importante para a discursividade (ORLANDI, 2015).

O inconsciente e a ideologia se ligam em uma região de equívoco do discurso e se materializam na linguagem e na história sob a forma de um “mundo semanticamente normal”, objeto dos questionamentos de Pêcheux, no qual ele procura refletir acerca dos entremeios (ORLANDI, 1990, p. 9). Esses entremeios estão presentes em qualquer situação de uso da língua, o que torna qualquer enunciado suscetível de se tornar outro, diferente, possibilitando desdobramentos variados que se desvelam sob a análise:

Todo enunciado, toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico-sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar à interpretação. É nesse espaço que pretende trabalhar a análise de discurso (PÊCHEUX, 1990, p. 53).

Não se pode controlar totalmente um discurso depois do seu lançamento porque é preciso considerar a existência do outro, do indivíduo com suas próprias filiações históricas, sua subjetividade e as possibilidades de interpretação que daí se abrem a partir da interpelação do discurso emitido com as memórias já existentes desse indivíduo – que devem gerar um novo significado após o interlocutor processar as informações recebidas – ou, como afirma Pêcheux (1990, p. 56), “só por sua existência, todo discurso marca a possibilidade de uma desestruturação-reestruturação dessas redes e trajetos [redes de memória e trajetos sociais nos quais ele irrompe]”. Pêcheux (1990, p. 53) reitera que não há simples transmissão de informações, algo que passe incólume pelo interlocutor e que seja capaz de se reproduzir fielmente, tal qual originalmente tenha sido proferida, toda a substância do discurso: “toda descrição [...] está intrinsecamente exposta ao equívoco da língua” o que significa dizer que “todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro”<sup>100</sup>. A opacidade do discurso, como se costuma dizer, faz-se aí presente e se efetiva nesse *outro* conforme as experiências de cada um:

---

<sup>100</sup> Pêcheux faz uma ressalva: “a não ser que a proibição da interpretação própria ao logicamente estável se exerça sobre ele explicitamente”, ou seja, a não ser que uma determinada interpretação apareça vetada no discurso (PÊCHEUX, 1990, p. 53).



E é nesse ponto que se encontra a questão das disciplinas de interpretação: é porque há o *outro* nas sociedades e na história, correspondente a esse outro próprio ao linguageiro [sic] discursivo, que aí pode haver ligação, identificação ou transferência, isto é, existência de uma relação abrindo a possibilidade de interpretar. E é porque há essa ligação que as filiações históricas podem-se organizar em memórias, e as relações sociais em redes de significantes (PÊCHEUX, 1990, p. 54).

Todo esse processo performativo tem início no interdiscurso e no intertexto. Acerca deles, Orlandi (2015, p. 31) simplifica a definição que os diferencia: intertexto se refere à relação de um texto com outros textos e interdiscurso “é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos”. O interdiscurso é, portanto, esse efeito que faz da fluência em um determinado idioma algo como um saber dado, que envolve o sujeito como se assim sempre tivesse sido. Trata-se de “uma voz sem nome” (ORLANDI, 2015, p. 32) a qual nos filiamos inconscientemente. Ao contrário do que acontece no intertexto, no interdiscurso o esquecimento é estruturante. Daí que “a Análise de Discurso se propõe construir escutas que permitam levar em conta esses efeitos e explicitar a relação com esse “saber” que não se aprende, não se ensina mas que produz efeitos” (ORLANDI, 2015, p. 32, grifo da autora); esse saber que existe como se tivesse *vida própria*.

Essas condições de produção do discurso levam a duas condições de esquecimento definidas por Pêcheux (1975) como esquecimentos *um* e *dois*. A primeira é denominada esquecimento ideológico. Sobre ela, Orlandi (2015, p. 33) explica que se trata de um esquecimento inconsciente resultante de como a ideologia afeta os sujeitos: “por esse esquecimento, temos a ilusão de ser a origem do que dizemos quando, na realidade, retomamos sentidos preexistentes” e “embora se realizem em nós, os sentidos apenas se representam como originando-se em nós: eles são determinados pela maneira como nos inscrevemos na língua e na história e é por isso que significam e não pela nossa vontade”. A segunda condição de esquecimento é denominada ilusão referencial. Ela não acontece de maneira totalmente consciente: “ao falarmos, o fazemos de uma maneira e não de outra e, ao longo do nosso dizer, formam-se famílias parafrásticas que indicam que o dizer sempre podia ser outro” (ORLANDI, 2015, p. 33). Essa relação de naturalidade entre o dizer e a coisa faz parecer que, quando falamos, aquilo que falamos só poderia ser dito daquela maneira. Pelo contrário, não é tão simples, pois o modo de dizer vem sempre carregado de sentidos. Assim, o esquecimento é estruturante porque, ao esquecer, o sujeito assume para si a produção dos sentidos, acreditando que esses sentidos partem de si quando, na verdade, já se encontram em processo dentro da historicidade. Os dizeres expressos pelo indivíduo revelam filiações, assujeitamentos e

predisposições que o indivíduo pode nem mesmo se dar conta: *as coisas sempre foram assim* e, por isso, não poderiam ser diferentes.

Memória e esquecimento levam às definições de paráfrase e polissemia. O processo parafrástico é aquele que indica sempre um retorno do dizer a algo que se mantém, à memória: “produzem-se diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado” (ORLANDI, 2015, p. 34). O processo polissêmico é de deslocamento e rompe o processo de significação. A significação, diz Orlandi (2015, p. 34), é oriunda da permanente dicotomia entre paráfrase e polissemia, “duas forças que trabalham continuamente o dizer, de tal modo que todo discurso se faz nessa tensão: entre o mesmo e o diferente”. Orlandi também destaca que é por meio da compreensão entre paráfrase e polissemia que o analista chega à relação entre o político e o linguístico no processo de constituição dos sujeitos e de produção dos sentidos no ambiente simbólico das relações de poder.

A paráfrase é a matriz do sentido, pois não há sentido sem repetição, sem sustentação no saber discursivo, e a polissemia é a fonte da linguagem uma vez que ela é a própria condição de existência dos discursos pois se os sentidos – e os sujeitos – não fossem múltiplos, não pudessem ser outros, não haveria necessidade de dizer. A polissemia é justamente a simultaneidade de movimentos distintos no mesmo objeto simbólico (ORLANDI, 2015, p. 36).

Sobre as condições de produção, são três fatores que as constituem (ORLANDI, 2015): a relação de sentidos, a relação de forças e os mecanismos de antecipação. A relação de sentidos se dá de forma que um discurso está alicerçado em outros que o fundamentam, bem como aponta ou orienta dizeres futuros. Constrói-se uma ligação com o passado e uma projeção ao futuro. As relações de força remetem mais fortemente às relações de poder. Elas estabelecem que as hierarquias sociais também são determinantes para o discurso porque o lugar de fala de cada sujeito faz com que suas palavras signifiquem de formas diferentes: “o lugar a partir do qual o sujeito fala é constitutivo do que ele diz” (ORLANDI, 2015, p. 37). Percebe-se a partir das relações de forças a questão das formações imaginárias. O imaginário, elemento indissociável do funcionamento da linguagem, tem peso sobre esse processo. Ele carrega noções consolidadas acerca de como as relações sociais são inscritas na sociedade e como elas são reguladas pelas relações de poder. As formações imaginárias se relacionam com as posições dos sujeitos nos discursos. Nelas, há lugares e posições. Enquanto os *lugares* se referem ao universo empírico, as *posições* estão associadas às projeções que permitem que esse empírico seja percebido. O discurso é produzido e significado ao ser fundamentado também a partir do imaginário e “assim não são os sujeitos físicos nem os lugares empíricos como tal, isto é, como estão inscritos na sociedade, e que poderiam ser sociologicamente descritos”, mas o que é

percebido no discurso são as suas imagens, resultantes de projeções (ORLANDI, 2015, p. 38). Arelado ao processo de argumentação estão os mecanismos de antecipação. Trata-se do exercício do sujeito se pôr no lugar do seu interlocutor para, ao dar atenção às suas palavras, buscar prever os sentidos que elas produzem.

O jornalismo, enquanto locutor, pode regular a sua argumentação a partir dos efeitos que pretende produzir sobre o seu público-interlocutor. Entre o sentido ideal pensado pelo locutor e o sentido produzido no público pode haver disparidade, pois o repertório individual dos interlocutores varia e, como indica a argumentação no discurso, os interlocutores aos quais a imprensa se volta são frutos de uma projeção do locutor, uma imagem que ele cria para desenvolver sua estratégia retórica. Charaudeau (2015a) percebe esse processo em quatro momentos da produção de sentidos na máquina midiática: os efeitos visados, os efeitos possíveis, os efeitos supostos e os efeitos produzidos, ou seja, o que se quer dizer, tudo que se pode compreender desse dizer, o que provavelmente será compreendido e o que, de fato, foi compreendido pelo interlocutor. Assim, “a análise é importante”, diz Orlandi (2015, p. 40) porque “com ela, podemos atravessar esse imaginário que condiciona os sujeitos em suas discursividades e, explicitando o modo como os sentidos estão sendo produzidos, compreender melhor o que está sendo dito”.

O discurso jornalístico inclui todas as etapas recém mencionadas e, possivelmente, uma das mais marcantes dentro dos editoriais seja justamente a antecipação, porque além do editorial divulgar a ideologia da empresa, ele é escrito, em tese, como uma carta direcionada ao leitor ideal do jornal. É, talvez, a conversa mais franca que um jornal pode vir a ter com o seu leitor. Dentro desse universo, acredito que mesmo quando não há um sujeito material, isto é, uma pessoa específica assinando um editorial, o que importa mesmo é o que está sendo dito, porque interessa à análise do discurso menos *quem diz* e mais *o que é dito*.

No entanto, Orlandi (2015) lembra que os sentidos não estão nas palavras, mas são determinados pelas posições ideológicas daqueles que as empregam. Ou seja, elas adquirem sentido a partir das posições em que se inscrevem. Isso leva à noção de formação discursiva, definida como “aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada – determina “o que pode e deve ser dito” (ORLANDI, 2015, p. 41). O discurso adquire sentido porque o sujeito o coloca em uma determinada formação discursiva para que tenha aquele sentido. Daí que as formações discursivas são representações das formações ideológicas no discurso e, assim, tem-se que os sentidos sempre são determinados ideologicamente. Para Pêcheux, isso significa dizer que os discursos são passíveis de serem desestruturados e reestruturados nas redes e nos trajetos sócio-

históricos de identificação, um processo parcialmente consciente e deliberado e parcialmente inconsciente: “não há identificação plenamente bem sucedida, isto é, ligação sócio-histórica que não seja afetada, de uma maneira ou de outra, por uma ‘infelicidade’ no sentido performativo do termo – isto é, no caso, por um ‘erro de pessoa’, isto é, sobre o *outro*, objeto da identificação” (PÊCHEUX, 1990, p. 56, grifos do autor).

A ideia de que o sentido não está nas palavras em si, mas nos efeitos da ideologia diluídos no discurso leva ao entendimento de metáfora na AD. Diferente da noção que a palavra tem na retórica, no discurso ela é tomada a partir de Lacan (1966), significando a ideia de se tomar uma palavra pela outra – pode-se falar também em transferência ou superposição (PÊCHEUX, 1975), isto é, a forma como as palavras significam.

As formações discursivas podem ser vistas como regionalizações do interdiscurso, configurações específicas dos discursos em suas relações. O interdiscurso disponibiliza dizeres, determinando, pelo já-dito, aquilo que constitui uma formação discursiva em relação a outra. Dizer que a palavra significa em relação a outras, é afirmar essa articulação de formações discursivas dominadas pelo interdiscurso em sua subjetividade material contraditória (ORLANDI, 2015, p. 41).

Esses pressupostos demonstram a importância do domínio das condições de produção do discurso pelo analista. É investigando as particularidades da memória que as formações discursivas carregam que o analista chega ao sentido do que é dito; às ideologias presentes no discurso.

Retomando a ação de interpretação, tem-se que ela atrela a análise do discurso à ideologia. A ideologia enquanto constituinte do sujeito e dos sentidos, faz parte do inconsciente. A análise do discurso procura trazer à luz essa subjetividade para responder o que o recorte sob análise quer dizer, evidenciando tudo o que é tido como naturalizado por conta da ação do interdiscurso sobre o indivíduo. Assim, a constituição do sujeito – e é assim com o sujeito “jornal” que fala nos editoriais – é determinada pela língua e pela história, como é qualquer outro sujeito. É essencial o sujeito estar submetido ao simbólico (a língua e a história, componentes da memória) para que ele produza sentidos. Porém, pode haver dúvidas acerca de se o jornalista, bem como se o sujeito material responsável pelo editorial, conseguem ou não se afastarem das suas convicções ao escreverem seus textos. A respeito disso, deve-se atentar ao fato de que o sujeito, mais especificamente o sujeito discursivo, tem de ser visto como uma posição ou um lugar ocupado para se dizer algo.

Orlandi (2015, p. 47) diz que os sujeitos são intercambiáveis, o que quer dizer que, naquele momento, ao escrever em nome do jornal, o editor se torna o jornal e o que vale é essa posição que ele ocupa, a posição de *sujeito discursivo*. Portanto, o sujeito se estabelece de modo

ambíguo sob assujeitamento, pois é ao mesmo tempo livre e submisso. Livre porque diz o que quer; submisso porque para dizer, precisa se enquadrar às dimensões linguística, histórica e psicanalítica. Ou seja, é essencial que a compreensão seja feita a partir da historicidade desse sujeito e é dessa forma que, na análise do editorial, independe qual sujeito material ordenou as palavras. Esse assujeitamento é consequência da forma como os sujeitos foram moldados ao capitalismo: “submetendo o sujeito mas ao mesmo tempo apresentando-o como livre e responsável, o assujeitamento se faz de modo a que o discurso apareça como instrumento (límpido) do pensamento e um reflexo (justo) da realidade” (ORLANDI, 2015, p. 49). Esta é apenas uma ilusão. Buscar a opacidade nessa suposta transparência é o papel do analista perante o discurso.

A análise do discurso manteve por muito tempo a retórica (e, como será indicado logo mais, a argumentação) direcionada para uma questão estilística: “voltada para os ornamentos do discurso, a retórica chegou a se esquecer de sua vocação primeira: imprimir ao verbo a capacidade de provocar a convicção” (AMOSSY, 2018a, p. 7). A ideia da retórica como forma de produzir convicções no outro permaneceu adormecida após ela ser definida como uma “arte do bem dizer” que a relegou ao entendimento de ser um mero conjunto de figuras de linguagem. Tal pensamento ganhou força através dos séculos. No entanto, Amossy (2018a) afirma que as reflexões teóricas mais recentes que tomam por base a retórica têm sido pensadas de modo a caracterizar esse conceito milenar como uma ferramenta de eficiência da fala sob o intuito de provocar uma convicção no interlocutor. Assim, a sua característica original vem sendo retomada. Trata-se de uma perspectiva que ganha evidência principalmente sob a sombra da política democrática e da comunicação.

Além do entendimento de retórica enquanto arte do bem dizer, outras noções circundam a palavra desde a Antiguidade de Aristóteles. Amossy (2018a, p. 8) recupera as diversas faces dadas à retórica enquanto conceito e alerta para a necessidade de preservá-las da homogeneização: “elas colocam em jogo uma visão da comunicação humana e das funções da fala social”. Os estudiosos, no entanto, não deixam de buscar um denominador comum afim de empregar a retórica como ferramenta para se pensar a atividade comunicativa. Uma dessas tentativas resultou na chamada *nova retórica*, proposta por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005). Para esses dois pesquisadores, retórica é sinônimo de argumentação e carrega tanto uma lógica dos valores quanto um exercício da razão prática, culminando em *algo* de dimensões ética e social: “eles se voltam para a troca verbal como busca de um acordo sobre o razoável – sobre o que, na impossibilidade de oferecer uma verdade, por definição ilusória das relações humanas, parece plausível e aceitável a uma maioria” (AMOSSY, 2018a, p. 8). Outras vertentes

buscam observar a razão e o raciocínio a partir de um pensamento crítico (anglo-saxão) para revelar falácias; também, pensar o funcionamento da comunicação humana como fenômenos linguageiro, cognitivo e sociopolítico para oferecer uma descrição de mundo a partir das relações intersubjetivas e da realidade social materializadas nas trocas verbais. Três perspectivas distintas que levam a caminhos igualmente distintos:

Essas abordagens, que suscitam questões de cidadania e que propõem oferecer um esclarecimento particular às diversas ciências humanas, opõem-se à “argumentação na língua”, que recusa uma concepção de argumentação fundada sobre o *logos*, isto é, sobre a linguagem como razão. Se o objetivo primeiro dessa abordagem é disciplinar – trata-se de desenvolver uma teoria semântica –, ela implica, também, uma visão do discurso que coloca em dúvida sua capacidade de raciocinar. Por conseguinte, é a empreitada perelmaniana, como lógica dos valores e como tentativa de chegar ao razoável pelo compartilhamento da palavra, que se encontra radicalmente questionada (AMOSSY, 2018a, p. 9).

Para tornar a retórica ou a argumentação operacionalizáveis, faz-se necessário arriscar unir perspectivas que, por vezes, repelem-se. O que Amossy (2018a) procura ressaltar é que a retórica pode ser ora uma disciplina que engloba a argumentação, ora um ramo de estudo que se opõe a ela ou, ainda, conforme a nova retórica, elas podem significar a mesma coisa, isto é, uma forma de fazer com que os espíritos (os interlocutores os quais o locutor compartilha a sua fala) comunguem de uma tese. Assim, ao observar tanto a ação de aderir a uma tese (visada argumentativa) quanto a ação de modificar a orientação dos modos de ver (dimensão argumentativa), a autora sugere que não se faça distinção entre os termos *retórica* e *argumentação*, tal qual nas obras de Aristóteles e de Perelman e Olbrechts-Tyteca. Por conseguinte, a teoria da argumentação no discurso explora tanto a visada argumentativa quanto a dimensão argumentativa da fala para “cobrir um vasto inventário de discursos que ora conquistam a opinião, ora simplesmente orientam o olhar” (AMOSSY, 2018a, p. 11).

Compreende-se, então, a tarefa assumida pela análise dita retórica ou argumentativa: ela estuda as modalidades múltiplas e complexas da ação e da interação linguageiras. Desse modo, ela reivindica seu lugar não somente nas ciências da comunicação, mas também no seio de uma linguística do discurso, compreendida em sentido amplo como um feixe de disciplinas que se propõem a analisar o uso que se faz da linguagem em situações concretas. Mais precisamente, a análise argumentativa apresenta-se como um ramo da Análise do Discurso (AD) na medida em que deseja esclarecer os funcionamentos discursivos, explorando uma fala situada e, pelo menos, parcialmente sujeita a coerções (AMOSSY, 2018a, p. 11).

A pesquisadora destaca que a análise argumentativa como ramo da análise do discurso francesa se constitui como disciplina que considera a fala a partir de um lugar social e de quadros institucionais; procura ir além da relação entre texto e contexto, valorizando as

variáveis sócio-históricas e os estudos do orador e do auditório nesse cenário, bem como a interação entre eles; também, considera que os enunciados resultam de um momento, isto é, “o locutor, como o auditório, é sempre atravessado pela fala do outro, pelas ideias preconcebidas e pelas evidências de uma época e é, por isso, condicionado pelas possibilidades do seu tempo” (AMOSSY, 2018a, p. 12). Trata-se de uma situação dialética porque, mesmo que o auditório não responda ao orador, este conversa com uma imagem que ele próprio construiu de seu público.

Tomo por base a associação entre a retórica clássica e as abordagens posteriores conforme descritas por Amossy (2018a) – que condensa séculos de discussão na apresentação da obra *A Argumentação no Discurso* – pois parto da definição sugerida pela autora de que, juntas, elas oferecem subsídios robustos para se pensar a comunicação. Por isso, não penso ser o caso de efetuar uma revisão dos conceitos que permeiam a retórica através dos séculos, o que exigiria um aprofundamento etimológico que escapa ao foco da tese. Cabe compreender o uso da retórica dentro do que se articula a presente pesquisa mais que tensionar a diversidade dos seus significados. Todavia, a partir do pressuposto de que retórica e argumentação são tratadas como sinônimos, sinto-me impelido a discorrer um pouco acerca desse conceito desde a sua origem, na Antiguidade de Aristóteles. Parte dessa história leva ao que se julgam ser os procedimentos e os objetos da análise argumentativa do discurso atualmente.

Amossy (2018a) lembra que a retórica significa para Aristóteles o uso que se faz da palavra direcionando-a a um auditório com o intuito de influenciá-lo. Para isso, articulam-se posições que esse auditório possa considerar razoáveis de acolher. Essa concepção é importante porque revela um aspecto que aparece, hoje, inclusive na forma como as estratégias de desinformação são elaboradas. A retórica se faz presente sempre que é preciso adotar uma opinião ou tomar uma decisão e a sua base não é deter a verdade absoluta, mas ter a capacidade de parecer plausível. A força da retórica não é coercitiva e o seu sucesso depende principalmente da adesão que é capaz de gerar no auditório. Em Aristóteles, consegue-se mais facilmente essa adesão apoiando o discurso em esquemas já aceitos e os trabalhando sob uma lógica. Sob essa vertente, desde Aristóteles até os estudos contemporâneos, percebe-se que o princípio da força da retórica está no verossímil e no opinável porque eles “permitem raciocinar e comunicar em função de normas de racionalidade por inúmeros domínios em que a verdade absoluta não pode ser garantida” (AMOSSY, 2018a, p. 17). Essa é uma característica que define a retórica e, todavia, é considerada um dos seus maiores defeitos – justamente por não se fundamentar em uma verdade empírica, mas no *parecer verdade*.

A retórica também comporta *logos*, *pathos* e *ethos*. O *ethos*, como já apresentado, é a imagem de si mesmo projetada pelo orador no discurso. Ele é responsável por parcela considerável da persuasão e, junto da autoridade e da credibilidade das quais gozam o orador, resultam na adesão do auditório ao discurso. O *pathos*, da ordem do sentir, é o emocional que o orador procura acionar no auditório e se liga tanto ao ato de comover quanto ao ato de convencer. O *logos*, vinculado ao entinema e ao exemplo, busca a razão a partir de um silogismo que procede da dedução ou de uma analogia – que também procede da dedução: no primeiro caso, de algo geral refletido no particular; no segundo, do particular para o geral (AMOSSY, 2018a, p. 18): “a retórica aristotélica considera a força da palavra um motor da ação social no seio de uma visão em que (1) a figura do locutor tem um papel determinante e (2) razão e paixão estão ligadas”.

Amossy (2018a) explica que a acepção de retórica enquanto discurso com intenção de persuasão derivada de um ato de comunicação foi superada através dos séculos pela acepção de retórica pelo bem dizer. Isso se deu principalmente a partir do século XVI, perdurando até meados do século XX. A ação de buscar materiais a serem utilizados no discurso (*inventio*) e a organização desses materiais no discurso (*dispositivo*) ficaram associadas ao raciocínio dialético e passaram a integrar a filosofia, enquanto o estilo (*elocutio*) e a memorização (*memoria*) do discurso, bem como o ato do exercício público da palavra, incluindo as ações vocais gestuais (*actio*) passaram a representar a ideia de retórica e caracterizaram a sua redução a um estilo. Essa segmentação perdurou até que Perelman e Olbrechts-Tyteca revisitassem a teoria aristotélica, reorientando a retórica e colocando-a em paralelo à argumentação, como propõe o título da obra desses autores – *Tratado da argumentação: a nova retórica* – publicado originalmente em 1958. Para Amossy (2018a), a perspectiva de Perelman e Olbrechts-Tyteca representa um rompimento da ideia de argumentação como um desdobramento do raciocínio lógico externo à relação interpessoal. Assim, a argumentação depende da participação do auditório, ainda que este não exerça efetivamente a fala:

a argumentação não é um raciocínio dedutivo que se desenvolva no campo do raciocínio puramente lógico, fora de toda interferência do sujeito. Ela necessita, ao contrário, de uma intervenção do locutor e do alocutário. A influência recíproca que um exerce sobre o outro – o orador e o seu auditório, na dinâmica do discurso com visada persuasiva – constitui um dos princípios de base da nova retórica (AMOSSY, 2018a, p. 22).

Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005) desenvolvem a sua análise voltada ao estabelecimento de um raciocínio que seja tomado como plausível pelo auditório e, portanto, capaz de gerar a adesão deste. Fazendo isso, eles não têm como foco principal uma análise do



discurso centrada nos padrões linguageiros: “a nova retórica dedica-se ao estudo dos tipos de ligações argumentativas e à sua classificação” (AMOSSY, 2018a, p. 23), o que confere afastamento das perspectivas dos filósofos da linguagem e dos pragmáticos do discurso e aproxima o estudo das técnicas de associação e dissociação de argumentos e vínculos que se erguem nesse processo. Nesse sentido, importa destacar que a análise argumentativa tem lógica própria. Não se trata de uma lógica formal que leva a uma verdade absoluta, mas de uma lógica que considera o uso da língua natural em contextos sociais: “Perelman distingue a arte de fazer aceitar uma tese, considerada verossímil, da lógica, em que as operações formais devem levar à verdade” (AMOSSY, 2018a, p. 24).

Tem-se que as vertentes dos estudos da argumentação englobam escolas que ora se complementam, ora se repelem e, como destaca Amossy (2018a) ao descrever a lógica informal e o estudo dos paralogismos (*critical thinking*/ pensamento crítico); a lógica natural como parte dos fundamentos lógicos da análise argumentativa (Grize) e da pragma-dialética (grupo de Amsterdã); também a argumentação na língua e os enfoques conversacionais da argumentação por parte do grupo de fundamentos pragmáticos da análise argumentativa (Anscombe e Ducrot). Daí que a retórica e a argumentação são percebidas por Ducrot e Anscombe de maneira mais restritiva que a perspectiva de Aristóteles. Inicialmente, para os franceses, a retórica é o sentido que o enunciado assume no contexto, uma sobreposição ao componente semântico. Por sua vez, a argumentação é o conjunto de enunciados encadeados que permitem chegar a uma conclusão: “um locutor argumenta quando apresenta um enunciado E1 (ou um conjunto de enunciados) como destinado a admitir outro (ou um conjunto de outros) E2” (ANSCOMBRE; DUCROT, 1988, p. 8 *apud* AMOSSY, 2018a, p. 35). O enunciado orienta para as conclusões e essas conclusões são parte do sentido do enunciado, de forma que o dito carrega em si um argumento para que o interlocutor chegue a uma determinada conclusão e não a outras. Isso significa dizer que o componente retórico é parte do sentido do enunciado e não o resultado da discursivização. Por exemplo, ao exprimir a negativa ao convite de se realizar alguma atividade ao ar livre respondendo que está chovendo, de modo que o enunciado E1 “Está chovendo” leva ao entendimento do enunciado E2 de que “o dia não está bom para uma atividade ao ar livre”.

Devido ao fato de Anscombe e Ducrot entenderem que uma argumentação linguística não se liga à retórica, Amossy (2018a, p. 37) questiona se as duas seriam excludentes. No entanto, ela percebe que a pragmática integrada dos autores franceses permite que se analise a orientação argumentativa dos enunciados ainda que demonstre um distanciamento da retórica tradicional porque eles não consideram inicialmente a necessidade de uma situação

conversacional: “ela permite, contudo, a análise da orientação argumentativa dos enunciados, dos *topoi* que asseguram implicitamente seu encadeamento, dos conectores que autorizam, na superfície do texto, esses mesmos encadeamentos”. Ao contrário, o enfoque conversacional pressupõe que a interação é fundamental e só se torna plenamente argumentativa quando há a problematização de uma determinada questão em debate pelo proponente e pelo oponente sob as vistas de um terceiro, como em um debate político em que duas perspectivas são discutidas frente ao público, uma perspectiva que lembra a lógica de Grize, que tem por ato de argumentar algo que “consiste em modificar as diversas representações que são atribuídas ao interlocutor”, fazendo-o recebê-las para concordar e aderir a elas. No caso de Grize, há uma relação evidente entre locutor e alocutário na qual “o locutor deve levar seu parceiro a aceitar o que lhe é proposto, não somente impedindo-o de apresentar um contradiscurso (...), mas também fazendo-o produzir um pró-discurso” (AMOSSY, 2018a, p. 28).

Nesta tese, opto por seguir, como mencionado, a análise argumentativa do discurso a partir de Amossy (2018a), que toma por fundamento teorias retóricas, pragmáticas e lógicas e também se inspira nas abordagens interacionistas derivadas de Ducrot. Trata-se, segundo ela, de um domínio focado em análise do discurso em dimensão ou visada persuasiva e que considera seis principais eixos de abordagem: languageira, comunicacional, dialógica, genérica, figural e textual.

Quadro 2 – Abordagens da análise argumentativa do discurso

Linguageira	A argumentação não se reduz a uma série de operações lógicas e de processos mentais. Ela se constrói a partir do acionamento dos meios que a linguagem oferece no nível das escolhas lexicais, das modalidades de enunciação, dos encadeamentos dos enunciados (conectores, <i>topoi</i> segundo Ducrot), das marcas do implícito...
Comunicacional	A argumentação visa a um auditório e seu desenvolvimento não pode ser compreendido fora de uma relação de interlocução. A construção de uma argumentação – sua articulação lógica – não pode ser dissociada da situação de comunicação na qual deve produzir seu efeito.
Dialógica	A argumentação pretende agir sobre um auditório e, por isso, deve adaptar-se a ele. Ela participa da troca entre parceiros, mesmo quando se trata de uma interação virtual em que não há um diálogo efetivo. Além disso, intervém num espaço já saturado de discurso, reagindo àquilo que se disse e que se escreveu antes dela: está inserida numa confrontação de

	pontos de vista da qual participa mesmo quando não há polêmica aberta ou dissenso declarado.
Genérica	A argumentação se inscreve sempre num tipo e num gênero de discurso, mesmo que ela os subverta ou escolha se inscrever de modo complexo a diversos gêneros já repertoriados. O gênero do discurso, em relação direta com a sociedade que o institucionaliza, determina finalidades, quadros de enunciação e uma distribuição prévia de papéis.
Figural	A argumentação recorre aos efeitos de estilo e às figuras que exercem um impacto sobre o alocutário, retomando, assim, uma reflexão secular sobre as figuras de estilo, vistas por meio de sua visada persuasiva.
Textual	Uma abordagem textual, dando ao termo texto o sentido de um conjunto coerente de enunciados que formam um todo. A argumentação deve ser estudada no nível de sua construção textual, a partir dos procedimentos de ligação que comandam seu desenvolvimento. Para isso, é preciso ver como os processos dialógicos (silogismos e analogias, estratégias de dissociação e associação etc.) são explorados no quadro complexo do discurso em situação.

Fonte: Amossy (2018a, p. 40), adaptado.

Acerca da extensão argumentativa no discurso, Amossy (2018a) conclui que todo discurso é argumentativo quando nele está presente uma tomada de posição, seja buscando convencer o interlocutor, seja simplesmente orientando seu olhar. Acerca da situação dialógica reclamada por algumas teorias, a autora afirma que ela é sempre presente, uma vez que o discurso é feito para ser percebido por alguém, no entanto, nem sempre essa situação dialógica é formalmente expressa. Ora, esse é o caso do editorial, que se dirige expondo uma visão de mundo para um público sem que haja um debate formal, com réplica por parte do destinatário.

Sendo todo discurso argumentativo, a questão que se impõe é outra. Trata-se de identificar se é caso de dimensão argumentativa ou de visada argumentativa. Acerca disso, diz Amossy que

a simples transmissão de um ponto de vista sobre as coisas, que não pretende expressamente modificar as posições do alocutário, não se confunde com uma empreitada de persuasão sustentada por uma intenção consciente e que oferece estratégias programadas para esse objetivo (AMOSSY, 2018a, p. 44).

Para situar no domínio do jornalismo, nesse ponto distinguem-se a notícia e o editorial, por exemplo. Enquanto a primeira está mais para uma apresentação de uma dimensão do real,

o segundo se pretende persuasivo na defesa enfática de um ponto de vista. Cabe, portanto, introduzir o elemento do gênero jornalístico “editorial” e suas dimensões argumentativas de modo a fazer perceber como o seu estilo discursivo se faz político-argumentativo.

Nos editoriais que compõem esta tese, verificam-se a maior parte das abordagens da análise argumentativa no discurso, sejam em maior ou menor grau. Os textos não apresentam todas elas ao mesmo tempo, mas é recorrente se verificar mais de uma como demonstra a análise. Tendo em vista essas abordagens, seus elementos e esquemas, apresento um breve resumo sobre eles porque, para além do vínculo com o leitor, que se dá a partir dos índices de alocação, há outros recursos dos quais os textos fazem uso. Sinto a necessidade de trazer esses elementos porque, como pontua Amossy,

a retórica oriunda de Aristóteles coloca, no âmago do *logos*, dois procedimentos lógicos – a dedução e a indução –, que correspondem a duas construções lógico-discursivas: de um lado, o *entimema*, derivado do silogismo, e, de outro, o exemplo ou a analogia (AMOSSY, 2018a, p. 137, grifo da autora).

O silogismo apresenta premissas (premissa maior; premissa menor) que orientam para uma conclusão. Ele se torna *entimema* quando os elementos não estão todos presentes, sendo necessária a dedução de alguns deles. Pode, também, ramificar-se em *paralogismo*, isto é, em um silogismo que parece válido, mas não o é, pois se trata de argumento falacioso.

Da mesma forma que os esquemas argumentativos no discurso, os elementos pragmáticos para uma análise argumentativa devem ser lembrados. Amossy (2018a, p. 171) explica que não é suficiente apenas observar a interação argumentativa na *doxa* ou seus *entimemas* e analogias para compreender a argumentação porque os elementos verbais não são capazes de apontar sozinhos a forma como se orienta o discurso: “a retórica recorre a aportes, sobretudo, da pragmática, que se preocupa com a orientação argumentativa e com o encadeamento dos enunciados”. A partir da literatura da autora, resumo três tipos por ela considerados principais: as virtudes argumentativas dos elementos lexicais, o papel do implícito e os conectores. A análise conversacional, englobante dos diálogos, entrevistas, debates e conversações não será trabalhada pois creio que estas se afastam das necessidades da tese.

Acerca do dito, Amossy (2018a, p. 172) recorda que a análise argumentativa também está preocupada em como a escolha dos termos modela e orienta a argumentação, por isso, “a análise argumentativa não examina o léxico em si e por si”. Significa dizer, como ela explica, que não bastam apenas as definições do dicionário. Há uma série de significações que surgem no interdiscurso, de modo que as palavras sempre têm peso argumentativo mesmo quando seu uso parece corriqueiro:

Diante dos termos ou das expressões de uso corrente que naturalizam as teses e permitem uma exploração argumentativa velada, encontramos escolhas lexicais chamativas que têm, à primeira vista, um valor polêmico que, por sua vez, provém de uma seleção ostensivamente efetuada em meio a diversas possibilidades, independentemente se tais escolhas figurem como atos intencionais ou não (AMOSSY, 2018a, p. 173).

Sejam verbos, substantivos ou adjetivos, alguns lexemas carregam julgamentos de valor – ou valor axiológico (AMOSSY, 2018a) e quando se manifestam na linguagem, mesmo que na subjetividade, conferem orientação argumentativa ao enunciado. Há momentos em que os sentidos consagrados dos termos se desdobram na forma de retrabalho lexical: definições ou redefinições, dissociações e deslocamentos semânticos. Por exemplo, quando o jornal *O Estado de S. Paulo* publica no editorial “Um mau militar” (6/5/2020):

(...) urge, por fim, deixar claro que as grosserias de Bolsonaro demonstram que ele nada aprendeu nas aulas sobre respeito e civilidade ministradas nas escolas militares. É, no modelo do general Ernesto Geisel, “um mau militar”, que, é bom não esquecer, deixou pela porta dos fundos esta honrada profissão (O Estado de S. Paulo, 6/5/2020).

No trecho, percebe-se a colocação das instituições militares como escolas nas quais o presidente, ex-militar, nada teria aprendido; também há menção ao general Ernesto Geisel, quarto presidente na sucessão dos militares que exerceram o poder a partir de 1964 (ano de instauração da ditadura civil-militar brasileira), como alguém que, por ter participado de uma ditadura e recomendado execuções durante o período, desonrou os militares. Assim, mesmo que pareça uma simples analogia, “a seleção de uma palavra nunca é desprovida de peso argumentativo, mesmo quando ela não tenha sido objeto de um cálculo prévio e, tampouco, em uma primeira abordagem, essa palavra pareça de uso corrente e passe despercebida” (AMOSSY, 2018a, p. 172).

O implícito, por sua vez, segundo Ducrot (*apud* AMOSSY, 2018a, p. 179), beneficia o locutor “da fala da eficácia e da inocência do silêncio”. É uma estratégia de grande força argumentativa porque, ao interpretar, o alocutário coopera com o discurso ao completar os elementos ausentes (AMOSSY, 2018a). No mesmo editorial recém referido, quando *O Estado* diz que o presidente e seus correligionários ofendem “a ordem democrática que os militares juraram responder”, subentende-se que aqueles militares que seguem no apoio a Bolsonaro também traem a instituição militar a qual estão vinculadas.

Acerca dos conectores, na análise argumentativa eles acumulam à sua função de ligação ideias que podem ser depreendidas entre dois lexemas, entre o implícito e o explícito e entre enunciação e enunciado.

Nesse sentido, quando *O Estado* afirma no editorial “O valor inestimável da imprensa livre” (3/5/2022) que “há um consenso sobre a urgência de regulações que reduzam a atuação dos robôs e trolls e restitua o espaço à maioria silenciosa e exausta, mas há pouco consenso sobre quais devem ser”, o jornal assume que há um problema causado a partir da difusão de desinformação pelas redes sociais sem, no entanto, comprometer-se com qualquer forma de regulação.

Dado que a argumentação é desenvolvida em função do alocutário, passa-se ao elemento do leitor, personagem determinante no processo. Anteriormente, discutiu-se o papel do editorial e a quem eles são endereçados. O leitor ideal é integrante das elites econômicas e políticas do país e o editorial serve como uma ferramenta de contato para com esses grupos – para além de indicar a orientação da empresa jornalística ou do veículo perante a sociedade. Sendo a argumentação sempre dialógica, cabe observar, portanto, a quem ela é dirigida.

### **3.3.1 O leitor como elemento da abordagem argumentativa no editorial jornalístico**

A teoria da argumentação de Perelman e Olbrechts-Tyteca considera de suma importância a instância receptora para o processo argumentativo pois é o tipo de alocutário ao qual o argumento é endereçado que ajudará a moldar esse argumento. Dessa forma, diz ela que “impõem-se, então, a questão de saber não somente com que tipo de auditório o orador se relaciona, mas também de que maneira a imagem do auditório construída pelo orador se inscreve na materialidade da troca verbal” (AMOSSY, 2018a, p. 51).

Amossy (2018a, p. 53) lembra que Perelman e Olbrechts-Tyteca, além de outros pesquisadores, consideram como auditório quaisquer que sejam os tipos de interlocutores aos quais é destinada a argumentação, seja ela oral ou escrita e sejam esses interlocutores determinados, indeterminados, presentes ou ausentes no momento do ato de argumentação; além disso, os interlocutores não precisam sequer intervir ativamente: “o discurso argumentativo é sempre dialógico, não obrigatoriamente dialogal”. A argumentação está presente nesses cenários mesmo que o orador antecipe, ele mesmo, os contra-argumentos e presuma as objeções que poderiam vir a serem levantadas (EEMEREN *et al.*, 1996, p. 100 *apud* AMOSSY, 2018a, p. 53). Se, para haver argumentação, não importa a ação ou a passividade do interlocutor, essa diferenciação é importante para a dinâmica do processo: “suas modalidades são diferentes se o público ao qual se dirige não tem direito de resposta ou, ao contrário, se for um interlocutor singular que se mostra parceiro ativo da troca” (AMOSSY, 2018a, p. 54). Disso,

tem-se que a construção da imagem do interlocutor é fundamental o processo de adaptação ao auditório e na consequente eficácia discursiva (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005) e decorre disso a importância da *doxa* para a argumentação.

A *doxa* é a opinião comum que permitirá pontos de acordo entre o orador e o auditório. O orador deve considerar esses lugares comuns porque eles ajudam a determinar a qual tipo de auditório se deve buscar proceder a adaptação. Conforme Perelman e Olbrechts-Tyteca, bem como Amossy, o orador somente conseguirá a desejada adesão do público se construir um discurso baseado em premissas já aprovadas por este. Para um veículo de comunicação – como são os jornais aqui analisados – trata-se do leitor ideal, uma figura que não se confunde com o leitor material, realidade empírica de carne e osso, ainda que possam ser encontrados pares ou semelhantes desse leitor ideal na sociedade. No entanto, é a proximidade entre a figura do leitor ideal e o leitor material que determinará maior ou menor nível de sucesso da argumentação. Para Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), essa imagem do auditório ideal é percebida como uma ficção verbal: “ele se constitui de uma ficção não somente porque é construído pelo orador – e, portanto, provém, pelo menos parcialmente, de seu imaginário –, mas também porque ele não se confunde com o público empírico” (AMOSSY, 2018a, p. 55). No caso dos veículos jornalísticos, trata-se da representação que o jornal constrói acerca das representações do público (GRIZE, 1990, p. 35 *apud* AMOSSY, 2018a, p. 57). Isso significa que mesmo que se tenha acesso aos dados de perfil de assinantes traçados por esses veículos, não serão essas informações que dirão, de fato, qual a imagem do alocutário que o veículo considera porque:

É no texto que ela [a imagem do alocutário que modela a empreitada de persuasão] se deixa plenamente apreender: a representação que o locutor tem de seu público não pode ser percebida fora do discurso no qual se inscreve. É somente quando se materializa na troca verbal que ela toma consistência e pode ser relacionada a dados ou imagens exteriores preexistentes (AMOSSY, 2018a, p. 57).

Essa noção de imagem do alocutário não difere do conceito de estereótipo, fator importante do qual o orador faz uso para se aproximar de um ou outro determinado tipo de *doxa* e, assim, conectar-se com o seu público. Trata-se sempre de um discurso endereçado a uma representação do alocutário. O locutor trabalha com uma imagem simplificada e esquematizada do seu público e que corresponde às necessidades que ele julga serem importantes para que consiga se conectar com a ele.

A imagem do alocutário pode ou não estar explícita na literalidade do enunciado. Ela “remete ora àquela do grupo do qual o interlocutor participa, ora à imagem prévia que circula na opinião pública ou na comunidade da qual os parceiros da interação são membros”

(AMOSSY, 2018a, p. 60). Quando claramente expressa, ela se materializa em índices de alocação, que são marcas linguísticas que designam o auditório. Conforme Amossy (2018a), a linguística da enunciação de Benveniste fornece parâmetros para denominar essas marcas: são as designações nominais explícitas; as descrições do auditório; os pronomes pessoais; e as evidências compartilhadas.

Quadro 3 – Índices de alocação

Designações nominais explícitas	Vocativos, desde designações neutras (“minhas senhoras”; “meus senhores”; “caros colegas”) a imagens orientadas do auditório (“juventude heroica”; “bravos trabalhadores”).
Descrições do auditório	Geralmente, expansão dos vocativos que desenvolvem uma síntese do alocutário (“Meus amigos, vocês que defendem os Direitos do Homem, que lutam há tempos por uma sociedade justa, etc., não podem ser favoráveis à integração de um partido de extrema-direita ao governo”).
Pronomes pessoais	Pronomes das segundas pessoas do singular e do plural associados a pronomes possessivos. Torna possíveis vários referentes, englobando ou não o locutor; envolvendo o auditório e, a partir do uso da terceira pessoa, permite causar um efeito de referente indireto – fala-se para alguém fingindo dirigir-se a outro.
Evidências compartilhadas	Designações discretas do auditório pelas crenças, opiniões e valores que o discurso lhe atribui, explícita (“guardiões da civilização”) ou implicitamente (“Tenhamos a coragem de dizer a verdade aos pais desses jovens” – neste caso, Amossy diz: “supõe-se que o ouvinte acredite na supremacia de um valor, isto é, a verdade, que merece assumirmos riscos para defendê-la”). Ainda que as demais designações sejam ausentes, haverá sempre alguma inscrição de valores e de crenças subentendidas nos enunciados ou verificáveis, sob análise, nos <i>topoi</i> ou sob a forma de pressupostos tomados pelo locutor. Podem ser evidenciados a partir do <i>logos</i> argumentativo.

Fonte: Amossy (2018a, p. 60), adaptado.

Porém, há de se lembrar que o público ao qual o editorial é destinado, apesar de parecer uniforme quando se pensa no modo como ele é idealizado pelo jornal, engloba diferentes tipos de indivíduo. Ele compõe um tipo de auditório denominado “heterogêneo” (AMOSSY, 2018a) ou “compósito” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005), formado por pessoas com



pensamentos diversos e antagônicos. Para o caso de o orador procurar atingir a totalidade desse auditório, as estratégias argumentativas deverão ser diferentes de quando o grupo visado é homogêneo. No caso de um auditório homogêneo, a situação é a mais simples que um orador pode encontrar, pois os valores compartilhados entre o público são os mesmos e, se não forem, o orador pode trabalhar sob a perspectiva dos estereótipos: “a homogeneidade, sempre relativa e provisória do público, existe apesar de tudo. Ela deriva do fato que o orador, para construir o seu auditório, pode apostar em um denominador comum” (AMOSSY, 2018a, p.63). Caso contrário, frente ao heterogêneo, o orador precisará acionar múltiplos argumentos para gerar a adesão do seu auditório (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005).

Tomando por base a teoria discutida até aqui, no caso de uma análise que leve em conta a materialização verbal do discurso – como a análise a qual esta tese se propõe –, para identificar o auditório e determinar a homogeneidade ou a heterogeneidade dele, é preciso considerar a forma como ele aparece referenciado no discurso. Amossy (2018a) cita três etapas principais para essa análise.

1. classificar grupos de alocutários aos quais o discurso se dirige em função de três critérios verbais já evocados: designações, pronomes pessoais, evidências compartilhadas;
2. examinar como o discurso hierarquiza os grupos: qual é a importância atribuída a cada um deles, segundo o lugar que ocupam no texto ou segundo a insistência dada aos valores que os distinguem?
3. ver como as premissas e evidências compartilhadas que o discurso utiliza para cada grupo se conciliam entre si (tarefa mais ou menos difícil, conforme o grau de heterogeneidade do público e, portanto, da divergência de suas premissas) (AMOSSY, 2018a, p. 69).

Inicialmente, acredito que o discurso presente no editorial pretenda ser sempre universal, ainda que oscile entre se posicionar perante um segmento da sociedade ou perante diversos segmentos a partir de uma ideia compartilhada entre eles. Acerca disso, Perelman e Olbrechts-Tyteca afirmam, tomando por base o discurso filosófico, que este se dirige sempre a um auditório universal “não porque eles imaginam convencer todo mundo, mas porque pensam que aquilo que propõem é válido para a razão de todo ser humano, independentemente do tempo e do lugar” (AMOSSY, 2018a, p. 75). De forma semelhante, pela característica do gênero editorial e pelo papel do jornalismo enquanto ator político, pode-se pensar da mesma forma sobre o *corpus* aqui representado. Tal comparação pode parecer até mesmo exagerada, considerando que se tratam de duas instâncias bastante diferentes – a filosófica, que se pretende universal desde a sua origem, e a jornalística, mais focada em um momento histórico e socialmente delimitado –, mas sob a perspectiva de Perelman e Olbrechts-Tyteca bem como a

de Amossy, parece ser razoável manter tal convicção. Ambas literaturas reforçam a ideia de construção de um auditório universal como uma construção sócio-histórica, ou seja, produto de uma sociedade e de uma época específicas: “essa abordagem consiste em destacar a importância dos discursos que visam todos esses seres de razão, insistindo na variabilidade da ideia que cada cultura, cada época fazem do que consiste o ser da razão” porque a existência do auditório universal não é objetiva; tal como qualquer auditório, trata-se de uma ficção criada pelo orador, uma “imagem que o orador tem do homem razoável, de seus modos de pensar e de suas premissas” (AMOSSY, 2018a, p. 76). Reforça-se a ideia de que o discurso é construído em função da cultura na qual ele se insere.

Com o foco em outro movimento de construção do auditório, convém lembrar que esse ato de construir realizado por parte do orador também constitui por si só uma estratégia argumentativa. Ela extrapola o fato de ser como o locutor percebe seus interlocutores e se constitui também em uma maneira como o locutor apresenta ao auditório uma imagem dele mesmo (AMOSSY, 2018a). A identificação de si mesmo no discurso pelo auditório é um fator de suma importância para a eficácia da ação argumentativa. Tal como no processo de incrustação da desinformação na sociedade, que ocorre pela identificação dos indivíduos com as histórias que lhes são contadas, a estratégia de fazer o auditório se reconhecer no discurso é uma forma de o orador chegar mais facilmente ao seu objetivo a partir do reconhecimento do auditório com a imagem dele que lhe é oferecida: “a construção do auditório no discurso pode manifestar-se como uma técnica argumentativa”, diz Amossy (2018a, p. 78), porque “trata-se de fazer o alocutário aderir a uma tese ou adotar um comportamento por se identificar a uma figura de si que lhe é agradável”. A pesquisadora também ressalta que não se trata de uma estratégia negativa, mesmo que possa envolver a sedução e a demagogia – como pode acontecer quando um comerciante tenta consolidar uma venda expondo, em grau superlativo, as qualidades de um produto e as associando ao cliente.

De forma alguma se pretende que essa síntese apresente uma compreensão completa sobre os tópicos, porém, ela ajuda a compreender os aspectos que podem ser absorvidos dos editoriais analisados nesta tese. Acrescento que apesar desses recursos serem apresentados em uma determinada ordem aqui, no momento de análise, eles acabam se misturando e são apontados conforme emergem do texto. Portanto, a Análise Discursiva Argumentativa é sistematizada primeiro verificando os índices de alocação para identificar as formas de conexão com o auditório (esse tópico é trabalhado a seguir) e, depois, apontando nos textos os esquemas argumentativos e os elementos pragmáticos observados.

Adiante, as observações extraídas das operações computadorizadas apresentam dimensões que resumem as escolhas lexicais constituidoras do texto e permitem uma apresentação gráfica dos encadeamentos dos enunciados, evidenciando os principais termos acionados no recorte. Essas ferramentas servem de suporte, mas, como será defendido logo mais, não extinguem a análise tradicional, uma vez que os encadeamentos dos enunciados e as marcas do implícito carecem de serem verificadas pelo analista em consonância com as abordagens comunicacional, dialógica, genérica, textual e figural.

### **3.3.2 Softwares de análise linguística e textual como complemento à Análise Discursiva Argumentativa**

As pesquisas são comumente diferenciadas entre quantitativas e qualitativas. Quando se fala em análise do discurso, automaticamente se remete à segunda abordagem. No entanto, a proposta desta tese é de complementar o qualitativo a partir das técnicas de análise textual computadorizada. Trata-se, conforme descreve Omena (2019) de se pensar *com* e *através* dos dispositivos digitais, sob um processo de trabalho que também é manual e se dá desde o monitoramento e verificação dos dados até as visualizações exploratórias e a produção de inferências sobre o conteúdo que emerge do *corpus*. O uso de *softwares* para esta análise também busca contribuir para o aperfeiçoamento das pesquisas, de modo a permitir observações mais qualitativamente aprofundadas – como as análises discursivas – em maior escala, porém em menor período de tempo. Defendo, ainda, que tanto para uma análise discursiva amparada por ferramentas digitais quanto para o exercício do jornalismo, trata-se de promover uma forma de “contar histórias com redes e dados relacionados” (VENTURINI *et al.*, 2019, p. 100).

Adentrando no funcionamento dos *softwares* de análise linguística, acredito no valor que as representações gráficas das redes podem agregar às análises discursivas. Sobre isso, Venturini *et al.* (2019) afirmam que tais representações permitem situar um ponto em relação a outro e indicam o percurso e a proximidade entre eles. Para isso, há ferramentas específicas dependendo do que se busca observar. Aqui, os *softwares* de análise linguística *Voyant-Tools*, *AntConc*, *WORDij* e *IRaMuTeQ* exercem essa função. Eles complementados por outros programas, como o *NodeXL*, o *Gephi* e algoritmos presentes neste, a exemplo do *OpenOrd* e do *ForceAtlas2*.

Antes de continuar, acredito ser justo lembrar que a adoção de técnicas baseadas no uso de máquinas para análise do discurso francesa não é novidade. Há registros de métodos desde

a década de 1960 para medir o impacto social das palavras no discurso (KÄSPER; MAURER, 2020; LINDGREN, 2016)<sup>101</sup>. Um exemplo disso é a análise estatística dos discursos radiofônicos do ex-presidente francês Charles de Gaulle emitidos entre os anos de 1958 e 1965. Conforme Käsper e Maurer (2020), ainda que buscando trabalhar unicamente com o vocabulário, o referido estudo foi, sobretudo, importante para aprimorar o uso sistemático do computador. Possibilidades mais complexas de trabalho a partir de procedimentos de lematização e de categorização, no entanto, só foram possíveis a partir da década de 1980.

Já na contemporaneidade, a inteligência artificial permite robustas análises lexicais a partir de estatísticas trabalhadas por computador:

Esse tipo de estatística diz respeito, é claro, não apenas a algumas palavras selecionadas, mas a um grande número de dados contrastados. Uma análise de agrupamento em nível semântico origina, posteriormente, interpretações em termos de perfis sociopsicológicos e históricos [...] (KÄSPER; MAURER, 2020, p. 380, tradução própria)<sup>102</sup>.

Um exemplo do uso de *softwares* de análise linguística pode ser observado no estudo de Nichols *et al.* (2021), cujos programas de computador amparam a identificação de narrativas que mostram a relação entre palavras, conceitos e recursos argumentativos. Eles aplicam a *Connected Concept Analysis* (CCA), a partir da qual é possível apresentar uma análise a partir da junção de elementos quantitativos e qualitativos dos textos. A técnica também permite o processamento de grande quantidade de material textual e considera a sensibilidade do discurso (LINDGREN, 2016). As informações que os *softwares* permitem obter incluem correlações e co-ocorrências formadas pelo conjunto lexical fornecido a partir dos textos. Conforme Nichols *et al.* (2021), com o uso dos programas adequados, pode-se aceder a grafos e métricas de modularidade – esta, conjunto de cálculos das posições dos nós e suas conexões que, entre outros *outputs*, permite a criação de *clusters* – e métricas de intermediação – que fornecem o índice de centralidade de um nó em uma rede.

Acerca da *Connected Concept Analysis*, Lindgren (2016) explica que se trata de um método baseado em codificação comparativa constante que, a partir da construção de conceitos e de análise de rede, permite conectar palavras ou frases. Como resultado, obtém-se, por

---

<sup>101</sup> Bancos de dados analógicos, no entanto, já vinham sendo experimentados desde os anos 1920 (SARDINHA, 2000).

<sup>102</sup> No original, em inglês: “This kind of statistics concerns of course not only some selected words but a large number of contrasted data. An elaborated cluster analysis at the semantic level gives subsequently birth to the interpretations in terms of socio-psychological and historical profiles [...]”.

exemplo, gráficos de redes dos principais conceitos interligados ao conjunto de textos analisados, condição que serve de amparo para a análise do discurso:

Métricas quantitativas podem ser calculadas para agrupar ou, de outra forma, descrever o conjunto de dados, enquanto uma compreensão teórica do discurso (...) pode ser empregada pra dar sentido a ele de forma qualitativa. Em suma, a combinação de influências da análise comparativa constante, análise de rede e teoria do discurso fornece uma estrutura integrada para fazer algo que muitas vezes foi visto como impossível, ou mesmo blasfemo: medir o discurso (LINDGREN, 2016, p. 342, tradução própria)<sup>103</sup>.

Com base nessa percepção e nos usos que vêm sendo referendados em diversas pesquisas como a de Nichols *et al.* (2021), acredito que a CCA seja uma técnica válida para ser explorada no contexto desta tese.

O procedimento tem, na sua concepção, o objetivo de permitir a execução de análises qualitativas do discurso frente à massiva produção de informações nesta que se convencionou chamar de “era do *big data*”. Vincula-se à Análise de Redes e é uma técnica que visa suprir as necessidades de observação de crescentes produções textuais, cada vez mais extensas, nas redes sociais digitais e fóruns na internet. Entre as possibilidades, está a de se avançar nas análises sobre quantidades cada vez maiores de texto sem a necessidade de selecionar apenas uma amostra e excluir grande quantidade de informações (LINDGREN, 2016).

Assim, diante da pronta disponibilidade on-line de conjuntos de dados complexos, baseados em texto e em grande escala, há uma necessidade inevitável de chegar a um acordo com a divisão quanti-qualitativa na análise de texto. O caráter em rede dos meios de comunicação online socialmente demarcado exige que as sensibilidades semióticas e semânticas sejam combinadas com a análise de rede (LINDGREN, 2016, p. 343, tradução própria)<sup>104</sup>.

O pesquisador caracteriza como óbvias as vantagens de se poder “destilar” grande parte de texto em pouco tempo (o que poderia levar até mesmo meses de trabalho em tempo integral caso fosse demandado apenas esforço humano). Citando Moretti (2013), Lindgren (2016, p. 344) sugere que esse não é o único aspecto positivo. Ele afirma que também se trata de uma questão de análise o ato de não proceder a leitura de todo o material, uma vez que tal

---

<sup>103</sup> No original, em inglês: “Quantitative metrics can be calculated in order to cluster or otherwise describe the dataset, while a discourse theoretical understanding (Laclau and Mouffe, 1985) can be employed in order to make sense of it in a qualitative way. All in all, the combination of influences from constant comparative analysis, network analysis, and discourse theory provides an integrated framework for doing something which has often been seen as impossible, or even blasphemous: measuring discourse”.

<sup>104</sup> No original, em inglês: “So, in the face of the ready availability online of complex, text-based, largescale datasets, there is an inescapable need of coming to terms with the qualitative-quantitative divide in text analysis. The socially networked character of online communication media demands that semiotic and semantic sensibilities are brought together with network analysis”.

procedimento pode dispersar o verdadeiro foco da pesquisa. Essa ação é a chamada “*distant reading*” (leitura à distância, em tradução livre), contraposta à técnica de “*close reading*” (leitura atenta), tão comum às análises discursivas:

O problema com a leitura atenta [...] é que ela necessariamente depende de um cânone extremamente pequeno [...] [Você] investe tanto em textos individuais apenas se pensa que muito poucos deles realmente importam. Caso contrário, não faz sentido [...] [O] que realmente precisamos é de um pequeno pacto com o diabo: sabemos ler textos, agora vamos aprender a não os ler. Leitura à distância: onde a distância [...] é uma condição do conhecimento: permite focar em unidades muito menores ou muito maiores que o texto: dispositivos, temas, tropos – ou gêneros e sistemas. E se, entre o muito pequeno e o muito grande, o próprio texto desaparece, bem, é um daqueles casos em que se pode dizer com razão, menos é mais. Se queremos entender o sistema em sua totalidade, devemos aceitar perder algo. Sempre pagamos um preço pelo conhecimento teórico: a realidade é infinitamente rica; os conceitos são abstratos, são pobres. Mas é justamente essa “pobreza” que torna possível lidar com eles, e, portanto, saber (MORETTI, 2013, p. 48-49 *apud* LINDGREN, 2016, p. 344, tradução própria<sup>105</sup>).

Confesso que essa mesma ideia de Moretti já me circundava quando da decisão de fazer uso de *softwares* de análise linguística na tese – antes mesmo de eu tomar conhecimento do conteúdo da sua fala. Acredito que a análise de um excerto de textos sobre um determinado tema possibilita que as considerações daí obtidas sejam elevadas à explicação em uma escala maior. No caso da presente tese, significa dizer que a análise discursiva de *alguns* textos pode exprimir a ideia dos atores políticos em questão sem que se seja necessário o aprofundamento característico da análise discursiva em *todos* os textos da coleta. E é justamente essa a proposta da CCA: um tipo híbrido de leitura que se estabelece em alternância entre redução quantitativa e validação qualitativa. Nas palavras de Lindgren (2016, p. 344, tradução própria), isso mantém uma “sensibilidade qualitativa” ao mesmo tempo que ousa em “diminuir o *zoom*” para olhar todo o conjunto de dados, “refinando e validando conceitos codificados qualitativamente por meio de medidas quantitativas”<sup>106</sup>.

---

<sup>105</sup> No original, em inglês: “The trouble with close reading [...] is that it necessarily depends on an extremely small canon [...] [Y]ou invest so much in individual texts only if you think that very few of them really matter. Otherwise, it doesn’t make sense [...] [W]hat we really need is a little pact with the devil: we know how to read texts, now let’s learn how not to read them. Distant reading: where distance [...] is a condition of knowledge: it allows you to focus on units that are much smaller or much larger than the text: devices, themes, tropes – or genres and systems. And if, between the very small and the very large, the text itself disappears, well, it is one of those cases when one can justifiably say, Less is more. If we want to understand the system in its entirety, we must accept losing something. We always pay a price for theoretical knowledge: reality is infinitely rich; concepts are abstract, are poor. But it’s precisely this “poverty” that makes it possible to handle them, and therefore to know”.

<sup>106</sup> No original, em inglês (trecho completo): “It alternates between quantitative reduction and qualitative validation throughout the research process in order to maintain a qualitative sensibility while also daring to zoom out and look at the entire dataset, by refining and validating qualitatively coded concepts through quantitative measures”.

Lindgren (2016) também destaca que se trata de um procedimento que usa tanto de uma sensibilidade para como o significado é construído quanto de um meio para mapear a dinâmica de rede – usando, para isso, aspectos semióticos relacionados ao discurso. Frisa-se que tem ligação com outro método, este chamado *Network Text Analysis* (NTA), mas que também pode aparecer como *Semantic Network Analysis*. A NTA considera que a associação de palavras representa o significado inerente aos textos. É uma técnica que engloba abordagens como *Knowledge Graphing*, *Popping*, *Map Analysis*, *Co-Word Analysis*, *Word Network Analysis* e *Centering Resonance Analysis*. O pesquisador afirma que a *Connected Concept Analysis* e a *Network Text Analysis* são análises semelhantes, mas que se diferem na forma como os conceitos são identificados e trabalhados no decorrer da pesquisa. Para a NTA, a identificação dos conceitos é feita basicamente de modo automatizado, enquanto a CCA faz uso de codificação qualitativa para identificar temas. Lindgren adverte que conceitos teóricos e filosóficos até podem ser usados na NTA, porém somente na leitura final dos gráficos. No caso da CCA, o aspecto sociocultural é parte integrante do processo de pesquisa.

Estudiosos que adotam focos mais abertos ou mais fechados para as suas pesquisas têm, cada um, as suas justificativas metodológicas. Aqueles que se debruçam com mais profundidade sobre um grupo menor de observações afirmam que esse exercício é fundamental para a compreensão das complexidades da realidade; aqueles que trabalham com um número maior de casos acreditam que as análises sistematizadas de grande quantidade de dados permitem afirmações confiáveis sobre uma *ordem verdadeira das coisas* (HERMANN; CRONQVIST, 2006 *apud* LINDGREN, 2016). Todavia, a possibilidade de se equilibrar os pontos fortes e fracos dos métodos qualitativo e quantitativo tem se mostrado possível e atraente a muitas pesquisas (BRADY, COLLIER, 2006; RAGIN, 2000 *apud* LINDGREN, 2016). A *Connected Concept Analysis* é um desses métodos. Ela mescla a análise comparativa constante, a teoria do discurso e a análise de texto em rede e cada uma dessas técnicas exerce uma função (LINDGREN, 2016): a análise comparativa define categorias (também chamadas de temas ou de conceitos) e orienta a direção do olhar do pesquisador. É um conceito sensibilizador, no sentido explicado por Lindgren (2016, p. 348, tradução própria) de que “sua codificação é baseada na identificação de palavras ou formulações que possam orientar o pesquisador ainda mais na análise do texto” e inclui, ainda, a ideia de saturação, “que se refere a como a codificação pode ser terminada antes que tudo tenha sido lido”<sup>107</sup>. Isso ajuda o pesquisador a saber até onde deve ir, isto é, até quando novas observações podem adicionar ou não algo novo.

---

<sup>107</sup> No original, em inglês (trecho completo): “CCA works not with definitive concepts, but with sensitizing concepts. Its coding procedure is based on the identification of such words or formulations that might guide the

Assim, a *Connected Concept Analysis* emerge na busca de uma abordagem que combine a *Network Text Analysis* ao exercício interpretativo presente em todo o processo de análise do discurso. Lindgren (2016) compartilha da afirmação de Moser *et al.* (2013), autores que percebem a sedução que a computação de dados exerce sobre os pesquisadores, mas que também classificam ela como ferramenta insuficiente quando se trata de entender o conteúdo dos laços que elas revelam: “a CCA”, diz Lindgren (2016, p. 346, tradução própria), “visa de fato integrar a análise de rede com a análise interpretativa e aplicar esse pacote metodológico na análise do conteúdo do texto”<sup>108</sup>. Já a teoria do discurso atua sobre a percepção de conceitos dominantes que se legitimam e de conceitos que são marginalizados ou apagados, conforme já foi discutido anteriormente. Por fim, a Análise de Redes expressa a sua utilidade ao “realizar análises de relações discursivas”, ou seja, mapeando e analisando pontos nodais, momentos e relações conceituais dentro das formações discursivas (LINDGREN, 2016, p. 349, tradução própria<sup>109</sup>).

Ainda é necessário apontar que os *softwares* de análise linguística adotados na tese trabalham sob a perspectiva da Linguística de *Corpus*. Destaca-se que ela

ocupa-se da coleta e exploração de corpora, ou conjunto de dados linguísticos textuais que foram coletados criteriosamente com o propósito de servirem para a pesquisa de uma língua ou variedade linguística. Como tal, dedica-se à exploração da linguagem através de evidências empíricas, extraídas por meio de computador (SARDINHA, 2000, p. 325).

Sardinha (2000, p. 350) esclarece que a Linguística de *Corpus* adota um quadro conceitual que mescla a abordagem empirista e a visão da linguagem enquanto sistema probabilístico. Do empirismo, tem-se a noção de que o conhecimento é originário da experiência: “na linguística, o empirismo significa dar primazia aos dados provenientes da observação da linguagem, em geral, reunidos sob a forma de um corpus”; a visão probabilística, por sua vez, está baseada na “probabilidade de sistemas linguísticos, dados os contextos em que os falantes os empregam”. Portanto, tem-se que “a frequência dos itens linguísticos importa, não ocorre por acaso e nem poderia, uma vez que estamos diante de uma ciência que trabalha com dados de falantes reais”, ideia que se soma ao conceito de que os discursos não são

---

researcher further into the analysis of the text. Another important notion is that of “saturation” (Glaser and Strauss 1967), which refers to how coding can be terminated before everything has been read”.

<sup>108</sup> No original, em inglês (trecho completo): “CCA, on the other hand, aims to actually integrate network analysis with interpretive analysis and to apply this methodological package in the analysis of text content”.

<sup>109</sup> No original, em inglês (trecho completo): “Drawing on such a perspective, network analysis can be of use in order to perform analyses of discursive relations. Various forms of network text analysis can be used to map out and analyze nodal points, moments (“differential positions”) and conceptual relations (“chains of equivalency”) within discursive formations”.



inocentes e de que os usos das palavras e das sequências discursivas não são ao acaso<sup>110</sup>. Conforme Sardinha, verifica-se a variação de conjuntos de traços linguísticos conforme contextos comunicativos específicos:

O mais importante da diferença entre os traços é o fato de essas diferenças não serem aleatórias. Se o fossem, então o fato das possibilidades estruturais se realizarem com frequências diferentes não seria significativo, isto é, não acrescentaria informação a respeito da própria estrutura. Entretanto, pelo contrário, há um mapeamento regular entre a frequência maior ou menor de um traço e um contexto de ocorrência. Ou, nas palavras de Biber (1988, 1995), há uma correlação entre características linguísticas e situacionais (os contextos de uso) (SARDINHA, 2000, p. 351).

Afirmar que a variação não é aleatória pressupõe a existência de uma padronização da linguagem e essa se dá pela recorrência, ou seja, por repetições significativas que derivam em um padrão lexical ou léxico-gramatical (SARDINHA, 2000). Esses, por sua vez, apresentam regularidade no idioma. Importa para a tese:

Para se saber qual a probabilidade de um traço ou estrutura é necessária, portanto, a observação empírica da frequência do emprego, realizado por diversos usuários, em contextos definidos. Destas considerações, tira-se duas conclusões. A primeira é a importância primordial de um corpus como fonte de informação, pois ele registra a linguagem natural realmente utilizada por falantes e escritores da língua em situações reais. A segunda é a não-trivialidade da investigação de ocorrência de traços linguísticos de várias ordens (lexicais, sintáticos, semânticos, discursivos, etc), pois é através do conhecimento da frequência atestada que se pode estimar a probabilidade teórica (SARDINHA, 2000, p. 352).

Exemplos disso são apresentados adiante e demonstram formas de melhorar a legibilidade dos grafos, tal como a estratégia de espacialização dirigida por força. Em resumo,

Tal espacialização segue uma analogia física: os nós são carregados com uma força repulsiva que os separa, enquanto as arestas agem como molas, ao ligarem os nós que elas conectam. Quando o algoritmo é iniciado, ele altera a disposição dos nós até alcançar um equilíbrio entre tais forças (Jacomy et al., 2014) Esse balanceamento reduz o cruzamento de linhas e aprimora a legibilidade do grafo (VENTURINI *et al.*, 2019, p. 103).

Outro efeito que essa estratégia proporciona é o de equilíbrio: “a densidade visual de nós e arestas se torna uma aproximada, embora segura, representante de estrutura matemática do grafo (VENTURINI *et al.*, 2019, p. 103). Também facilitam a leitura, tornando-a mais intuitiva, a partir da forma como a imagem se constitui: um grupo de nós podem ser identificados no *layout* como *clusters*; os buracos estruturais se apresentam como zonas esparsas, com pouca ou nenhuma presença de nós; nós centrais, os *hubs*, colocam-se em

---

<sup>110</sup> Curso Técnicas para Análise de Textos – Online (IBPAD, *op. cit.*).

posições intermediárias; entre as diferentes regiões, percebem-se pontes, as arestas, que ligam os pontos entre si (VENTURINI *et al.* 2019).

Disso, uma máxima de Venturini *et al.* (2019, p. 106, grifo dos autores) simplifica a noção que se deve ter em mente ao se observar uma rede: “tudo pode estar conectado neste mundo, mas nem tudo está *igualmente* conectado”. Uma rede pode apresentar distribuição irregular entre os atores e as suas conexões e isso resulta numa distribuição de densidade assimétrica que pode ser traduzida nos recém mencionados *clusters* e buracos estruturais. Daí que a representação gráfica das redes pode revelar padrões que permitem determinadas afirmações sobre elas e o cruzamento desses padrões com as análises discursivas argumentativas, então, apresentam as possibilidades de inferências para o *corpus* como um todo.

Aluísio e Almeida (2006, p. 157) resgatam em teóricos da Linguística de *Corpus* quatro características fundamentais para a sua estruturação. São elas: amostragem e representatividade; tamanho finito; formato eletrônico e; referência padrão. Amostragem e representatividade significam que “um corpus deve ter uma amostragem suficiente da língua ou variedade de língua que se quer analisar para obter-se o máximo de representatividade” delas. Ainda que abrangente, há a necessidade de que seja delimitado, isto é, finito, para que seja possível o seu processamento. A disponibilidade em formato eletrônico também decorre do tamanho que esse *corpus*, mesmo que finito, apresentará para que seja considerado suficientemente representativo. Isso permite rapidez na pesquisa e na manipulação do que se está observando, bem como permite navegação entre os dados de forma que manualmente seria inviável. Por fim, “existe um entendimento tácito de que um *corpus* constitui uma referência padrão para a variedade de língua que ele representa, pressupondo que o corpus esteja disponível para outros pesquisadores” (ALUÍSIO; ALMEIDA, 2006, p. 158). Estando claras essas noções de linguística de *corpus* e de análise discursiva, pode-se adentrar aos processos que culminam nos dados analisados nesta tese.

O próximo capítulo apresenta os procedimentos de seleção de *corpus* e definição de *corpus* que compõem as etapas mais técnicas da análise. Também foca nos procedimentos metodológicos por meio dos quais a análise foi operacionalizada e que possibilitaram as inferências extraídas dos textos dos editoriais. Para além de explicar como a análise é realizada, apresento a metodologia com a intenção de que seja o mais transparente possível ao leitor. O tom *manualesco* acabou por ser inevitável dado o meu desejo de que os procedimentos possam ser compreendidos inclusive por aqueles que estão pouco familiarizados com as abordagens adotadas.

#### 4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Considero que a delimitação do *corpus* é uma das tarefas que provoca mais insegurança no pesquisador durante a escrita de um trabalho que envolve as ciências da linguagem. Charaudeau (2011, p. 1, grifo do autor) afirma que não há uma definição consolidada a se recorrer cada vez que surge a necessidade de justificar qual material compõe a análise: “o *corpus* não existe em si, mas depende do posicionamento teórico a partir do qual ele é considerado”. Ele defende que se deve levar em conta o contexto situacional, entre outros, mas que dificilmente se encontrará em um manual todos os procedimentos adequados necessários para dar conta da pesquisa.

A presente tese realiza a definição do *corpus* em duas partes. A primeira é mais abrangente e compõe os processos necessários para a coleta de dados fundamentais para a realização dos procedimentos de linguística de *corpus*, bem como o material a ser analisado por ela. A segunda se caracteriza pela criação de um *corpus* a fim de permitir a operacionalização da Análise Discursiva Argumentativa. Para as duas etapas, procuro justificar que os procedimentos adotados suprem as necessidades da tese de modo que sejam viáveis e condizentes com os objetivos e problemáticas desta pesquisa. Ambas procuram obedecer aos procedimentos metodológicos já discutidos pela comunidade científica e relacionam a metodologia com a contextualização e as teorias apresentadas nos capítulos anteriores.

A metodologia proposta para a tese busca suprir as questões unindo a análise tradicional à computadorizada, cruzando as informações obtidas por meio de cada uma delas e traçando um panorama acerca da argumentação desempenhada no jornalismo político em um grande período de tempo: trata-se de um recorte de quatro anos de editoriais que abordaram em algum nível as desordens de informação.

##### 4.1 DEFINIÇÃO DO *CORPUS* E DELIMITAÇÃO PARA ANÁLISE

Os teóricos sempre indicam a necessidade de se debruçar sobre um *corpus* robusto, “exaustivo” (BENETTI, 2008; CHARAUDEAU, 2011). É justamente na tentativa de se contemplar essa exigência que se recorre à linguística de *corpus* e ao seu processamento computadorizado. Aluísio e Almeida (2006, p. 159), amparadas em Biber (1993), afirmam que

a elaboração de um corpus é um processo que avança em ciclos: inicia-se a escolha dos textos baseada em critérios externos e culturalmente aceitos

(tipologia de gênero e tipos de textos, por exemplo), depois se prossegue com investigações empíricas da língua ou variedade linguística sob análise (também denominados critérios internos) e, finalmente, procede-se com a revisão de todo o projeto.

Dado o interesse em me debruçar sobre o tratamento do jornalismo sobre a desinformação, em especial, no contexto do jornalismo político, estabeleci um recorte temporal que busca contemplar um período de efervescência da temática na imprensa nacional – de 1º de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2022, intervalo que coincide com o mandato de Jair Bolsonaro como presidente da República. Também, determinei palavras que pudessem contemplar o assunto a partir de um consenso obtido das discussões teóricas realizadas. Assim, adota-se inicialmente a perspectiva de recorte diacrônico, conforme defendida por Moura (2009, p. 66). A pesquisadora afirma que essa abordagem permite “o desenho da malha discursiva do tema escolhido” levando ao interdiscurso a partir do “já dito em momentos diferentes”. O recorte de tempo diacrônico, diz ela, origina um *corpus* que deve ser estabelecido a partir de um fio de sentidos central.

Nesta tese, o processo de busca do fio de sentidos acontece, primeiro, a partir da definição de palavras-chave. Dois termos serviram de base para a busca dos textos: “desinformação” e “*fake news*”. Esses termos estão em consonância com a teoria discutida nos capítulos anteriores, de modo que o primeiro, oriundo de *dis-information*, segue o que considero mais adequado para a abordagem da temática e leva em consideração a proposta de Wardle e Derakhshan (2017); o segundo, por ser uma expressão corriqueiramente usada como sinônimo da anterior, aparece nos textos com o mesma ideia de *dis-information* – uma informação falsa e proposital criada para causar algum prejuízo. Relevante destacar que não é raro que os textos designem a desinformação também como uma consequência das *fake news*.

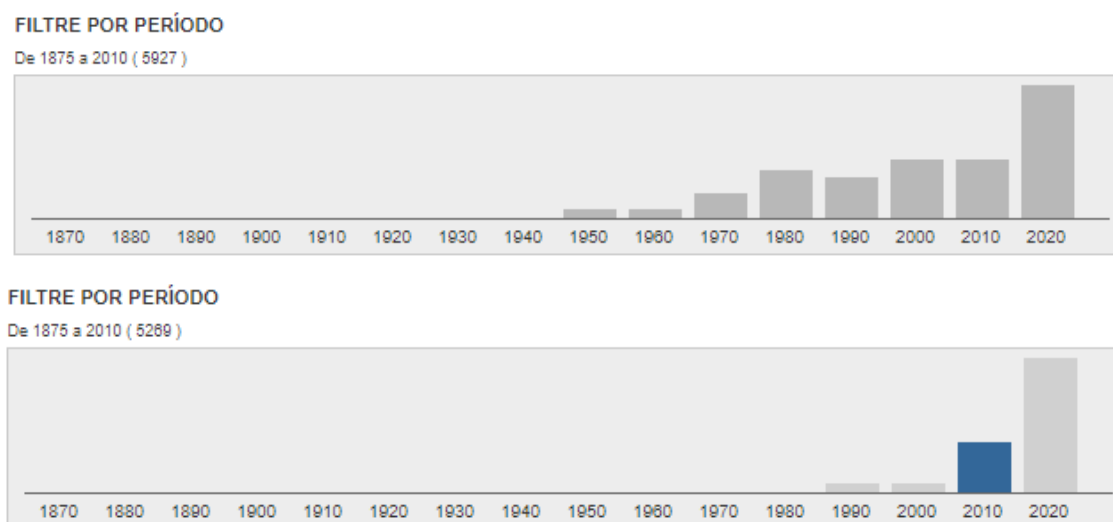
Um exemplo das explorações realizadas para se chegar ao *corpus* está no mecanismo de busca avançada do acervo digital do jornal *O Estado de S. Paulo*. Esse é o único que oferece um resumo com a quantidade de ocorrências do termo buscado em uma escala temporal. Nele, o termo “desinformação” foi citado nas páginas do jornal 945 vezes na década de 2000, 947 vezes na década de 2010 e 2122 vezes na década de 2020<sup>111</sup>. Já a expressão “*fake news*”, menos exata por contar com duas palavras que são buscadas separadamente no sistema, mas cujo resultado é apresentado unificado, passou de 1424 ocorrências na década de 2010 para 3759

---

<sup>111</sup> Números contabilizados até o dia 27 de fevereiro de 2023.

ocorrências na década de 2020<sup>112</sup>. Esse salto de ocorrências, junto ao contexto de um governo que institucionalizou ataques à imprensa e a propagação de desinformação desde a posse ajudam a compor mutuamente o recorte temporal.

Imagem 3 – Evolução dos termos “desinformação” e “fake news” no jornal *O Estado de S. Paulo*



Fonte: Acervo digital do jornal *O Estado de S. Paulo*.

Para os outros dois jornais, a busca se deu também na página oficial do jornal, no caso da *Folha de S. Paulo* e por mecanismo de busca avançada no *Google* para *O Globo*, pois o buscador da página do jornal se apresentou ineficiente tanto na definição dos filtros quanto na forma de apresentação dos resultados por não indicar quantos textos foram encontrados. Para *Estadão* e *Folha*, os termos foram pesquisados separadamente, filtrando pela seção de interesse, e os textos duplicados foram desconsiderados após a coleta. Para *O Globo*, o motor de busca do *Google* permitiu que tanto “desinformação” quanto “fake news” fossem mapeados ao mesmo tempo, bem como ofereceu a possibilidade de filtrar a seção de interesse do jornal na mesma busca. Ao todo, a coleta retornou 389 textos do gênero editorial, divididos conforme demonstra o *Quadro 4*.

Dentro da perspectiva teórica que é acionada para esta tese, o conjunto de 389 textos se inscreve na linguística de *corpus* (ALUÍSIO; ALMEIDA, 2006; BAUER; AARTS, 2002; SARDINHA, 2000). No entanto, para a análise discursiva, esse é um número inviável de se

<sup>112</sup> Números contabilizados até o dia 27 de fevereiro de 2023. Não é considerada a década de 2000 pois muitos resultados apontam ou somente para a palavra “fake” ou, com maior recorrência, a palavra “news” – esta, referindo-se a nomes de programas em grades horários de emissoras como *Globo News* e *CNN*.

operacionalizar – algo que já era sabido desde antes da coleta e que motivou a inclusão da metodologia de linguística de *corpus* na tese desde o início – e, por isso, verifica-se a necessidade de estabelecer um outro *corpus*<sup>113</sup>.

Quadro 4 – *Corpus*

	2019	2020	2021	2022	Total
<i>O Estado de S. Paulo</i>	30	42	27	36	135
<i>Folha de S.Paulo</i>	19	31	22	39	111
<i>O Globo</i>	7	35	37	64	143
<b>Total</b>	56	108	86	139	<b>389</b>

Fonte: Autor.

Entre as leituras, Bauer e Aarts (2002, p. 39) se apresentaram bastante eloquentes até mesmo para a definição da nomenclatura *corpus* para os dois grupos de textos analisados. Inicialmente, eles afirmam que a construção do *corpus* e a amostragem são dois processos diferentes, todavia, equivalentes. O primeiro é “uma escolha sistemática de algum racional alternativo” enquanto o segundo é uma “amostragem estatística aleatória”.

A seleção não sistemática viola o princípio de prestação de contas públicas da pesquisa; a construção do *corpus*, porém, garante a eficiência que se ganha na seleção de algum material para caracterizar o todo. Deste modo, a construção de um *corpus* e a amostragem representativa são funcionalmente equivalentes, embora sejam estruturalmente diferentes. Empregando esse tipo de linguagem, conseguimos uma formulação positiva para a seleção qualitativa, em vez de defini-la como uma forma inferior de amostragem. Em resumo, nós defendemos que a construção de um *corpus* tipifica atributos desconhecidos, enquanto que a amostragem estatística aleatória descreve a distribuição de atributos já conhecidos no espaço social (BAUER; AARTS, 2002, p. 40, grifo dos autores).

Já se têm definidos os documentos que compõem a análise linguística de *corpus*. Conforme justificado, eles abarcam um período e um contexto que obedece a um fio de sentidos e suprem as necessidades técnicas para *rodarem* nos *softwares*. Porém, devido ao tamanho desse *corpus*, um segundo problema se apresenta: determinar quantos textos passarão pela análise discursiva tradicional. Nesse caso, poder-se-ia pensar que a determinação por amostragem não seria a forma mais eficiente porque há variações entre os acontecimentos sobre os quais os editoriais abordam a temática da desinformação: a pandemia, as investidas do

<sup>113</sup> Meu entendimento final é de *corpus* porque, na prática, são duas análises distintas, mas que disponho de modo que sejam complementares. Mesmo que o segundo grupo de textos – analisado discursivamente – derive do primeiro – observado sob a Linguística de *Corpus* –, ele poderia compor por si só o *corpus* da tese.

governo em propagar informações inverídicas ou parciais, as discussões e os projetos de lei acerca da desinformação nos poderes Legislativo e Judiciário, as eleições municipais e até mesmo as mudanças de gestão nas redes sociais, como a venda do *Twitter*. Por outro lado, ressalto que o que está sob perspectiva não são os acontecimentos, mas a forma como a desinformação é percebida, ou seja, o modo como os jornais tratam essa temática – algo que perpassa todos esses episódios.

Bauer e Aarts (2002) afirmam que a discussão sobre representatividade abarca, geralmente, indivíduos, ações e situações. Ao contrário de uma pesquisa que se debruça sobre grande população, como é, por exemplo, a TIC Domicílios citada nesta tese (que busca identificar os hábitos dos brasileiros em relação ao consumo de notícias), a população, aqui, restringe-se a três atores: os jornais *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*. Sobre as ações, Bauer e Aarts (2002, p. 43) mencionam as “ações humanas” e citam exemplos como “trabalhar, comprar, votar, jogar, pensar, decidir”. No caso dos editoriais, a ação consiste amplamente em uma, que é principal e está ligada ao seu gênero jornalístico: argumentar. As situações nas quais os atores agem, apesar da diversidade de acontecimentos presentes nos quatro anos da coleta, podem ser resumidas em apenas uma: a interferência da desinformação sobre a sociedade. Tem-se um núcleo que perpassa todos os 389 editoriais coletados e não há outras variáveis que possam ser verificadas (nome, idade, sexo, etc.), por isso, justifica-se a aleatoriedade para construção da amostra. Dessa forma, o que poderia ser negativo em outros tipos de pesquisa, termina por ser benéfico nesse caso: “uma amostragem, contudo, que se concentra nos indivíduos, conseguirá dar conta com segurança apenas deles (BAUER; AARTS, 2002, p. 42).

Com a questão da aleatoriedade suprida, é necessário definir o tamanho dessa amostra. Bauer e Aarts (2002, p. 59, grifo dos autores) são diretos: “pouco pode ser dito sobre o tamanho dos *corpora* para pesquisa qualitativa”. Isso me encaminha a uma decisão subjetiva que se baseia, principalmente, na restrição de tempo para a realização da análise. Aliás, como afirmam os autores, essa é, geralmente, a primeira restrição que se apresenta ao pesquisador quando da limitação do tamanho do *corpus*: “Os pesquisadores coletam facilmente muito mais material interessante, do que aquele com que poderiam efetivamente lidar, dentro do tempo de um projeto” (BAUER; AARTS, 2002, p. 60). Cabe, portanto, fazer algumas escolhas. Considerando as orientações de Bauer e Aarts (2002) sobre a variedade de estratos, funções e representações, verifica-se que não há muitas características a serem abarcadas. Tem-se os editoriais, com função argumentativa e toda a população está representada na coleta. Não

existindo, portanto, estratos e funções a mais para serem considerados ou adicionados, a definição de um número de textos parte, inicialmente, da experimentação.

Assim como alguns parâmetros precisam ser determinados pela observação e pela tentativa na linguística de *corpus* sem que haja um valor único universal<sup>114</sup>, aqui também se faz presente alguma intuição do pesquisador. A proposta que emerge para a definição do *corpus* é a de analisar 10% (dez por cento) dos textos, dividindo a amostra proporcionalmente ao número total de textos de cada jornal. Assim, *Folha* (111 textos), *Estadão* (135 textos) e *O Globo* (143 textos) ofereceriam, respectivamente, *corpus* de, respectivamente, 12, 13 e 14 textos. Observa-se que o valor foi arredondado para mais no caso de *Folha*, para manter ao menos um texto por mês dentro de um calendário aleatório de um ano composto. Para os demais, manteve-se o número inteiro correspondente.

Quadro 5 – Ano composto

	2019	2020	2021	2022
Janeiro	1	3	2	1
Fevereiro	2	1	3	2
Março	3	2	1	3
Abril	1	3	2	1
Maio	2	1	3	2
Junho	3	2	1	3
Julho	1	3	2	1
Agosto	2	1	3	2
Setembro	3	2	1	3
Outubro	1	3	2	1
Novembro	2	1	3	2
Dezembro	3	2	1	3

Fonte: Autor.

O ano composto de cada jornal busca abranger publicações de todos os anos e meses de coleta. Para isso, atribuem-se números que correspondem a cada um dos jornais. Esses números são distribuídos em orientação que, partindo de janeiro de 2019 com o número 1 para a separação do primeiro texto, a sucessão ocorre seguindo a sequência do próximo mês e do próximo ano (janeiro de 2019, fevereiro de 2020, março de 2021 e, assim, sucessivamente) até

<sup>114</sup> Por exemplo, a determinação do tamanho e da frequência mínima de segmentos de texto e do número de formas a serem analisadas para que o IRaMuTeQ apresente resultados mais precisos no momento de definição das classes de palavras no Método de Reinert – algo que precisa ser adequado conforme cada corpus.



fechar o primeiro ano. Duas ressalvas: quando os jornais figuram duas vezes em um mesmo mês, é feita uma seleção a partir do total de publicações nesses dois períodos (na sequência, para a análise do jornal “1”, o texto de janeiro pode ser tanto de 2019 quanto de 2022 pois, conforme a tabela, o numeral “1” figura nesses dois anos) e; para *O Globo* e *O Estado*, que têm, respectivamente, 13 e 14 textos em análise, os meses “extras”, ou seja, que estão para além dos 12, são definidos aleatoriamente a partir de todo *corpus* coletado de cada um dos jornais. Para os jornais que não apresentam publicação no mês determinado, a seleção considera o mês imediatamente posterior a conter um editorial relacionado e, na falta deste, o mês imediatamente anterior.

A etapa seguinte define, aleatoriamente, um jornal para corresponder a cada número<sup>115</sup> e, depois, dentro de cada mês, um texto é escolhido também aleatoriamente. Cada texto recebeu um número que foi sorteado eletronicamente. Ao término, chega-se ao número de 39 textos, isto é, 10,02% do *corpus* coletado.

Com o material assim selecionado, passa-se aos processos aplicados a eles em dois momentos: Linguística de *Corpus* e Análise Discursiva Argumentativa.

#### 4.2 APLICAÇÃO DA LINGUÍSTICA DE *CORPUS*: DESCRIÇÃO E PROCESSOS

O procedimento de seleção do *corpus* se deu de maneira semelhante para os três veículos, apesar das particularidades descritas anteriormente para cada um deles. Observo que em todos os três, o acesso ao acervo e aos textos são pagos, havendo necessidade de assinatura dos três jornais para obter a íntegra de cada um. Para a adequação aos *softwares*, o texto completo de cada site foi copiado do *site* e colado em um documento do programa *Notepad++* em codificação binária (*Unicode*) UTF-8 (8-BIT *Unicod Transformation Format*). Para cada texto, foi criado um arquivo de texto (*.txt*) único, identificando o jornal ao qual se refere e a data de publicação<sup>116</sup>. Esse procedimento visa a facilitar a manipulação dos textos pelos programas, excluindo qualquer tipo de formatação e *hiperlinks*, bem como organizar cronologicamente o *corpus* para buscas mais rápidas e acessíveis.

<sup>115</sup> Tem-se: 1) *O Globo*; 2) *O Estado de S. Paulo*; e 3) *Folha de S.Paulo*. Para a lista completa de textos, conferir os anexos.

<sup>116</sup> O formato determinado foi Xaaaammdd.txt, de modo que “X” corresponde a letra identificadora do jornal (E = *O Estado de S. Paulo*; F = *Folha de S.Paulo*; G = *O Globo*) e o formato ano-mês-dia permite a apresentação cronológica ordenada no sistema Windows. Por exemplo, o texto de 21 de outubro de 2022 da *Folha de S.Paulo* fica nomeado como F20221021.txt.

A estratégia de coleta manual se justifica, principalmente, para constituir uma base de dados o mais limpa possível. Há possibilidade de realizar a coleta a partir dos *links* das publicações, porém, no caso da *Folha de S.Paulo*, identificou-se uma anomalia nos resultados de busca pois todas as páginas dos editoriais contêm uma chamada para o projeto editorial do jornal com o título “Folha destaca a relevância do jornalismo profissional para combater as notícias falsas”. A repetição desses termos, em uma coleta totalmente *às cegas*, representaria em uma análise inadequada por parte dos programas. Além disso, a opção por efetuar esse trabalho mais demorado visou também evitar a futura necessidade de conversão de formatos de arquivo para a leitura, bem como para se excluir de antemão outras ocorrências que pudessem vir a *sujar o corpus*. Isso porque muitos dos textos possuem chamadas para outras matérias entre um parágrafo e outro, com títulos que, tratando ou não da temática, não fazem parte da publicação em si. Além disso, o salvamento das páginas em formatos diversos ao referido anteriormente (*.pdf* ou *.html*, entre outros) frequentemente inclui outras informações que não são de interesse, tais como títulos de listas, legendas de imagens, *tags* e outras informações comuns às páginas da *web*. Essas palavras precisariam ser filtradas posteriormente nas *stoplists* (listas de palavras que são excluídas do processamento nos programas). A forma de montagem do banco de dados pela qual optei ainda permite que ele possa ser rodado nos principais *softwares* escolhidos para serem usados nesta tese (*softwares* gratuitos), bem como possibilita a inclusão dos textos em bancos de dados em outros formatos, específicos para as análises que necessitam ser processadas em *.xls* (Excel) ou *.txt* (Notepad++). Assim, a partir do formato *.txt* os textos podem ser facilmente adaptados para a leitura em diferentes programas de análise da linguística de *corpus*.

Com o uso do *AntConc*, um programa gratuito para análise de documentos escritos que se baseia nos conceitos da linguística de *corpus* e que auxilia em pesquisas que recorrem à análise do discurso (KÄSPER; MAURER, 2020; GONÇALVES, 2016), pode-se facilmente organizar e processar grande volume de textos. Nesse programa, a exploração dos textos se deu a partir da base de dados para cada veículo. Na primeira etapa, uma lista de palavras (*stoplist*) foi inserida para cada conjunto de arquivos a fim de realizar uma espécie de limpeza do *corpus*. Essa lista contém as chamadas *stopwords*, palavras muito frequentes na maioria dos textos em um determinado idioma, mas com pouco ou nenhum significado para as análises. São, por exemplo, artigos, preposições e conjunções que geralmente são desconsideradas nas atividades de mineração de textos. As listas são editáveis, o que permite partir de uma *stoplist* genérica para, posteriormente, acrescentar-se outros termos que continuem frequentes, mas que não têm significância relevante. O procedimento seguiu as orientações a partir de Lindgren (2016). Deu-

se, assim, a calibragem da *stoplist* e, em seguida, os textos foram novamente processados para que o resultado das saídas (*outputs*) contivesse uma lista de palavras que fosse mais relevante para o *corpus*. Ainda no *AntConc*, é possível verificar se os textos apresentam as palavras-chave determinadas para a seleção inicial do *corpus* a partir da ferramenta *Concordance Plot*, que apresenta a posição da palavra no arquivo e quantas vezes o termo é mencionado. Essa e outras funcionalidades do programa permitem garantir que os textos analisados tratam das temáticas de interesse da análise.

A etapa seguinte de exploração do *corpus* se apropria do *software WORDij*, descrito como um conjunto de programas de ciências de dados que permite processo automatizado de linguagem natural. Nele, é possível trabalhar com publicações de mídias sociais, notícias, entrevistas, discursos, *e-mails*, *sites*, grupos focais ou quaisquer outras formas cuja manipulação em formato textual possa ser viabilizada e transformada em redes semânticas. A promessa é de que a perspectiva de rede possibilita a percepção melhorada da relação entre as palavras nas mensagens em comparação a apenas uma categorização dessas mensagens. Assim, o programa transforma os textos em um conjunto de nós e pares de palavras conectados.

O *WORDij* executa as suas operações a partir da ideia de redes entre elementos semânticos codificados por processos ou por outras unidades sociais:

As pessoas que encadeiam palavras de maneira semelhante são semelhantes umas às outras em comportamento de fala/ ação. Se duas pessoas falam ou escrevem da mesma forma, por causa dessa semelhança de codificação semântica, elas podem ser semelhantes em outros níveis. Assumimos que a linguagem reflete a percepção e o comportamento. As pessoas que falam mais com as outras tendem a se comportar de forma mais semelhantes umas com as outras, dadas as circunstâncias contextuais semelhantes. Isso provavelmente ocorre porque elas percebem seus ambientes e suas escolhas de comportamento dentro deles de maneira semelhante (*WORDij*, tradução nossa)<sup>117</sup>.

Os dados processados no programa são convertidos em diferentes tipos de formato. Os documentos exportados (*outputs*) permitem a manipulação das informações de diferentes formas em outros *softwares* e também no próprio *WORDij*.

Entre as ferramentas que o programa oferece, duas delas se destacam pelo uso na tese: a funcionalidade *WordLink*, que efetua a leitura dos arquivos em *.txt* elaborados na etapa

---

<sup>117</sup> No original, em inglês: “People who string words together in a similar manner are similar to one another in speech/act behaviors. If two people talk alike or write alike, because of this semantic encoding similarity they may be similar on other levels. We assume that language reflects perception and behavior. The people who talk more like each other are likely to behave more similarity to one another given similar contextual circumstances. This is probably because they perceive their environments and their choices for behavior within them more similarly”. *WORDij*: About. Disponível em: <<https://www.wordij.net/about.html>>. Acesso em: 07 ago. 2022.

anterior e os converte para os formatos necessários para as análises tanto no próprio programa quanto fora dele e a *Utilities*, que apresenta o recurso *Proper Nouns*, um identificador de substantivos próprios e das suas conexões com o restante do texto. Especificamente no caso desta última ferramenta, ela é de grande utilidade devido a oportunidade de ajustar termos compostos para que eles sejam lidos como uma única palavra.

O funcionamento é semelhante ao processo de lematização, mas mais preciso. Em suma, a *Proper Nouns* combina um termo a outro e eles passam a ser lidos como uma única palavra. Para isso, bastam comandos simples em um arquivo *.txt*. Por exemplo, as palavras “Jair” e “Bolsonaro” configuram, inicialmente, duas entradas diferentes na lista obtida no *AntConc*. Sabe-se que, quando juntas, elas se referem a uma só pessoa, o então presidente Jair Bolsonaro. A partir dessa funcionalidade, pode-se agregar os dois termos para que eles apareçam como únicos sempre que estiverem juntos em um texto. Porém, pessoas diferentes podem ter nome ou sobrenome em comum e esse é justamente o caso do presidente Jair Bolsonaro e dos seus filhos, figuras que não somente têm o mesmo sobrenome como também figuram com frequência nas mesmas editorias que o pai, pois são todos políticos. A ferramenta não apenas identifica os substantivos próprios no texto como também oferece sugestões de apresentação dos *outputs*. É mais uma forma de refinar os dados, convertendo diversas palavras em um único termo e permitindo respostas e visualizações mais precisas.

Seguindo o mesmo exemplo recém citado, as formações “Jair Bolsonaro” e “Bolsonaro” foram identificadas pelo programa com se referindo a uma mesma pessoa. Elas são reapresentadas como “Jair\_Bolsonaro”. Quando da menção aos seus filhos, o programa permite solicitar que sempre que os termos aparecem um ao lado do outro, como é o caso de “Eduardo Bolsonaro”, eles sejam apresentados como “Eduardo\_Bolsonaro”, distinguindo assim pai e filho. Como resultado, tem-se um refinamento e uma apresentação mais precisa dos nós e arestas que sintetizam o texto. O material trabalhado é exportado com o recurso *NodeTric* no formato de um arquivo preparado para ser lido como rede semântica e que resulta em grafos com destaque para as palavras e suas ligações no texto, a exemplo da *Imagem 4*, cujas informações foram processadas no *WORDij* e, posteriormente, elaboradas graficamente no *Gephi*.

Neste momento, a tese atinge uma fase em que os textos começam a ser representados graficamente. É importante recuperar alguns conceitos acerca de redes para a melhor compreensão das informações.

Inicialmente, a definição de rede é bastante ampla e, em resumo, “descreve com as coisas estão conectadas umas às outras”: sejam redes de estruturas técnicas (sistemas de



O entendimento de que as redes descrevem como as coisas se conectam e interagem parte de um subcampo da matemática nomeado Teoria dos Grafos. A matemática dos grafos tem nomenclaturas específicas, a saber: a) as conexões, chamadas de *ligações*, *arestas* ou *laços*. Elas são as ligações entre as diferentes b) entidades, nomeadas *nós*, *vértices* ou *atores*. Por sua vez, o c) número de conexões de um nó é chamado *grau*<sup>119</sup>, a d) sequência de arestas que leva a um nó recebe o nome de *caminho* e o e) grupo de nós nos quais existe um caminho até outra entidade é chamado de *componente conectado* (NETSCIED, 2015). Para além disso, há fatores como as conexões serem direcionadas (assimétricas) ou não direcionadas (simétricas), de diferentes intensidades e de relações positivas ou negativas; também se nota o fato de que as redes podem ter muitos componentes conectados, mas que estão isolados de outros (NETSCIED, 2015).

A observação desses aspectos nas redes a partir de algumas propriedades podem revelar padrões, ou seja, a forma como os graus se distribuem entre os nós, a força ou a fraqueza da rede, as subestruturas e hierarquias delas e a percepção de partes ou conexões que se mostram mais importantes, bem como a distância necessária para ir de um nó a outro da rede se materializam em f) *hubs* (grupos de nós com graus muito maiores que os demais) e em g) *clusters* ou *comunidades* (grupos de nós mais conectados entre si do que poderia indicar uma probabilidade). Para a observação mais contundente, faz-se necessária a conversão das operações matemáticas em elementos gráficos. Daí que o “design criativo da informação exerce um papel importante ao se fazer uma visualização efetiva” porque “a visualização de rede geralmente ajuda a entendê-la e comunicar ideias sobre conectividade de uma maneira intuitiva, não-técnica” (NETSCIED, 2015, p. 6).

Nas métricas para a análise de redes semânticas, outro termo importante é a *modularidade*:

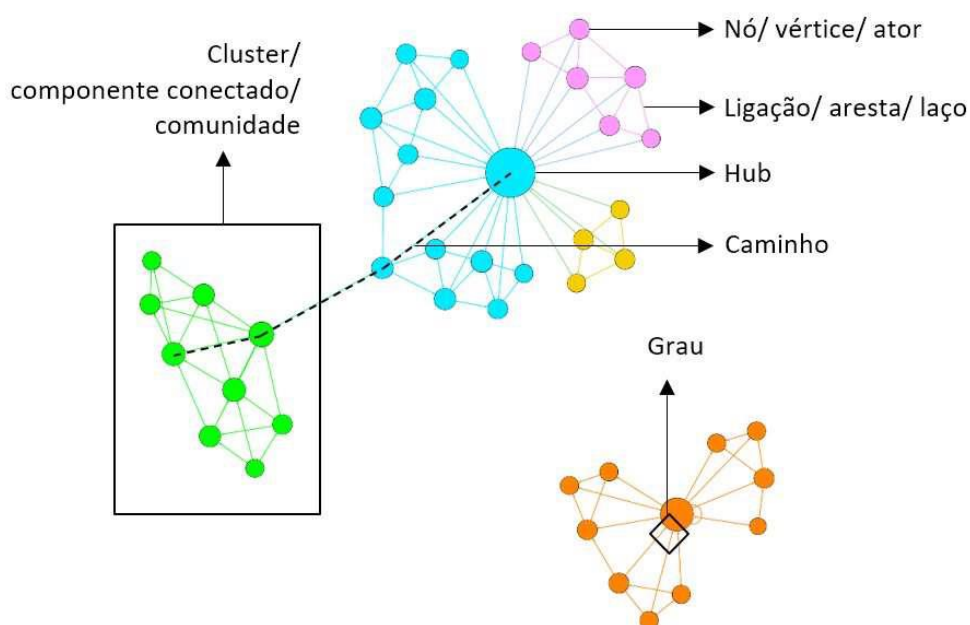
A modularidade é uma métrica que mensura, basicamente, a tendência de determinados nós se conectarem na rede. Quando observamos os agrupamentos de alguns nós e um certo distanciamento de outros grupos, muito se deve a isso. Nesse aspecto, é possível notar quais grupos possuem uma conexão mais frequente entre si. Essa métrica está voltada para o entendimento da rede em seu conjunto geral<sup>120</sup>.

<sup>119</sup> O grau do nó se dá pela quantidade de vezes que ele se conectou ou foi conectado por outro, podendo ser distinguido, em grafos direcionados, em *grau de entrada* (quantidade de ligações recebidas) e *grau de saída* (quantidade de ligações que o nó faz com outro). In: Conceitos básicos para análise de redes (semânticas). Curso Técnicas para Análise de Textos – Online (IBPAD, *op. cit.*).

<sup>120</sup> Curso Técnicas para Análise de Textos – Online, (IBPAD, *op. cit.*).

A última etapa da análise é formulada a partir do auxílio de mais um programa, o *IRaMuTeQ*, *software* para análises de conteúdo, lexicometria e análise do discurso. A principal análise do *IRaMuTeQ* é a Classificação Hierárquica Descendente (CHD), ferramenta que auxilia na identificação dos temas tratados nos textos. Ela apresenta classes dentro de um conjunto de textos ou segmentos de textos, demonstrando como os termos se agrupam e proporcionando que se chegue, também, aos subtemas abordados. Tal característica do *software* implica em algumas particularidades. O pesquisador, ao fazer uso do *IRaMuTeQ*, deve se basear em três níveis de divisão do seu banco de dados, de acordo com a gramática do programa: *corpus* (todo o material da coleta – neste caso, todos os editoriais coletados); textos (os editoriais selecionados para serem analisados no programa porque compõem a temática observada na tese); e segmentos de textos<sup>121</sup> (unidade básica do programa a partir do fracionamento dos textos para a realização dos cálculos estatísticos). Assim, os textos, após preparados, são inseridos no *IRaMuTeQ*, que faz um cálculo da extensão de cada um, divide-os conforme o tamanho e as palavras lematizadas e oferece dados dispostos em classes de palavras semelhantes entre si e diferentes das demais (RAMOS *et al.*, 2018).

Imagem 5 – Partes de uma rede



Fonte: Autor/ Gephi

<sup>121</sup> A divisão de textos em segmentos de textos pelo *IRaMuTeQ* se dá pela lógica de que o programa foi construído de modo a pequenas partes servirem como facilitadoras para a compreensão do todo. In: *Corpus, textos e segmentos de texto. Curso Técnicas para Análise de Textos – Online (IBPAD, op. cit.)*.

O tamanho do texto influencia na forma como o programa faz os cálculos, sendo que os textos muito pequenos nem sempre permitem que o *IRaMuTeQ* realize as operações necessárias para a segmentação e a comparação dos trechos. Isso inviabiliza alguns tipos de análises. Assim, o funcionamento do programa, pensado para grande volume de informações, é um limitador em algumas pesquisas. A pouca variabilidade de formas existentes em um texto curto dificulta – ou até mesmo impede – que o *IRaMuTeQ* consiga rodar alguns algoritmos.

Acerca das funcionalidades do programa, decorre da Classificação Hierárquica Descendente a Análise Fatorial de Correspondência (AFC), quando o cruzamento entre o vocabulário e as classes gera uma representação gráfica (SALVIATI, 2017)<sup>122</sup>. “Na AFC é apresentado em um plano cartesiano os diferentes agrupamentos de palavras ou de sujeitos que constituem cada uma das classes propostas na CHD” (RAMOS *et al.*, 2018, p. 507).

A construção da base de dados para a análise pelo *IRaMuTeQ* exige a preparação do material. O tratamento inicial do banco de dados realizado nas etapas anteriores foi útil neste momento, porque o texto ainda passa por uma nova “limpeza” ao ser formatado para a leitura deste programa. Por exemplo, há uma série de caracteres que o *IRaMuTeQ* não lê, como aspas, apóstrofo, cifrão, recuos de parágrafo, margens e tabulações. Ademais, conforme indica Salviati (2017), há outras padronizações de texto necessárias para a melhor leitura dos dados no programa: adequa-se a escrita para a forma de texto corrido, isto é, sem mudança de linha; evita-se o uso de palavras compostas, unindo-as pelo sinal gráfico sublinhado (*underline*); padronizam-se as siglas e os substantivos próprios para seguirem a mesma grafia, entre outros. Outra situação relevante é que os algoritmos do *IRaMuTeQ* necessitam de uma codificação específica para que os dados sejam processados adequadamente. O manual disponível na página oficial do programa sugere as codificações de caracteres em UTF-8 ou CP1252 (SALVIATI, 2017).

Após a criação de uma tabela com os identificadores de veículo (jornal), data, texto (editorial) e “ID” (cada texto recebe um número para ser lido como único pelo programa), o *corpus* foi revisado com o auxílio de uma *macro*, garantindo a eliminação dos sinais gráficos inadequados. Observo que mesmo assim, nem todos os sinais foram eliminados, pois a tipografia original na página de cada veículo fez com que sinais gráficos como aspas e travessões fossem convertidos em mais de uma forma ao serem transpostos tanto para o *Bloco*

---

<sup>122</sup> Para mais detalhes acerca do vocabulário do *IRaMuTeQ*, consultar Salviati (2017).



de *Notas* quanto para o *Excel*. Por isso, houve necessidade de proceder com uma limpeza manual.

Além do tratamento do texto para a exclusão de caracteres impróprios, é fundamental para o *IRaMuTeQ* a criação de um cabeçalho. Ele permite a separação dos textos, que se dá por linhas de comandos. A estruturação do *corpus* pode ser feita em programas como *Excel* ou *LibreOffice Calc*, onde as informações consideradas importantes para a análise podem ser inseridas e padronizadas de acordo com as especificidades da pesquisa. O cabeçalho determinará as entradas e as demais informações da base de dados. Neste exercício, a divisão por datas não é tão relevante, pois o período analisado é curto. Porém, conforme o tamanho do *corpus* e do que se busca nele, a data pode apontar informações relevantes e, portanto, levar à análises mais acuradas como a identificação de padrões e outras características cujo recorte temporal pode vir a explicar algumas tendências. Invariavelmente, é necessário garantir que as informações estejam formatadas corretamente para a composição do cabeçalho. Ele precisa ter, como mencionado anteriormente, um identificador único para cada entrada (o ID), além das demais informações que serão lidas pelo *IRaMuTeQ*.

Após a formatação das informações e da elaboração da linha de comando, a etapa seguinte é a criação de uma tabela dinâmica contendo a linha de comando e o texto já preparado. Essa tabela é exportada para o *Notepad++* para ser salva em arquivo *.txt*. Foi criado um arquivo para cada jornal. Devido às informações do cabeçalho, pode-se explorar os textos conforme as datas desejadas, realizando a seleção no próprio *IRaMuTeQ*.

#### 4.3 ANÁLISE DISCURSIVA ARGUMENTATIVA

Esta seção compreende a aplicação da etapa da análise discursiva dos 39 textos que compõem o *corpus* qualitativo. Nela, tem-se a Análise Discursiva Argumentativa, que se organiza sob três grandes blocos – estes, para fins de sistematização durante o procedimento analítico, estão divididos em três momentos, definidos a partir da literatura, em especial Amossy (2018a) –, sendo 1) identificação dos índices de alocação; 2) identificação dos esquemas argumentativos no discurso; 3) identificação dos elementos pragmáticos para uma análise argumentativa. Após a análise textual caso a caso, parte-se para as inferências obtidas pela linguística de *corpus*, destacando cada um dos três momentos descritos.

Para além do esquema argumentativo, considero de especial relevância a verificação dos índices de alocação, pois permitem que se perceba outra face da estratégia discursiva

presente nos editoriais: quando essas marcas linguísticas indicam a qual auditório o discurso é dirigido, elas também remetem a estereótipos de locutários, isto é, os conjuntos de valores que o locutor considera presentes no seu público e a partir dos quais desenvolve os seus argumentos. Os elementos pragmáticos complementam e evidenciam a argumentação. Nas palavras de Amossy (2018a, p. 174),

Alguns lexemas, quer se trate de verbos, substantivos ou adjetivos, têm em si um valor axiológico (eles implicam um julgamento de valor) Ao manifestar a inscrição da subjetividade na linguagem, logo de início conferem ao enunciado uma orientação argumentativa.

Dito isso, antes de partir para a apresentação da análise, destaco a opção de não apenas descrever o que foi observado, mas também apresentar breves inserções teóricas que ajudem a tornar mais evidentes os processos que permitem chegar às inferências expostas. A ordem de apresentação permanece a mesma descrita quando da seleção dos textos a serem analisados discursivamente: *O Globo*, seguido de *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S.Paulo*. Os procedimentos são os mesmos para os três jornais, ainda que alguns processos não sejam citados todas as vezes para evitar demasiada repetição. Após comentários individuais acerca de cada veículo, apresenta-se uma síntese comparativa entre as abordagens.

#### **4.3.1 O Globo**

Os 14 textos de *O Globo* que compõem a Análise Discursiva Argumentativa apontam que o jornal busca se conectar com o leitor preponderantemente a partir do índice de alocação de evidências compartilhadas. Essas evidências compartilhadas nada mais são do que valores e crenças que o jornal toma como verdadeiras para si e projeta sobre o auditório com a mesma expectativa, ou seja, o locutor busca se vincular com o locutário a partir delas porque acredita que ambos compartilhem dos mesmos valores ou crenças. Uma vez que haja essa comunhão, é mais fácil que o público seja atingido e passe a aderir às teses apresentadas.

Nota-se, a partir da observação dos índices de alocação por evidências compartilhadas, que algumas delas são acionadas significativamente mais vezes que outras. É o caso dos valores ligados à democracia. Oito dos 14 textos abordam a temática, ampliando a abordagem em esquemas argumentativos e na apresentação de elementos pragmáticos. Desse modo, buscam construir a argumentação para enredar o leitor. Também é forte – e inversamente proporcional

– a relação entre as desordens de informação e a democracia, de modo que tanto desinformação quanto *fake news* são colocadas como prejudiciais à estabilidade democrática do Brasil.

As conexões entre as desordens informacionais e a democracia variam na abordagem de diversos temas. Apresento como primeiro modelo o editorial publicado em 18 de janeiro de 2022, sob o título “Mudança no WhatsApp é incoerente e inaceitável em ano eleitoral”. Ele aborda, além das redes sociais (em especial, o *WhatsApp*), um projeto de lei que visa combater a desinformação e críticas ao Congresso nacional acerca da tramitação deste projeto de lei. Nesse editorial, *O Globo* critica a implementação do sistema de comunidades na rede social *WhatsApp*, propriedade do grupo Meta (também detentora do *Instagram* e do *Facebook*). Para o jornal, essas comunidades facilitariam a propagação de desinformação. A crítica se estende indiretamente a outras redes sociais: ao defender o valor da democracia, *O Globo* confronta grandes plataformas num todo ao afirmar que as empresas de tecnologia do Vale do Silício, além de não estarem preocupadas com a soberania democrática – ainda que digam o contrário – acabam por colaborar com a decomposição desta (silogismo/ entinema)<sup>123</sup>. Especificamente no caso da Meta, isso se dá principalmente por anunciar uma funcionalidade potencialmente nociva em ano eleitoral no Brasil e que pode ser usada por grupos que propagam desinformação.

Outra questão correlata à desinformação é mencionada nesse texto. Trata-se da “PL das Fake News”<sup>124</sup>, que tem apoio de *O Globo* e figura, inclusive com maior destaque, em outros editoriais tanto anteriores quanto posteriores a este que se observa. Aqui, o texto descreve medidas que considera positivas para o combate da desinformação e que foram discutidas durante a redação do Projeto de Lei (exemplo por analogia ou prova).

Ainda, *O Globo* sugere a existência de grupos de interesses que propagam desinformações com fins políticos que seriam beneficiados com as mudanças (não dito/ implícito) e que esses grupos políticos propagam desinformação para benefício próprio durante o período eleitoral (subentendido). Não é explícito neste texto, mas é afirmado em outros, que esses grupos se tratam principalmente do chamado “Gabinete do Ódio” e de outros grupos ligados ao bolsonarismo<sup>125</sup>. O jornal também acusa a Meta de não se esforçar em ações contra a desinformação (não dito/ implícito) e assim, porque a Meta não faz nada para coibir a desinformação – pelo contrário, é conivente –, a empresa não se importa com a democracia

---

<sup>123</sup> Outra crítica nessa mesma linha é apresentada no editorial de 5 de novembro de 2022, intitulado “Omissão de redes sociais lançou sobre TSE ônus de combater desinformação”.

<sup>124</sup> Projeto de Lei 2630/2020.

<sup>125</sup> Editorial de 19 de maio de 2020, intitulado “Novas evidências do interesse de Bolsonaro na PF”.

brasileira (subentendido). Essa crítica está presente em outros textos<sup>126</sup> e se estende às outras plataformas detentoras de redes sociais.

Também, *O Globo* reforça a crítica e se utiliza de outros elementos pragmáticos para argumentar sobre a incoerência e a inaceitabilidade por meio do uso de adjetivos bastante expressivos (escolhas lexicais). O quadro 6 esquematiza o processo de argumentação.

Quadro 6 – Análise discursiva argumentativa de editorial em *O Globo* (1)

Editorial: “Mudança no WhatsApp é incoerente e inaceitável em ano eleitoral”	
	Exemplos
1. Índices de alocação	
1.1. Evidências compartilhadas Democracia.	“Do contrário, a <b>democracia</b> , no Brasil e noutros países, continuará refém do que decidem as empresas de tecnologia no Vale do Silício — cujo interesse, como este caso demonstra mais uma vez, tem pouco a ver com <b>democracia</b> .”
1.2. Evidências compartilhadas Necessidade de combate à desinformação.	“É o mínimo para tentar garantir que o WhatsApp deixe de ser uma arma para a <b>propaganda mentirosa</b> .”
2. Esquemas argumentativos	
2.1. Silogismo/ entinema Premissa maior: é preciso defender a democracia/ o Congresso tem o poder de defender a democracia Premissa menor: as redes sociais são contra a democracia Conclusão: é necessário que o Congresso tome medidas que acelerem a tramitação do Projeto de Lei 2630/2020.	“O Congresso precisa dar ao PL das Fake News o devido senso de urgência. Do contrário, a democracia, no Brasil e noutros países, continuará refém do que decidem as empresas de tecnologia no Vale do Silício — cujo interesse, como este caso demonstra mais uma vez, tem pouco a ver com democracia.”

<sup>126</sup> Editoriais de 19 de maio de 2020, op. cit., e de 5 de novembro de 2022, intitulado “Omissão de redes sociais lançou sobre TSE ônus de combater a desinformação”.

<p>Premissa maior: <i>WhatsApp</i> (Meta) é o maior propagador de desinformação do Brasil          Premissa Menor: Meta é contraditória e estuda aplicar medida que facilitará a propagação de desinformação          Conclusão: Meta ajuda na propagação de desinformação.</p>	<p>“É evidente a contradição entre o que a Meta (ex-Facebook), dona das maiores redes sociais do planeta, conta às autoridades eleitorais e sua iniciativa interna para promover mudanças no aplicativo de mensagens mais usado no Brasil, o WhatsApp.”</p> <p>“A mudança, é ocioso dizer, representaria a realização do sonho dos propagadores de fake news e desinformação.”</p>
<p>2.2. Exemplo por analogia ou prova</p> <p>Descrição de medidas que o jornal considera positivas para o combate à desinformação; descrição de medidas discutidas durante a redação do Projeto de Lei 2630/2020.</p>	<p>“Durante a discussão do Projeto de Lei das Fake News, cuja redação final traz vários avanços no rumo da transparência e responsabilidade no meio digital, várias ideias circularam para limitar o alcance dos disparos em massa nos aplicativos de mensagem. Entre elas, o armazenamento, por três meses, dos dados relativos aos emissores e receptores de mensagens reproduzidas mais de mil vezes — sem violação do conteúdo delas — e a proibição pura e simples do encaminhamento a mais de um usuário.”</p>
<p>3. Elementos pragmáticos</p>	
<p>3.1. Escolhas lexicais</p> <p>Texto fortemente adjetivado, principalmente quanto às empresas de tecnologia e, em especial, à Meta: “incoerente”; “inaceitável”; “incoerência”; “escandaloso”; “estapafúrdio”.</p>	<p>“É uma <b>incoerência inaceitável</b>, sobretudo às vésperas das eleições.”</p> <p>“É <b>escandaloso</b> que, em pleno ano eleitoral no país que consagrou o “zap” como veículo preferencial para desinformação, a Meta considere implementar essa ideia <b>estapafúrdia</b>, em vez de fazer o oposto.”</p>
<p>3.2. Não dito/ implícito</p> <p>Há grupos que propagam desinformação com fins políticos e esses grupos não querem deixar de ter a desinformação sob seu controle.</p>	<p>(...) pela resistência em acabar com uma <b>comodidade para controlar a desinformação.</b>”</p>
<p>3.3. Subentendidos</p> <p>Grupos políticos propagam a desinformação para benefício próprio nas eleições.</p>	<p>“A mudança, é ocioso dizer, representaria a realização do <b>sonho dos propagadores de fake news e desinformação</b>. Se, hoje, <b>eles</b> dependem de disparos em massa por meio de</p>

	centenas de celulares para espalhar suas mentiras, conseguiriam o mesmo efeito apenas com um clique. É escandaloso que, em pleno <b>ano eleitoral</b> no país que consagrou o “zap” como <b>veículo preferencial para desinformação</b> , a Meta considere implementar essa ideia estapafúrdia (...)”
--	---

Fonte: o autor.

Como dito, o apelo aos valores relacionados à democracia é o principal entre os índices de alocação acionados por *O Globo*. Além deles, a análise também levantou outros, apresentados no quadro 7, que destaca, para além das evidências compartilhadas, o uso de pronomes pessoais como outra forma de constituir uma conexão com os leitores os incluindo como integrantes de um conjunto maior e soberano: os brasileiros. Todavia, observa-se que quando *O Globo* aciona a estratégia de falar em nome dos brasileiros, na verdade, exprimem-se a opinião e os valores do jornal, convocando o leitor – o brasileiro – a se identificar com as assertivas. Em outras palavras, é como se o jornal e a Nação, representada por esse genérico *brasileiro*, compartilhassem de uma mesma opinião.

Quadro 7 – Índices de alocação em *O Globo*

Evidências compartilhadas	Pronomes pessoais
<p>Democracia deve ser defendida; valores democráticos</p> <p>Deve haver separação entre governo e Estado</p> <p>Liberdade de expressão é um direito fundamental</p> <p>Discurso de ódio, racismo, homofobia, antissemitismo e ataques à democracia não são liberdade de expressão</p> <p>Liberdade de imprensa é inalienável</p> <p>Censura não é aceitável</p> <p>O sigilo pessoal é um direito intransponível</p> <p>A informação é um bem essencial à vida em sociedade</p>	<p>“o brasileiro”; “os brasileiros” = eles: referência indireta a todos os leitores (os brasileiros)</p> <p>“o Brasil” = ele: o Brasil, no sentido de sua população (os brasileiros)</p> <p>“o país” = ele: o país, no sentido de sua população (os brasileiros)</p>

<p>A desinformação deve ser combatida</p> <p>A desinformação ataca a democracia</p> <p>Crimes devem ser responsabilizados</p> <p>Ampla defesa é um direito de todos</p> <p>Educação e saúde são direitos básicos</p> <p>Saúde deve ser tratada de forma técnica, profissional e séria</p> <p>Urnas eletrônicas são motivo de orgulho para o brasileiro</p>	
--	--

Fonte: o autor.

A partir desses diferentes índices de alocação, *O Globo* trabalha de forma unânime nos 14 textos a relação entre as desordens de informação e o contexto político brasileiro. A desinformação também é citada como exemplo negativo e prejudicial à democracia e à liberdade de expressão em outros países: China<sup>127</sup>, Estados Unidos da América e Mianmar<sup>128</sup>.

Nota-se ainda, seja de forma mais velada ou mais explícita, a recorrente ligação que os editoriais fazem entre a desinformação e o presidente Jair Bolsonaro. O exemplo mais enfático está no editorial de 19 de maio de 2020, “Novas evidências do interesse de Bolsonaro na PF”. Nesse texto, o jornal relaciona as ações de interferência de Bolsonaro no comando da Polícia Federal (a destituição do diretor-geral da Polícia Federal, Maurício Valeixo, que ocasionou no pedido de demissão do ministro da Justiça e Segurança Pública, Sergio Moro) a tentativas do presidente em proteger a si, seus familiares e aliados em casos de corrupção e outros crimes. Para além, também relaciona Bolsonaro ao que chama de “usina de produção de *fake news*” e de “organização e financiamento de manifestações antidemocráticas”.

Vê-se em todo o texto que *O Globo* pressupõe como mentiras as justificativas de Jair Bolsonaro sobre as mudanças ocorridas na Polícia Federal. Se, oficialmente, o presidente afirmava que a troca de nomes era porque estava descontente com a segurança pessoal tanto sua quanto da família, o jornal procurou argumentar ressaltando outra perspectiva: a de que o

<sup>127</sup> Editorial de 8 de fevereiro de 2020, intitulado “Informação é essencial em epidemias”. Destaca-se que esse editorial aponta o Ministério da Saúde como eficiente e bom exemplo administrativo do governo de Jair Bolsonaro ao manter a população informada acerca do coronavírus.

<sup>128</sup> Editorial de 5 de agosto de 2020, intitulado “Projeto da lei das fake news é um avanço”.

presidente desejava, na verdade, minar investigações que apontavam como ilícitas ações (corrupção, lavagem de dinheiro e propagação de desinformação) desenvolvidas por seus afetos.

Quadro 8 - Análise discursiva argumentativa de editorial em *O Globo* (2)

Editorial: “Novas evidências do interesse de Bolsonaro na PF”	
	Exemplos
1. Índices de alocação	
<p>1.1. Evidências compartilhadas</p> <p>Necessidade de separação entre governo e Estado.</p>	<p>“Um atentado à <b>necessária separação republicana entre governo e Estado.</b>”</p>
2. Esquemas argumentativos	
<p>2.1. Silogismo/ entinema</p> <p>Premissa maior: Ha sinais de que Bolsonaro, familiares e amigos estão envolvidos em esquemas de desinformação</p> <p>Premissa menor: a Polícia Federal investiga esses esquemas</p> <p>Premissa menor 2: Bolsonaro quer interferir na Polícia Federal</p> <p>Conclusão: Bolsonaro quer interferir na Polícia Federal por conta de interesses particulares; Bolsonaro dissemina desinformação.</p>	<p>“(…) no dia seguinte, o superior hierárquico de Valeixo, o ministro da Justiça e Segurança Pública, Sergio Moro, leu um pronunciamento para explicar sua saída do governo, <b>acusando Bolsonaro de tentar interferir na PF por interesses pessoais.</b>”</p> <p>“Outro ângulo de abordagem dos interesses de Bolsanaro na Polícia Federal leva a inquéritos instaurados também no STF, conduzidos pelo ministro Alexandre de Moraes, sobre a <b>usina de produção de fake news</b> contra o Supremo e magistrados da Corte, e acerca da <b>organização e financiamento de manifestações antidemocráticas.</b>”</p> <p>“Essas <b>investigações teriam encontrado digitais de filhos do presidente</b> e de pessoas do chamado “<b>gabinete do ódio</b>”, <b>que operaria no próprio Planalto</b> na produção de <b>ações no mundo digital</b>. É a PF que trabalha nos casos.”</p>
<p>2.2. Exemplo por analogia ou prova</p> <p>Há evidências de que Bolsonaro quer interferir na Polícia Federal para benefício político, não por questões de segurança pessoal e da sua família, como afirmara.</p>	<p>“(…) constatações tornaram mais insustentáveis a versão construída de que o presidente se referia à sua segurança pessoal e da família. <b>O relato já nascera fragilizado porque para ele ser veraz o ministro a ser defenestrado seria Augusto Heleno, do GSI, responsável pela segurança</b></p>



	<p><b>presidencial, mas o demitido foi Moro, sob quem estava a PF.</b> Qualquer dúvida seria eliminada pela <b>reportagem do “Jornal Nacional”, da TV Globo</b>, revelando que o presidente tanto não estava desgostoso de sua segurança que, em 26 de março, promoveu o diretor deste serviço no GSI, André Laranja de Sá Corrêa, a general de brigada (...).”</p>
<p>2.3. Exemplo por analogia ou prova</p> <p>A família de Bolsonaro sabia que a Polícia Federal investigava esquemas ligados aos seus membros, por isso, Bolsonaro tentou o controle. Dessa forma, afastaria as investigações dos seus aliados.</p>	<p>“Mais um <b>provável motivo de cuidados do presidente com a PF</b> foi revelado pelo empresário Paulo Marinho, <b>em entrevista à “Folha de S.Paulo”</b>. Marinho atuou na linha de frente da campanha. Disse que ouviu do senador Flávio Bolsonaro que, logo depois do primeiro turno, um delegado da PF revelou a um assessor dele que a Operação Fumaça iria às ruas, para investigar esquemas de “rachadinha” na Alerj (subtração de parte do salário de assessores dos deputados).”</p>
<p>3. Elementos pragmáticos</p>	
<p>3.1. Pressupostos e subentendidos</p> <p>Bolsonaro, sabendo das investigações envolvendo seus familiares, amigos e aliados, buscou impor sua força sobre a Polícia Federal para evitar que as ações continuassem.</p>	<p>Por ordem de Jair Bolsonaro, foram logo demitidos Fabrício Queiroz do gabinete do deputado estadual Flávio, e Nathalia Melo de Queiroz, filha de Fabrício, da assessoria do futuro presidente na Câmara dos Deputados. <b>Pode ser que isso tenha reforçado o interesse do presidente em controlar a PF.</b>”</p>
<p>Bolsonaro mente.</p>	<p>“Fica mais <b>inverossímil a versão</b> de que o presidente se preocupava com sua segurança pessoal.”</p>

Fonte: o autor.

A observação geral da Análise Discursiva Argumentativa em *O Globo* aponta que os editoriais adotam, entre os esquemas argumentativos, preferencialmente (a) o exemplo ou a prova por analogia ou através de (b) silogismos ou entinemas. Disso, pode-se afirmar que quando o jornal recorre aos exemplos ou provas por analogias, busca-se a indução do leitor para que este associe a temática em questão no texto com algo que já lhe seja familiar. Recorrendo a esse tipo de exemplo, a argumentação consegue acessar objetos anteriores e já integrados ao

repertório do alocutário, de modo a reforçar a ideia proposta pelo texto. Por exemplo, quando *O Globo* afirma que Marcelo Queiroga é mais um ministro da Saúde do governo de Jair Bolsonaro que não conseguiu autonomia no comando da pasta. Na ocasião, Queiroga completava nove meses frente ao Ministério da Saúde:

A chegada do médico Marcelo Queiroga ao Ministério da Saúde, em 23 de março, foi vista com alento, após a gestão desastrosa do general Eduardo Pazuello. Questionado sobre sua política à frente da pasta, Queiroga, presidente licenciado da Sociedade Brasileira de Cardiologia, foi direto: “A política é do governo Bolsonaro, e não do ministro da Saúde. O ministro a executa”. Embora não tivesse o mesmo impacto da subserviente declaração de seu antecessor (“Um manda, e o outro obedece”), não se imaginava que o sentido da frase fosse tão literal. Não chega a ser novidade a falta de autonomia dos ministros da Saúde de Bolsonaro. **Luiz Henrique Mandetta e seu sucessor, Nelson Teich, deixaram o governo por não aceitar a interferência do presidente na pasta, em especial a pressão para uso da cloroquina no tratamento da Covid-19, quando estudos científicos comprovavam que o medicamento era ineficaz contra a doença e podia causar efeitos adversos graves**<sup>129</sup>.

O editorial defende a tese de que a gestão de Bolsonaro não permite que os ministros da Saúde conduzam a pasta com autonomia. Para fazer com que o leitor se vincule a tal afirmação, a estratégia de exemplo ou prova por analogia apresenta casos anteriores, nos quais os ex-ministros Luiz Henrique Mandetta e Nelson Teich acabaram por não aceitar os “desmandos de Bolsonaro” e, por isso, deixaram o Ministério.

Ainda no referido editorial, *O Globo* aciona a mesma estratégia para reforçar a falta de autonomia do ministro, defender a vacinação e criticar Jair Bolsonaro por propagar desinformação: **“Queiroga acertadamente elegeu a vacinação como prioridade, a despeito da campanha de desinformação tocada por Bolsonaro”**. Este último caso aponta para uma fragilidade desse tipo de esquema argumentativo. Isso porque o exemplo ou a prova por analogia encaminha, como mencionado, à indução, e esta leva a uma conclusão provável.

O esquema argumentativo dos silogismos e entinemas, por sua vez, leva à dedução. As premissas são “coisas postas” que, necessariamente, resultam numa conclusão (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 448). Assim, “Classicamente, considera-se que a dedução conclui com certeza e a indução o faz de forma apenas provável e que, em consequência, só a dedução pode produzir um saber científico substancial” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2014, p. 273).

Outros esquemas argumentativos também estão presentes substancialmente nos textos de *O Globo* analisados, ainda que em menor quantidade: (c) o exemplo histórico e (d) a analogia

---

<sup>129</sup> Editorial de 24 de dezembro de 2021, intitulado “Queiroga frustrou esperança de gestão técnica na Saúde”. Grifo do autor destaca o esquema argumentativo.

por ilustração. O uso deles é similar ao caso dos exemplos por prova ou analogia, porém o resultado, isto é, a adesão do alocutário a partir dessas estratégias, é mais incerta. Amossy (2018a, p. 155) comenta:

Sabe-se que um mesmo acontecimento histórico é suscetível a tratamentos diversos e a interpretações conflitantes. O exemplo histórico pode, nesse sentido, levar a conclusões opostas. Seu peso argumentativo não pode, assim, ser avaliado em si mesmo. Ele é tributário do uso que se faz dele em uma situação particular e em um quadro de comunicação dado.

Por sua vez, a analogia por ilustração também é considerada mais precária que a sua correlata por prova por ser pouco conclusiva. Ela depende das interpretações do público, que podem ser bastante diversas. Ainda no editorial sobre Queiroga, observa-se o seguinte trecho: **“E assim tenta se equilibrar entre sua crença na ciência e sua fé em Bolsonaro, ainda que por vezes elas se tornem inconciliáveis”**. Aqui, *O Globo* busca afirmar que a crença na ciência e a fé em Bolsonaro são coisas opostas, isto é, Bolsonaro é oposto à ciência. Como diz Amossy (2018a, p. 157), “a analogia produz paralelismos na medida em que se apoia em similaridades preexistentes” de modo que se “estabelece ligação estreita entre dois constituintes que, em realidade, são distintos”. Dessa forma, tal estratégia pode não funcionar como desejado.

No caso dos elementos pragmáticos, há maior equilíbrio na distribuição entre os textos. O mais adotado é o das (e) escolhas lexicais, seguido pelo (f) não dito ou implícito, (g) o retrabalho lexical e (h) os pressupostos e subentendidos.

As escolhas lexicais são sempre carregadas de peso argumentativo e, em se tratando de editoriais, o discurso nunca é ingênuo. Por isso, a observação desses elementos indica mais que o tom do texto: apresenta como o locutor pensa a questão. Conforme Amossy (2018a, p. 172), “a análise argumentativa não examina o léxico em si e por si”, e sim “se preocupa com a maneira pela qual a escolha dos termos orienta e modela a argumentação”. Além disso, considera-se que a palavra participa de um quadro de interação (orientada para o outro) e em um quadro de relações consensuais ou polêmicas que acaba por produzir na relação com outros elementos do discurso. Isso vale mesmo que as palavras pareçam despreziosamente postas – o que não é o caso.

Diante dos termos ou das expressões de uso corrente que naturalizam as teses e permitem uma exploração argumentativa velada, encontramos escolhas lexicais chamativas que têm, à primeira vista, um valor polêmico que, por sua vez, provém de uma seleção ostensivamente efetuada em meio a diversas possibilidades, independentemente se tais escolhas figurem como atos intencionais ou não (AMOSSY, 2018a, p. 173).

Chama a atenção na observação das escolhas lexicais a possibilidade de se perceber nelas justamente um caráter distintivo do editorial frente aos demais gêneros jornalísticos. Essas escolhas conferem ao editorial tom fortemente opinativo e adjetivado, em que os julgamentos de valor, ao contrário do que se idealiza em uma notícia, estão bastante marcados. Nos textos de *O Globo* se notam, principalmente, muitas críticas ao governo, tanto diretamente quanto indiretamente (alguns exemplos são demonstrados no quadro 9).

De maneira mais explícita, tanto o editorial “A absurda inversão de prioridades entre os deputados”, de 8 de abril de 2022 quanto “Mentiras de Bolsonaro são atos de campanha”, de 19 de julho de 2022 apresentam lexemas de peso argumentativo bastante negativo. No primeiro caso, trata-se de uma denúncia sobre os deputados federais não se empenharem em dar prosseguimento ao PL das *Fake News*, bandeira apoiada por *O Globo* e tida como fundamental para a manutenção da democracia no Brasil. Já no segundo editorial, a crítica é direta ao presidente, afirmando que ele mente, delira e profere histórias falsas. Os exemplos apontados no texto procuram desmentir as falas de Bolsonaro, bem como deslegitimar as suas ações apontando para o contraditório na fala do representante máximo do país.

Quadro 9 – Escolhas lexicais em *O Globo*

Editorial: “A absurda inversão de prioridades entre os deputados”	
	Exemplos
Lexemas: Inversão de valores; realidade paralela; estapafúrdio; obsessões ideológicas; nada menos prioritário; escândalos; problemas crônicos; hostes bolsonaristas; iniciativa sem cabimento; obscuros; militância bolsonarista; nada acrescenta; prejuízos inequívocos; distantes dos problemas reais; subserviência.	“A Câmara vive numa <b>realidade paralela</b> . De um lado, o plenário negou a tramitação em regime de urgência a um projeto essencial para as eleições deste ano e para o futuro da democracia no Brasil: o PL das Fake News, que coíbe a desinformação nas redes sociais e estabelece normas de transparência e responsabilidade no meio digital. De outro, a liderança do governo na Casa afirma já ter acordo para votar o projeto <b>estapafúrdio</b> que regulamenta o ensino doméstico, uma das <b>obsessões ideológicas</b> do bolsonarismo. <b>Nada menos prioritário</b> diante da sucessão de <b>escândalos</b> no Ministério da Educação e dos <b>problemas crônicos</b> no ensino agravados por quase dois anos de escolas fechadas na pandemia. Na mesma quarta-feira em que o pedido de urgência para a votação do PL das Fake News foi derrubado em plenário, o líder do governo, Ricardo Barros (PP-PR), confirmou o acordo para

	<p>votar o projeto que regulamenta no país aquilo que as <b>hostes bolsonaristas</b> preferem chamar pelo nome em inglês: homeschooling. A <b>iniciativa sem cabimento</b> veio à baila num momento em que o MEC se debate sob denúncias de corrupção, tráfico de influência de <b>pastores obscuros</b> na alocação de verbas públicas e compras superfaturadas de ônibus escolares. O ensino doméstico só serve para satisfazer a <b>militância bolsonarista</b>, para quem as escolas estão tomadas por doutrinadores de esquerda. <b>Nada acrescenta</b> à melhoria da qualidade do ensino. Ao contrário, traz <b>prejuízos inequívocos</b> aos alunos pelo afastamento do convívio social com a diversidade inerente a qualquer ambiente escolar.”</p>
<p>Editorial: “Mentiras de Bolsonaro são atos de campanha”</p>	
<p>Lexemas: mentira; delírio; pantomina; constrangedor – e também: teatro diplomático; mentiras de Bolsonaro; teses estapafúrdias; decisão política absurda; cizânia; depende dos inimigos para se justificar; teses absurdas; quartelada.</p>	<p>“A apresentação de 50 minutos sobre o sistema eleitoral que o presidente Jair Bolsonaro fez diante de algumas dezenas de representantes de missões diplomáticas estrangeiras na última segunda-feira variou, como era previsto, entre a <b>mentira</b> e o <b>delírio</b>. Bolsonaro é um político em campanha, cuja pontuação nas pesquisas tem sido sofrível. Essa é a razão para mais essa <b>pantomima</b> a que submeteu o Brasil. Seu desempenho foi <b>constrangedor</b> a ponto de ninguém aplaudir no final — e de o próprio Bolsonaro ter de lembrar à plateia que tinha terminado”.</p>

Fonte: Autor.

Percebe-se em grande parte que *O Globo* reserva ao governo e, em especial, ao presidente Bolsonaro e seus seguidores, um conjunto de adjetivos com intuito de desqualificação. Nem mesmo o editorial “Informação é essencial em epidemias”, de 8 de fevereiro de 2020 – o único que apresenta positivamente o fato de o Ministério da Saúde ser transparente nas informações no início da pandemia de coronavírus – deixa de lado as críticas à gestão. Apesar do elogio à transparência, inclusive destacando o cuidado do Ministério em desmentir em sua página oficial informações errôneas que circulavam sobre a doença, apresenta a ressalva de que esse é “um dos raros bons exemplos administrativos do governo Bolsonaro

até agora”. Prioriza, portanto, a questão do acesso à informação como ferramenta fundamental para a população. Na mesma linha de defesa da informação, outros editoriais posteriores acabam por voltar a criticar o governo e o presidente, mencionando episódios em que se tentou reprimir a liberdade de expressão a partir da manipulação da Polícia Federal, como já pode ser visto.

Outras escolhas lexicais demonstram o posicionamento do jornal a partir da citação de autoridades como a do ministro do Tribunal Superior Eleitoral, Luís Roberto Barroso, criticando “a tentativa de desacreditar o processo eleitoral para, em caso de derrota, poder alegar fraude e deslegitimar o vencedor”<sup>130</sup> e, também, no esforço em reforçar a ligação entre Jair Bolsonaro e o ex-deputado Roberto Jefferson. Nesse caso, *O Globo* traça um editorial que faz questão de destacar os atos criminosos de Jefferson, colocando-o como criminoso, presidiário e transgressor agressivo. A descrição de vários crimes cometidos por Jefferson, bem como a caracterização dele como a personificação do bolsonarismo em um texto que demarca negativamente essa corrente ideológica, corrobora com a intenção de macular a imagem de Bolsonaro a partir de um forte apoiador seu. Situação semelhante ao comentar a gestão de Queiroga, no editorial de 24 de dezembro de 2021, anteriormente mencionado, quando lexemas que pesam contra os ministros Pazuello e Queiroga (subserviente; falta de autonomia; papagaio de pirata do presidente) e contra o governo (desmandos de Bolsonaro) refletem diretamente no modelo de gestão adotado para o Executivo.

Atenta-se para o fato de que as escolhas lexicais, apesar de nitidamente reforçarem pontos negativos, também aparecem como forma de exaltar questões valorizadas pelo jornal. Destaca-se especialmente nos textos analisados o apoio ao “PL das *fake news*”: “é feliz, oportuno e necessário o texto do Projeto de Lei 2.630/2020”<sup>131</sup>.

O retrabalho lexical é outro elemento pragmático que, de forma semelhante às escolhas lexicais, busca acentuar a argumentação do jornal. Amossy (2018a, p. 175) afirma que “a definição constitui um lembrete daquilo que já está consagrado quando parece útil exibi-lo” e continua: “ela se apresenta frequentemente como uma redefinição, um procedimento particularmente útil quando é o caso de refutar as posições do adversário”. Nota-se, por exemplo, no seguinte trecho que defende a liberdade de expressão:

**A liberdade de expressão parecia questão pacificada na democracia brasileira. A Constituição de 1988 protege o discurso em termos quase absolutos, com exceções mínimas. O Supremo Tribunal Federal (STF), quando instado a se manifestar sobre**

<sup>130</sup> Editorial de 14 de setembro de 2021, intitulado “TSE faz bem em apertar o cerco contra mentiras sobre as eleições”.

<sup>131</sup> Editorial de 9 de novembro de 2021, intitulado “Congresso precisa ser ágil e aprovar PL das Fake News”.

o tema, vinha garantindo tal liberdade várias vezes: sepultou a Lei de Imprensa da ditadura, assegurou o direito à publicação de biografias não autorizadas, à livre manifestação política nas universidades, à exibição de um especial natalino ofensivo a grupos religiosos — e sempre vetou tentativas de censura judicial<sup>132</sup>.

No caso do editorial de 24 de outubro de 2022, por exemplo, por meio do recurso da ironia, *O Globo* menciona que Bolsonaro, sempre ágil nas redes sociais, demora para condenar as ações criminosas de um dos seus mais fortes aliados, Roberto Jefferson. Destaca também que quando o presidente criticou o ataque armado de Jefferson à polícia, aproveitou para também criticar o Supremo Tribunal Federal: “Tão ágil nas redes sociais, ele levou 48 horas para condenar os ataques vis a Cármen Lúcia. Só condenou depois das rajadas de tiros do aliado contra policiais federais, e mesmo assim criticou a Corte”.

Os não ditos ou implícitos e os pressupostos e subentendidos trabalham a argumentação de forma menos direta – o que não significa dizer que é menos forte:

se o implícito é dotado de uma grande força argumentativa, não é somente porque desencadeia uma atividade de interpretação que autoriza uma “cooperação” com o discurso. É também porque, como bem mostrou Oswald Durot, alguns valores e posições têm muito mais impacto quando são apresentados sob o modo de uma evidência e introduzidos no discurso de maneira a não constituir o objeto declarado do dizer (AMOSSY, 2018a, p. 178-179).

Amossy também afirma que o implícito exerce um reforço à argumentação ao apresentar crenças e opiniões de modo indireto ou velado. Trata-se de trabalhar com a possibilidade de *dar a entender*, transferindo ao auditório a responsabilidade da interpretação. Nos editoriais de *O Globo*, os não ditos e os implícitos são usados para reforçar um argumento já exposto mais enfaticamente. Retomo os supramencionados textos de 18 de janeiro de 2022 e de 8 de abril de 2022. Acrescento o editorial “O que liberdade de expressão quer dizer para o brasileiro”, de 19 de junho de 2021:

#### Quadro 10 – Não ditos ou implícitos em *O Globo*

Editorial: “Mudança no WhatsApp é incoerente e inaceitável em pleno ano eleitoral”	
	Exemplos
Há um grupo que propaga desinformações com fins políticos; há um grupo político que não quer deixar de controlar a desinformação.	“A mudança, é ocioso dizer, representaria a realização do sonho dos propagadores de fake news e desinformação.”

<sup>132</sup> Editorial de 19 de março de 2021, intitulado “Em defesa da plena liberdade de expressão”.

	“(…) pela resistência em acabar com uma comodidade para controlar a desinformação.”
A Meta não se esforça nas ações contra desinformação.	“A revelação de que a Meta diz uma coisa e faz outra em relação ao WhatsApp só aumenta a urgência de uma regulação mais rígida.”
Editorial: “A absurda inversão de prioridades entre os deputados”	
A “inversão de valores” citada no título menciona os deputados em geral, porém, descreve somente ações e manobras realizadas por grupos apoiadores do governo Bolsonaro. A inversão de valores é, portanto, desses grupos. Eles, assim como o governo, não estão preocupados com problemas reais tais como a educação e a manutenção da estabilidade democrática.	“A pressa em votar o projeto do ensino doméstico revela quanto os deputados estão distantes dos problemas reais. Não tiveram a mesma pressa para acelerar a tramitação do PL das Fake News. O regime de urgência era essencial para que as novas regras entrassem em vigor antes das eleições deste ano. Não é difícil imaginar os efeitos desastrosos para o pleito. Desinformação e mentiras inundarão as redes sociais num ambiente sem lei, impondo graves ameaças aos resultados. Na prática, o Legislativo transferiu ao Judiciário o ônus de disciplinar o caos. Não se pode dizer que o projeto prejudicaria os deputados, já que estendia a imunidade parlamentar aos meios digitais, conferindo-lhes licença para mentir. Nem isso os sensibilizou para acelerar o trâmite. A Câmara adotou o comportamento-padrão: deu as costas às necessidades prementes do país e privilegiou a subserviência ao governo Bolsonaro, bem nutrida por cargos e verbas do orçamento secreto.”
Convocação para que os brasileiros não votem em Bolsonaro caso concordem com os argumentos do texto.	“Prioriza-se o supérfluo e descarta-se o que importa. Aos brasileiros indignados com essa distorção, resta o voto.”
Editorial: “O que liberdade de expressão quer dizer para o brasileiro”	
Afirma que os brasileiros concordam que a imprensa profissional critique os maus atos do governo durante a pandemia, por exemplo, divulgando informações sobre ações oficiais que dificultam a gestão da crise. Também, ao mencionar que o país vive	“É um alento saber que, num momento em que proliferam fake news, os brasileiros se destacam pelo apoio aos pilares do jornalismo profissional. Uma maioria consolidada diz querer saber a verdade do que quem doer. Para 76%, a imprensa tem o



<p>num momento de proliferação de <i>fake news</i>, reforça que o brasileiro defende a liberdade de imprensa. Cita vagamente questões que se referem a atos do governo Bolsonaro (reportagens que desestabilizam a economia; a verdade deve ser dita do a quem doer; publicação de dados sensíveis à segurança nacional) e estabelece uma dicotomia entre imprensa e governo Bolsonaro.</p>	<p>direito a publicar reportagens que desestabilizem a economia. Para 80%, deve poder divulgar informações que dificultem a gestão de epidemias. E 65% dizem que tem direito a publicar mesmo dados sensíveis para a segurança nacional.”</p>
---	---

Fonte: Autor.

Outros trechos reforçam a crítica ao Supremo Tribunal Federal quando da instauração do que chama de “Inquérito das Fake News”, destacando a defesa pela liberdade de imprensa e rechaçando o que afirma ter sido um ato de “censura” contra a revista *Crusoe*<sup>133</sup>; estabelece um paralelo entre o que é e o que não é liberdade de expressão, criticando as ações bolsonaristas como algo que ultrapassa os limites do bom uso do direito à palavra ao promover discurso de ódio e falas baseadas em mentiras<sup>134</sup>; e associam Bolsonaro e o bolsonarismo a crimes: “a ida do aliado de Bolsonaro [Roberto Jefferson] a Bangu 8 não apazigua o ambiente conflagrado”<sup>135</sup>.

#### Quadro 11 – Pressupostos e subentendidos em *O Globo*

Editorial: “Novas evidências do interesse de Bolsonaro na PF”	
	Exemplos
<p>Bolsonaro sabia que a Polícia Federal investigava esquemas ligados aos membros da sua família, por isso, o presidente tentou controlar o órgão. Assim, afastaria as investigações dos seus aliados.</p> <p>O texto infere que Bolsonaro mentiu sobre as motivações realizadas na Polícia Federal porque quer se proteger das investigações de corrupção, lavagem de dinheiro e desinformação que pesam contra ele, seus familiares e seus aliados.</p>	<p>“Marinho atuou na linha de frente da campanha. Disse <b>que ouviu do senador Flávio Bolsonaro que, logo depois do primeiro turno, um delegado da PF revelou a um assessor dele que a Operação Furna da Onça iria às ruas, para investigar esquemas de “rachadinha” na Alerj</b> (subtração de parte do salário de assessores dos deputados). <b>Por ordem de Jair Bolsonaro</b>, foram logo demitidos Fabrício Queiroz do gabinete do deputado estadual Flávio, e Nathalia Melo de Queiroz, filha de Fabrício, da assessoria do futuro presidente na Câmara dos Deputados. <b>Pode ser que isso tenha reforçado o interesse do presidente em controlar a PF.</b>”</p>

<sup>133</sup> Editorial de 19 de março de 2021, op. cit.

<sup>134</sup> Editorial de 5 de agosto de 2020, op. cit.

<sup>135</sup> Editorial de 24 de outubro de 2022, op. cit.

Editorial: “Bolsonaro não tem como se desvincular de Roberto Jefferson”	
<p>Bolsonaro usa a máquina pública para vantagem eleitoral.</p> <p>O texto liga Bolsonaro a Roberto Jefferson, fazendo questão de ressaltar que Jefferson é um criminoso. Se Jefferson é “aliado de primeira hora” de Bolsonaro, é provável que tenham muito em comum, o que significa transferir o peso recriminatório de Jefferson a Bolsonaro, porque este mantém perto de si pessoas violentas, agressivas e criminosas.</p>	<p><b>“Primeiro, o ex-deputado Roberto Jefferson, aliado de primeira hora do presidente Jair Bolsonaro, proferiu em vídeo ofensas à ministra Cármen Lúcia, do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e do Supremo Tribunal Federal (STF), por decisões que lhe desagradaram. Depois, numa reação inacreditável de desafio à lei e à Justiça, recebeu com tiros de fuzil e granadas policiais federais que foram a sua casa cumprir uma ordem de prisão. Dois agentes ficaram feridos. Jefferson só se entregou após oito horas de afronta à Justiça. Diante do potencial de danos do episódio a sua candidatura numa eleição acirrada, Bolsonaro tentou de todo modo se desvincular do aliado. Condenou a investida contra os policiais e, num esforço patético, chegou a dizer que não havia foto dele com Jefferson — apenas para ser desmentido em instantes pela profusão de imagens dos dois juntos em sites de notícias e redes sociais.”</b></p>

Fonte: Autor.

Os pressupostos e subentendidos, afirma Amossy (2018a, p. 181), a partir de Ducrot, “são os dados a partir dos quais falamos, não aqueles que intervêm diretamente na fala” e, conforme o linguista francês, o pressuposto “está inscrito na língua e faz parte do sentido do enunciado, desempenha papel importante na argumentação tomada em seu sentido amplo como tentativa de persuasão” para além de atuar como uma forma de encadeamento dos enunciados. Ainda, conforme a linguista Kerbrat-Orecchioni, também citada por Amossy,

todas as informações que, sem estarem abertamente postas (isto é, sem constituir, em princípio, o verdadeiro objeto da mensagem a transmitir), são, entretanto, automaticamente produzidas pela formulação do enunciado, em que elas se encontram intrinsecamente inscritas, qualquer que seja a especificidade do quadro enunciativo (KERBRAT-ORECCHIONI, 1986, p. 25 *apud* AMOSSY, 2018a, p. 180).

Os subentendidos, no entanto, apresentam alguma complexidade, pois a questão argumentativa é apresentada pelo locutor ao alocutário de forma que aquele, ao tentar fazer este aderir à tese, não oferece embasamento em razões argumentadas (AMOSSY, 2018a). Envolve

a quebra de princípios de cooperação das máximas conversacionais, elementos que deixam explícitas as premissas de uma argumentação:

A implicatura, como transgressão deliberada dos princípios de cooperação e como subentendido que depende de dados contextuais, frequentemente delega ao alocutário a responsabilidade de uma interpretação que o locutor se recusa a assumir (AMOSSY, 2018a, p. 184).

Portanto, para Kerbrat-Orecchioni (*apud* AMOSSY, 2018a), tratam-se de informações possíveis de serem veiculadas por um enunciado, mas que dependem do contexto enunciativo, pois derivam dele.

Em suma, tanto os não ditos e implícitos quanto os pressupostos e subentendidos acabam servindo de uma forma semelhante nos textos de *O Globo* (e dos demais veículos), ambos acionados principalmente para acentuar os julgamentos e reforçar os argumentos abordados nos demais elementos pragmáticos e nos esquemas argumentativos.

#### 4.3.2 O Estado de S. Paulo

O primeiro contraste entre os textos de *O Estado de S. Paulo* e os demais jornais se dá já pelo aspecto da percepção visual. Os editoriais desse periódico são mais extensos. E as diferenças que podem ser percebidas num primeiro momento vão além do tamanho. Os editoriais do *Estado* se aproximam mais de uma coluna de um especialista, como são os textos dos diversos tipos de comentaristas. Explico: eles têm uma tendência de apresentar muito mais exemplos que sirvam de embasamento para a argumentação, informando para além de expressar opiniões. São dados, citações e contextualizações mais numerosas do que as observadas em *O Globo*, por exemplo. Disso, decorre que se os esquemas argumentativos no primeiro (*O Globo*) têm muito de (a) silogismos e entinemas como fundamentação, priorizando uma abordagem mais dialógica. Neste segundo (*O Estado de S. Paulo*), a estrutura se apresenta mais rígida e baseada em (b) exemplos ou provas por analogia, variando entre uma ênfase mais languageira e comunicacional. Isso não significa que seja menos argumentativo ou que as opiniões apareçam menos, apenas demonstra uma forma diferente de organização por parte do veículo, que prioriza seus esquemas argumentativos e elementos pragmáticos de forma diferente, mais ilustrativa e direta. Analogia por ilustração (c) e (d) exemplos históricos também integram os esquemas argumentativos, com interessante abordagem no primeiro caso (ver adiante).

Nos 13 textos de *O Estado de S. Paulo* analisados sob a perspectiva argumentativa, os índices de alocação acionados se baseiam, preponderantemente, em evidências compartilhadas, tal como em *O Globo*. Esses índices de alocação, mais que estabelecer o estreitamento entre jornal e leitor, apresentam os principais valores defendidos por ele, nos quais a argumentação, no restante do texto, busca justificar e consolidar.

Quadro 12 – Índices de alocação em *O Estado de S. Paulo*

Evidências compartilhadas	Pronomes pessoais
Democracia deve ser defendida; valores democráticos	
Liberdades individuais; direitos individuais; liberdade de expressão	
Direitos constitucionais; Constituição; democracia é um direito do cidadão	
Defesa das instituições; Instituições de Estado; liberdade entre os Poderes; separação entre os Poderes	“os cidadãos” = envolvimento do auditório
Liberdade de imprensa	“as forças liberais” = a sociedade
Verdade factual	“os brasileiros” = eles
Jornalistas são comprometidos com a ética	
Informar é ter responsabilidade para com a sociedade	
Jornalismo informa melhor que as redes sociais	
Honestidade	
Justiça	

Fonte: o autor.

Nota-se também que em *O Estado de S. Paulo*, o principal valor acionado para estabelecer vínculo com o alocutário remete à manutenção do regime democrático: dez dos 13 editoriais recorrem aos valores relacionados à democracia. Ainda, destacam-se as referências a outros aspectos relacionados a ela, por exemplo, as liberdades individuais e o direito de

expressão e a liberdade de imprensa. Quanto aos valores ligados ao jornalismo, destacam-se a defesa da profissão e o senso de responsabilidade ética da atividade jornalística.

Acerca da questão como o jornalismo é abordado pelo jornal, os editoriais “Selva de notícias”, de 4 de janeiro de 2021, “Vírus, informação e responsabilidade”, de 28 de março de 2020 e “Twitter na direção certa”, de 1º de novembro de 2019, apresentam algumas das principais ideias sobre a temática.

Em 2019, o editorial se construiu em torno do apoio à iniciativa do *Twitter* em restringir o impulsionamento de conteúdo político. O mesmo texto também defendeu uma regulação das redes sociais para prevenir a desinformação, aproveitando o espaço para tecer críticas ao *Facebook* por ser contra esse tipo de regulamentação. Nesse mesmo editorial, estão presentes a afirmação do valor da verdade factual, da honestidade e da democracia, justapondo-se ao cenário das redes sociais como ambiente facilitador da propagação de mentiras. Colocando esses aspectos frente a frente, o jornal infere que a liberdade só pode ser plena se houver uma proteção contra essas mentiras estrategicamente disseminadas “em nome dos mais variados interesses”. Assim, *Estado* destaca seu posicionamento de que a desinformação prejudica a democracia e a liberdade do cidadão: “**Não há liberdade plena sob o império da mentira**”.

No texto de 2020, observa-se o foco voltado para a informação como recurso fundamental assegurado não apenas pelo *O Estado de S. Paulo*, mas pela imprensa profissional num todo. Reafirmam-se valores de responsabilidade para com a sociedade intrínsecos ao jornalismo, compartilhados abertamente. O texto reitera esse compromisso ao se referir à sobrecaça que unificou os principais jornais do país. Fruto de uma campanha da Associação Nacional dos Jornais (ANJ), a ação reforçou “**o jornalismo profissional como o melhor antídoto contra a desinformação**”<sup>136</sup>. Em comparação com o editorial de 2021, emerge a coerência discursiva na forma como *Estado* busca falar do campo jornalístico, apresentando a prática como uma questão de “**vida ou morte**” e situando a atividade em uma escala de valoração que a coloca como algo fundamental para a vida. A expressão “vida ou morte”, inclusive, traduz a magnitude que *O Estado de S. Paulo* dá ao seu ramo de atividade. Nesses casos, a analogia por ilustração oferece um bom exemplo de como o jornal busca trabalhar estrategicamente essa perspectiva, relacionando o jornalismo profissional a uma questão de saúde pública ou de guerra.

---

<sup>136</sup> Principais jornais do país unificam capas: ‘Juntos vamos derrotar o vírus’. G1, 23 mar. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2020/03/23/principais-jornais-do-pais-unificam-capas-juntos-vamos-derrotar-o-virus.ghtml>>. Acesso em 30 de mar. 2023.

Quadro 13 – Analogia por ilustração em *O Estado de S. Paulo*

Editorial: “Vírus, informação e responsabilidade”	
	Exemplos
A apuração profissional é indicada como questão de “vida ou morte”, apresentando o jornalismo sob a analogia de um bem fundamental.	“Muitos creem que as redes sociais tornaram a imprensa obsoleta, mas os tempos de crise evidenciam que <b>apuração profissional é questão de vida ou morte.</b> ”
Relação entre o ato de higienizar para se prevenir do coronavírus e o ato de selecionar melhor as informações que se consome. Trata-se de uma abordagem que equipara a desinformação a uma doença tão perigosa quanto o coronavírus.	“Assim como todos devem <b>lavar as mãos</b> e evitar tocar o rosto para impedir o contágio do vírus, é necessária uma <b>higiene informacional</b> contra a viralização da mentira.”
A citação de um especialista reforça a equiparação entre o fenômeno da desinformação e uma doença. Estabelece-se um paralelo entre a necessidade de se combater juntos o coronavírus e a desinformação, corroborando com a perspectiva do jornal. A perspectiva de guerra também é evidente.	“A <b>luta</b> contra o coronavírus depende da competência, capacidade e seriedade estratégica das autoridades sanitárias. Mas a <b>guerra</b> ’, disse o professor Carlos Alberto Di Franco no Estado, ‘só será ganha na <b>trincheira</b> da comunicação’.”
Comparativo entre guerras armadas e a <i>guerra ideológica</i> na qual o jornalismo está envolvido sob a motivação da informação e da responsabilidade social.	“Diz-se que a verdade é a primeira vítima da <b>guerra</b> . Nesta, ela pode ser a última, se sociedade, estudiosos, autoridades e jornalistas estiverem – como disseram em uníssono as capas dos jornais brasileiros na segunda-feira passada– “unidos pela informação e pela responsabilidade”.

Fonte: Autor.

Ainda sobre o jornalismo, o trecho do editorial “Vírus, informação e responsabilidade” reproduzido no quadro 14 deixa perceber que o jornal demarca uma separação entre o profissional jornalista e os demais “difusores de informação”. Isso remete a uma forma de defesa profissional que demarca uma *reserva*: só merece ser denominado jornalista aquele que obedece aos critérios da profissão.

Quadro 14 – Jornalismo como questão de “vida ou morte” em *O Estado de S. Paulo*

Editorial: “Vírus, informação e responsabilidade”	
	Exemplos
<p>Analogia ou ilustração; retrabalho lexical; conectores</p> <p>A apuração profissional é tratada como questão de vida ou morte. A argumentação, sob analogia, põe o jornalismo numa perspectiva de necessidade de primeira ordem, sem a qual o único fim é a “morte”.</p> <p>Além disso, há um segundo nível que pode ser compreendido como um retrabalho lexical. Nesse caso, ele devolve à expressão seu sentido literal pois, como o contexto do editorial permite notar, trata-se da importância que o jornalismo exerce no combate e na prevenção ao coronavírus. No contexto brasileiro, houve muita desinformação, situação que o jornal coloca como algo que põe, de fato, a vida da população em risco.</p> <p>O uso do conector “mas” apresenta a tese que contrapõe a ideia de que qualquer um pode exercer jornalismo. <i>Estado</i> menciona “difusores de informação”, separando a atividade profissional da amadora.</p>	<p>Muitos creem que as redes sociais tornaram a imprensa obsoleta, mas os tempos de crise evidenciam que apuração profissional é questão de <b>vida ou morte</b> (linha de apoio).</p> <p>“De médico e louco todo mundo tem um pouco, diz o vulgo. Na era digital, vale acrescentar: de jornalista também. Muitos creem que as redes sociais tornaram a imprensa obsoleta. Os demagogos aproveitam esse sentimento para desmoralizar o jornalismo. <b>Mas</b>, quando todos podem ser <b>difusores de informação</b>, justamente <b>os tempos de crise evidenciam que a apuração profissional é literalmente uma questão de vida ou morte.</b>”</p>
Editorial: “Selva de notícias”	
<p>Escolhas lexicais</p> <p>A apuração profissional é essencial à vida do cidadão: ele depende do bom jornalismo para sobreviver.</p>	<p>“A verdade é que o recurso à apuração profissional é hoje ainda mais decisivo do que no passado, não apenas para os cidadãos que quiserem exercer sua participação democrática, mas até mesmo – como mostram as métricas sobre a covid-19 – para <b>questões de vida ou morte.</b>”</p>

Fonte: Autor.

O texto de 2021, que comenta o resultado de uma pesquisa realizada nos Estados Unidos, sugere que pode ser danoso se informar somente pelas redes sociais. Os dados

apresentados afirmam que o público, nas redes, é mais suscetível à desinformação. Tal estratégia reitera a importância do jornalismo profissional.

Quadro 15 – Análise discursiva argumentativa de editorial em *O Estado de S. Paulo* (1)

Editorial: “Selva de notícias”	
	Exemplos
1. Índices de alocação	
<p>1.1. Evidências compartilhadas</p> <p>Jornalismo informa melhor que as redes sociais.</p>	<p>“(…)o público que utiliza as redes sociais como principal fonte de notícias é menos engajado e <b>menos informado em comparação com o público de outras fontes, como mídia impressa, TV, rádio ou sites de notícias.</b>”</p>
<p>1.2. Evidências compartilhadas</p> <p>Democracia.</p>	<p>“A verdade é que o recurso à apuração profissional é hoje ainda mais decisivo do que no passado, não apenas para <b>os cidadãos</b> que quiserem exercer <b>sua</b> participação <b>democrática</b>, mas até mesmo – como mostram as métricas sobre a covid-19 – para questões de vida ou morte”.</p>
<p>1.3. Pronomes pessoais</p> <p>“os cidadãos” – envolvimento do auditório: associado ao pronome possessivo “sua”, envolve o auditório para demonstrar que um serviço de informação de qualidade é fundamental para que ele participe do processo democrático.</p>	
2. Esquemas argumentativos	
<p>2.1. Silogismo/ entinema</p> <p>Premissa maior: a desinformação a partir das redes sociais digitais atinge os mais jovens e os menos escolarizados</p> <p>Premissa menor (ausente): é preciso reverter essa situação</p> <p>Conclusão: necessita-se de políticas públicas para promover o letramento digital das</p>	<p>“(…)o fato de que aqueles que se informam pelas redes sociais são mais jovens e têm índices menores de escolaridade revela a importância de políticas públicas para promover o letramento digital das camadas sociais menos favorecidas e das futuras gerações.”</p>



<p>camadas sociais menos favorecidas e dos jovens (futuras gerações).</p>	
<p>2.2. Exemplo por analogia ou prova</p> <p>Dados oferecidos pela pesquisa.</p>	<p>“<b>Pew Research</b> Center mostra que público das redes sociais está mais exposto à desinformação” (há outras informações e dados que referenciam a pesquisa no decorrer do texto).</p>
<p>2.3. Exemplo por analogia ou prova</p> <p><i>Estado</i> afirma que a mecânica das redes sociais é a mesma nos Estados Unidos e no Brasil e, por isso, é possível generalizar os resultados. Induz-se, a partir dessa ideia, que “se trata de uma suposição “com dose razoável de probabilidade” (AMOSSY, 2018a, p. 153). Considera-se um argumento fraco porque a similaridade não leva em consideração as particularidades do público das redes sociais no Brasil.</p>	<p>“<b>A pesquisa se restringiu à população norte-americana, mas, dada a mecânica comum das redes sociais, seus resultados podem ser generalizados.</b> Os pesquisadores mensuraram aspectos subjetivos do público (o seu interesse e engajamento) e objetivos (o seu domínio dos fatos e compreensão das narrativas)”.</p>
<p>2.4. Exemplo por analogia ou prova</p> <p>Os números sobre o coronavírus demonstram a necessidade de ser um cidadão bem informado.</p>	<p>“A verdade é que o recurso à apuração profissional é hoje ainda mais decisivo do que no passado, não apenas para os cidadãos que quiserem exercer sua participação democrática, mas até mesmo – como <b>mostram as métricas sobre a covid-19</b> – para questões de vida ou morte.”</p>
<p>3. Elementos pragmáticos</p>	
<p>3.1. Escolhas lexicais</p> <p>A apuração profissional é essencial à vida do cidadão: ele depende do bom jornalismo para sobreviver.</p>	<p>“A verdade é que o recurso à apuração profissional é hoje ainda mais decisivo do que no passado, não apenas para os cidadãos que quiserem exercer sua participação democrática, mas até mesmo – como <b>mostram as métricas sobre a covid-19</b> – para <b>questões de vida ou morte.</b>”</p>

<p>3.2. Retrabalho lexical</p> <p>Deslocamento semântico em “selva de notícias” indica que há muita informação disponível, mas que isso também pode representar um perigo.</p>	<p>“Selva de notícias” (título)</p>
<p>3.3. Retrabalho lexical</p> <p>Retoma o “consagrado” quando convém ser útil, isto é, o fato de as redes sociais não serem uma fonte segura de informação e a necessidade de haver uma mediação ou curadoria – que é o trabalho desempenhado pelo jornalismo.</p>	<p>“Para agravar este quadro, o público das redes sociais está mais exposto à desinformação e mostra menos capacidade de discernimento”.</p>
<p>3.4. Retrabalho lexical</p> <p>Discute a origem do coronavírus descartando a ideia de que a pandemia foi acarretada por uma iniciativa proposital de contaminar a população.</p>	<p>“Os usuários das redes sociais também têm uma probabilidade muito maior de ouvir alegações falsas ou infundadas, como as teorias da conspiração sobre uma origem dolosa da covid-19.”</p>
<p>3.5. Conectores</p> <p>“mas”; “na verdade”. Conecta o explícito – o aumento quantitativo das fontes de informação – com o implícito – essas fontes de informação não têm qualidade se confrontadas com o jornalismo profissional.</p>	<p>“As redes sociais produziram um aumento quantitativo formidável de fontes de informação. <b>Mas</b> isso não implica uma melhora qualitativa para o leitor. <b>Na verdade</b>, as evidências sugerem o contrário”.</p>
<p>3.6. Conectores</p> <p>“consequentemente”. Une os dados anteriores com os próximos, gerando uma espécie de relação entre como o público se informa e a qualidade da informação que ele retém.</p>	<p>“Apenas um quarto dos adultos que têm nas redes sociais sua fonte principal de informação está acompanhando “muito de perto” as notícias sobre a covid-19, enquanto para os usuários de outras fontes o contingente dos muito atentos sobe para a metade. <b>Consequentemente</b>, o público das redes sociais está mais mal informado. Isso foi mensurado a partir de 29 perguntas sobre uma variedade de fatos relacionados às notícias, da economia ao processo de impeachment do presidente norte-americano até a covid-19”.</p>

<p>3.7. Conectores</p> <p>“apesar disso”. Liga à ideia de que se trata de uma realidade a afirmação de o cidadão que se informa pelas redes sociais estar mais propenso à desinformação ao fato de ele não se preocupar com o impacto dessa desinformação.</p>	<p>“Os usuários das redes sociais também têm uma probabilidade muito maior de ouvir alegações falsas ou infundadas, como as teorias da conspiração sobre uma origem dolosa da covid-19. <b>Apesar disso</b>, este público se mostra menos preocupado com o impacto das notícias falsas. Apenas 37% mostraram esta preocupação, enquanto para aqueles que se baseiam em outras plataformas o contingente foi de quase 60%.”</p>
--	--

Fonte: o autor.

Semelhante ao conjunto de textos de *O Globo* analisados, a argumentação em *O Estado de S. Paulo* retoma exemplos de outros países para reforçar as suas teses. Estados Unidos da América<sup>137</sup> e Mianmar<sup>138</sup> são dois que obtiveram destaque sob o esquema argumentativo de exemplo histórico (d). Neste veículo, os exemplos estrangeiros são usados para tratar de assuntos ao impacto da internet no debate público, como demonstram os excertos:

Junto ao aumento dos ataques à democracia na esfera virtual, verifica-se também a reação da sociedade em defesa da liberdade, como diz Adrian Shahbaz, diretor de tecnologia e democracia da entidade, ao avaliar a campanha eleitoral dos Estados Unidos (1).

Em Mianmar, por exemplo, autoridades mantiveram, por mais de um ano, incluindo o período pré-eleitoral, um bloqueio do sistema de internet móvel nos Estados de Rakhine e Chin, fazendo com que cerca de 1,4 milhão de habitantes sofressem sérias restrições de acesso à informação. Além disso, o governo recorreu à legislação contra fake news para bloquear acesso a sites com reportagens investigativas sobre atos de corrupção e violência por parte de militares (2).

Esses dois editoriais abordam, primeiro, aspectos em que as redes sociais digitais podem representar riscos, sobretudo, por conta da facilidade de se divulgar desinformação por essas plataformas; segundo, tensionando as ideias de democracia, eleições e liberdade com os tipos de uso dessas redes. Em ambos os casos, *O Estado de S. Paulo* afirma que as redes sociais exercem influência sobre a sociedade, inclusive, sendo determinantes para a definição dos resultados eleitorais. Ao defender a regulação dos serviços de interação social pela internet, o jornal argumenta que é justamente tal controle o responsável por garantir a soberania da democracia e da liberdade:

<sup>137</sup> Editorial de 1º de novembro de 2019, intitulado “Twitter na direção certa”.

<sup>138</sup> Editorial de 11 de dezembro de 2020, intitulado “Eleições, liberdade e internet”.

Desde o seu surgimento, a internet foi vista como poderoso aliado da liberdade e autonomia individuais. Agora, sem ignorar suas potencialidades, o mundo virtual recebe um novo olhar, mais realista. Muitas vezes, a ameaça à liberdade e à democracia vem pela internet<sup>139</sup>.

Sob outra perspectiva – analogia por ilustração – *Estado* compara o que os bolsonaristas dizem querer para o Brasil com a situação enfrentada pela Venezuela. O editorial “Uma pauta inimiga das liberdades”, de 22 de maio de 2019, comenta a organização de manifestações bolsonaristas em protesto contra o Supremo Tribunal Federal e o Congresso Nacional. A Venezuela, que aparece constantemente no discurso alinhado à direita política como um exemplo do qual o Brasil deve se afastar, é colocada como um exemplo de onde essas pautas prosperaram. Ao relacionar dois países, nota-se um peso contrário ao regime político venezuelano que recai sobre a ideia da argumentação. A intenção é revelar uma incoerência entre o que pregam os bolsonaristas (“o Brasil não vai virar uma Venezuela”) e a prática das ações que esse mesmo grupo realiza.

É profundamente antidemocrático postular o fechamento dessas instituições sob o pretexto de que elas têm defeitos. Isso não é exercício da crítica, e tampouco da liberdade de expressão. É tentativa canhestra de emparedar as instituições fundamentais para o Estado Democrático de Direito. **Não há por que copiar aqui no Brasil o que se vê há algum tempo na Venezuela.**

Entre os elementos pragmáticos, sobressaem-se as (e) escolhas lexicais e o (f) retrabalho lexical frente aos (g) conectores, (h) o não dito ou implícito e os (i) pressupostos e subentendidos.

As escolhas lexicais são numerosamente encontradas e a desqualificação de Jair Bolsonaro e do bolsonarismo estão entre os usos mais recorrentes para esse elemento pragmático. O editorial “Manchando o Brasil e o agronegócio”, de 5 de junho de 2020 oferece exemplos enfáticos que agregam também outros esquemas e elementos. Nesse texto, os lexemas acionados indicam uma série de situações que colocam o governo brasileiro e o presidente sob uma narrativa bastante negativa, a começar pelo título, que é reforçado por outros momentos de duras críticas. Para o *Estado de S. Paulo*, as ações do governo Bolsonaro prejudicam a imagem do Brasil frente a outros países, “manchando” o país, inclusive, mais de uma vez. O jornal afirma explicitamente: **“Especialista em manchar a imagem do Brasil, o governo Bolsonaro acaba de marcar mais um gol contra o País”**<sup>140</sup>. O mesmo texto acrescenta a

<sup>139</sup> Editorial de 11 de dezembro de 2020, op. cit.

<sup>140</sup> Essa construção carrega, além dos lexemas desqualificadores, o pressuposto de que o governo já falhou diversas outras vezes.

Bolsonaro uma enfática opinião: a de que o presidente é notoriamente despreparado para a economia e a diplomacia.

Quadro 16 – Desqualificação do governo de Jair Bolsonaro em *O Estado de S. Paulo*

Editorial: “Manchando o Brasil e o agronegócio”	
<p>“Uma boa política ambiental no Brasil beneficia em primeiro lugar os brasileiros, preservando o clima e a saúde. Mas interessa também ao mundo e por isso é importante em termos diplomáticos e comerciais. O presidente, no entanto, pouco se interessa pela saúde dos brasileiros, como comprova seu comportamento em relação à covid-19. Além disso, seu despreparo em assuntos diplomáticos e econômicos é notório. Surpreendente, mesmo, é o comportamento de algumas entidades do agronegócio defensoras da destruição ambiental”</p>	
	Exemplos
<p>Pronomes pessoais: os brasileiros (eles): Busca estabelecer um vínculo com o alocutário pela nacionalidade. O editorial defende políticas ambientais e busca despertar no leitor que ele também as defenda porque são, sobretudo, benéficas a ele próprio.</p>	<p>“Uma boa política ambiental no Brasil beneficia em primeiro lugar os brasileiros, preservando o clima e a saúde.”</p>
<p>Conectores (mas): As políticas ambientais beneficiam os brasileiros (e o restante do mundo), seja por questões de preservação da natureza, seja por necessidade política, por isso devem ser defendidas.</p>	<p>“Mas interessa também ao mundo e por isso é importante em termos diplomáticos e comerciais.”</p>
<p>Silogismo/ entinema: Premissa maior: um presidente que se preocupa com a pandemia também se preocupa com a saúde dos brasileiros Premissa menor: Bolsonaro não se preocupou com a pandemia Conclusão: Bolsonaro não se preocupa com a saúde dos brasileiros.</p>	<p>“O presidente, no entanto, pouco se interessa pela saúde dos brasileiros, como comprova seu comportamento em relação à covid-19.”</p>
<p>Escolhas lexicais:</p>	<p>“Além disso, seu despreparo em assuntos diplomáticos e econômicos é notório.”</p>

<p>“Notório despreparo”. Exemplo de como <i>O Estado de S. Paulo</i> tece crítica direta a Jair Bolsonaro. O presidente é creditado como alguém despreparado em várias instâncias.</p>	
<p>Retrabalho lexical:</p> <p>Há uma crítica percebida sob ironia, destinada às entidades do agronegócio que compactuam com o <i>modus operandi</i> da gestão de Bolsonaro no governo.</p>	<p>“Surpreendente, mesmo, é o comportamento de algumas entidades do agronegócio defensoras da destruição ambiental”.</p>

Fonte: Autor.

As críticas seguem e atingem outras personagens, por exemplo, o ministro do Meio-Ambiente, Ricardo Salles. Sobre ele, *Estado* relembra a fala proferida em uma reunião ministerial, classificada como “vergonhosa”, “particularmente repulsiva” e “infeliz”. Salles recebe do jornal a alcunha de “ministro da devastação” e é apontado como um oportunista por aproveitar que as atenções da imprensa estavam direcionadas para a cobertura da pandemia para flexibilizar as normas relativas à conservação ambiental:

As palavras do ministro do Meio Ambiente, Ricardo Salles, na **vergonhosa reunião** ministerial de 22 de abril, forneceram precioso material aos protecionistas. Foi **particularmente repulsiva** a ideia de aproveitar a atenção da imprensa na covid-19 para fazer “passar a boiada” do afrouxamento de regras. O apoio de parte do empresariado ao **ministro da devastação**, por meio de anúncio na imprensa, foi um sério fator agravante. Houve quem se opusesse a esse apoio, na Sociedade Rural Brasileira, mas prevaleceu a **decisão infeliz**.

Não apenas as ações de ordem oficial do presidente são apontadas pelas escolhas lexicais. *O Estado de S. Paulo* também se utiliza delas para ligar Jair Bolsonaro a atos antidemocráticos e desinformação, questões que não se enquadram ao que se espera de um presidente da República. O editorial “Rede de mentiras”, de 12 de agosto de 2019 é farto em exemplos de uso de lexemas que desqualificam tanto o presidente quanto os seus seguidores.

Quadro 17 – Escolhas lexicais em *O Estado de S. Paulo*

Editorial: “Rede de mentiras”	
	Exemplos
<p>Uma série de lexemas desqualificam o presidente e seus apoiadores. Também, indicam que eles não se conectam ao mundo</p>	<p>“<b>O presidente e seus apoiadores radicais não sabem debater no mundo dos fatos.</b> Optam pela <b>ilusão</b> de que a permanente</p>

empírico dos fatos verificáveis, isto é, vivem em uma realidade paralela.	construção da <b>fantasia</b> lhes bastará para impor a versão oficial sem contradita.”
Os apoiadores do presidente Jair Bolsonaro são classificados como pessoas sem senso crítico. Verifica-se ainda a ideia subentendida em “o que vier na cabeça no dia”, trecho que remete a uma falta de organização por parte do presidente, bem como a displicência sobre o conteúdo dos seus pronunciamentos.	“Bolsonaro soube identificar e aproveitar como poucos essa transformação no relacionamento entre os políticos e uma significativa parcela do eleitorado. Não só foi eleito presidente, como consolidou uma <b>base de apoio fiel, acrítica e bastante ruidosa</b> no Twitter e no Facebook, plataforma em que semanalmente faz suas já conhecidas lives, transmissões diretas e informais por meio das quais <b>trata do que lhe vier à cabeça no dia.</b> ”
Os apoiadores de Jair Bolsonaro são desqualificados, enquadrados como um grupo extremista que age automaticamente sob o único impulso de defender o presidente a qualquer custo.	“ <b>O bando de radicais que se põem a serviço do governo</b> , ou melhor, da pessoa do presidente da República, não hesita em caluniar, injuriar e difamar quem quer que seja quando Jair Bolsonaro está sob crítica por seus atos e palavras.”
O presidente é descontrolado. A ideia de verborragia carrega o peso de ser uma fala inflamada, compulsiva e incoerente.	“O Estadão Verifica, núcleo de checagem de fatos do Estado, constatou a falsidade total ou parcial das informações que circularam amplamente por meio de redes sociais sobre pessoas que foram alvos de Jair Bolsonaro em sua recente erupção verborrágica.”
Afirmção de que Bolsonaro é mentiroso.	“Em uma mesma ocasião, um café da manhã com a imprensa estrangeira, no dia 19 de julho, o presidente <b>mentiu</b> sobre o passado da jornalista Miriam Leitão (...)”
O bolsonarismo age como uma instituição criminosa (milícia). Nesse caso, a palavra “milícia” é um termo que implicitamente também se liga às suspeitas de que Jair Bolsonaro está envolvido com grupos milicianos do estado do Rio de Janeiro, um poder paralelo e criminoso que controla territórios nesse estado, sobretudo, na capital fluminense.	“Ato contínuo, <b>a milícia digital a serviço de Bolsonaro nas redes sociais</b> fez circular a hashtag #MiriamLeitãoTerroristaSim e divulgou a informação de que o governador Flávio Dino (PCdoB) trocou a bandeira do Brasil de seu gabinete pela bandeira do partido comunista. Mais uma vez, as alegações foram desmentidas pelo Estadão Verifica.”

Diversos também são os usos do elemento de retrabalho lexical, que retomam uma ideia consagrada quando ela se torna útil de ser lembrada. Por exemplo, quando o editorialista se apoia em um ditado popular para, então, redefini-lo: **“De médico e louco todo mundo tem um pouco, diz o vulgo. Na era digital, vale acrescentar: de jornalista também”**<sup>141</sup>. Ao acrescentar a profissão de jornalista ao ditado que fala dos opostos “médico” e “louco” (um jogo de palavras que coloca frente a frente sensatez e insensatez), dá-se o mesmo peso à ideia de que todos têm uma versão dos acontecimentos para apresentar. Situação semelhante quando *Estado* lembra o juramento que um presidente faz ao assumir o cargo:

Diante desse estranho conjunto de objetivos, causou perplexidade o anúncio, feito dias atrás, de que o presidente Jair Bolsonaro compareceria às manifestações programadas para o próximo domingo. **Ao assumir o cargo de presidente da República, ele jurou – não é demais lembrar – respeitar a Constituição.** Ontem, Jair Bolsonaro disse que não irá participar dos atos do dia 26 de maio. Segundo assessores, o recuo teria a intenção de demonstrar “respeito pelo cargo e por suas responsabilidades”<sup>142</sup>.

O trecho citado ironiza sutilmente o comportamento do presidente Jair Bolsonaro. Primeiro, por apontar a confirmação por parte do próprio chefe do Executivo que ele participaria de atos classificados como atentados à democracia e à liberdade das instituições brasileiras; segundo, ao afirmar que “as suas palavras pouco valem”, aborda o recuo da decisão por parte de Bolsonaro, deixando que o leitor se atente para o subentendido de que o presidente está sempre envolvido em contradições.

Outro grupo de elementos que se destaca nos textos de *O Estado de S. Paulo* é o dos conectores. Conforme Amossy (2018a, p. 185), “os conectores concernem diretamente à análise argumentativa pelo fato de que acrescentam à sua função de ligação uma função de construção de uma relação argumentativa”, ou seja, operando entre enunciados, lexemas, implícitos e explícitos, enunciação e enunciado, tal articulação evidencia a heterogeneidade dos tipos (AMOSSY, 2018a).

O efeito de retomada deve ser observado sob a luz de outros elementos. Conforme explica Amossy, faz-se necessário analisar o quadro de enunciação e a situação de comunicação postas. Por exemplo, quando o editorial de 22 de maio de 2019 (supracitado) afirma que há defeitos tanto no Congresso quanto no Supremo Tribunal Federal e, todavia, reafirma a importância dessas instituições para a manutenção do Estado Democrático de Direito, o conector “mas” promove a alternância entre uma constatação condenável e valores “inegociáveis”:

<sup>141</sup> Editorial de 28 de março de 2020, op. cit.

<sup>142</sup> Editorial de 22 de maio de 2019, op. cit.



Não há dúvida de que tanto o Congresso como o Supremo estão coalhados de defeitos. Com frequência, a atuação dessas instituições merece reparos. **Mas** as críticas, num Estado Democrático de Direito, devem ter sempre como pano de fundo a melhora das instituições, e não a sua extinção. Trata-se de um ponto inegociável. Não existe democracia sem Congresso aberto, funcionando livremente. Não existe democracia sem Judiciário livre e independente.

Em outra situação, no também já mencionado editorial de 28 de março de 2020, o termo “mas”, ao contrário de estabelecer uma defesa, permite a crítica:

A pandemia chama em causa a responsabilidade das redes sociais – o “Quinto Poder”, segundo Mark Zuckerberg. Facebook, Google e Twitter anunciaram uma cooperação com instituições como a OMS para bloquear desinformações. **Mas**, a julgar pelo seu desempenho recente, precisarão redobrar esforços.

Nesse exemplo, a conexão entre os dois períodos sugere que houve um esforço das redes sociais para frear a disseminação de desinformação acerca do coronavírus, porém, sem o sucesso adequado.

### 4.3.3 Folha de S.Paulo

Doze textos da *Folha de S.Paulo* passaram pela Análise Discursiva Argumentativa. Tal qual os veículos anteriores, os índices de alocação buscam vínculos a partir de valores que reforçam os direitos constitucionais. Democracia e liberdade de expressão são os principais aspectos acionados pelo jornal, que também se destaca dos demais pelo uso dos pronomes pessoais, incluindo-se junto do auditório na formulação argumentativa.

Por exemplo, o editorial “Armas de Trump”, de 22 de junho de 2019, comenta que “a possibilidade de agravamento do conflito comercial com a China” preocupa “todo o mundo”. Nesse caso, *Folha* se refere à política internacional e as possíveis consequências do governo estadunidense para todas as nações – entre as quais, o jornal, como brasileiro, também se coloca apreensivo: se todos podem ser afetados, *nós*, brasileiros, também seremos. Em outro momento, no editorial “Chamas de setembro”, de 3 de outubro de 2020, o vínculo é ainda mais próximo: “talvez só [nos] reste esperar que as pressões e os constrangimentos vindos de investidores e parceiros comerciais cumpram o papel que as evidências não têm conseguido”. *Folha* se inclui na passividade da espera junto dos alocutários frente às ações do governo brasileiro, duramente criticadas por meio de escolhas lexicais enfáticas e desqualificadoras:

Com declarações facilmente falseáveis como essas, que ecoam apenas entre os apoiadores mais fanáticos, o presidente e seus cúmplices só contribuem para calcinar a imagem do país no exterior. Já não há dúvida de que nessa seara o governo guia-se apenas pela paranoia das guerras culturais, em vez de ouvir instituições oficiais, cientistas e organizações que atuam nas regiões afetadas.

Se em *O Estado de S. Paulo* foram abundantes os (a) exemplos ou prova por analogia, *Folha* tem em seus esquemas argumentativos maior equilíbrio, tal como verificado em *O Globo*. Além daquele, destacam-se (b) silogismo ou entinema e (c) analogia ou ilustração. A rara ocorrência de paralogismos – evidenciada apenas uma vez em *O Globo* – indica alinhamento dos editoriais com os preceitos jornalísticos, afinal trata-se de um raciocínio aparentemente lógico, porém racionalmente equivocado.

Quanto aos elementos pragmáticos, é notório o uso de (d) escolhas lexicais e de (e) retrabalho lexical frente aos (f) não ditos e implícitos, os (g) conectores e (h) os pressupostos e subentendidos. O primeiro, inclusive, segue a mesma tendência dos demais veículos, apresentando diversos tipos de lexemas sobretudo para desqualificar o presidente da República, seus aliados políticos e seus apoiadores.

Quadro 18 – Índices de alocação em *Folha de S.Paulo*

Evidências compartilhadas	Pronomes pessoais
Democracia; desinformação é nociva para a democracia	
Liberdade de expressão	
Direito à privacidade	
Direitos constitucionais	“nós” = todos os brasileiros. O editorialista se inclui no grupo ao qual busca estabelecer vínculo
Repúdio à intolerância	“todo mundo” = nós, os brasileiros
Repúdio ao terrorismo	“os brasileiros” = eles. Referência indireta a todo os eleitores
Integridade do sistema eleitoral brasileiro; o sistema eleitoral é confiável; é preciso defender o sistema eleitoral	
Moralidade; honra; probidade Ideologia não deve se sobrepor à apuração policial	

Fonte: o autor.

Tal qual os demais veículos, *Folha* apresenta preocupações acerca da desinformação. Um aspecto que destoa é a observação das ações dos poderes para combater o fenômeno como potencialmente perigosas ao exercício da liberdade de expressão. Não se trata de uma preocupação isolada de *Folha*, porém, mais demarcada neste jornal.

Mais de uma vez nos textos analisados, *Folha de S.Paulo* recorre à liberdade de expressão para demonstrar preocupação na forma como o Supremo Tribunal Federal e o Tribunal Superior Eleitoral conduzem o combate à desinformação. Para *Folha*, os posicionamentos do STF e do TSE são, por vezes, perigosos. Por exemplo, o editorial “Censório e ineficaz”, publicado em 27 de julho de 2020, afirma que o Supremo age de forma similar à de um censor no chamado “Inquérito das Fake News” e condena as decisões do ministro Alexandre de Moraes, taxadas de ineficientes e contraproducentes, ao bloquear contas bolsonaristas nas redes sociais. Por sua vez, o editorial “Bad news”, de 22 de novembro de 2019, argumenta que a “proposta do TSE para combater notícia fraudulenta nas campanhas desperta dúvidas”.

É mandatório mencionar que *O Globo*, em seu editorial “O que liberdade de expressão quer dizer para o brasileiro”, de 19 de junho de 2021 também condenou uma possível onda repressiva contra a liberdade de expressão, mencionando o “exótico inquérito das fake news” e pontuando, a favor da democracia e da liberdade de expressão, que “nem sempre é fácil traçar a linha entre as ameaças que devem ser coibidas e aquilo que não passa de declarações, mesmo que abjetas, devem ser protegidas, pois são a garantia de que todos têm o mesmo direito de se expressar livremente”.

Quadro 19 – Análise discursiva argumentativa de editorial em *Folha de S.Paulo* (1)

Editorial: “Censório e ineficaz”	
	Exemplos
1. Índices de alocação	
1.1. Evidências compartilhadas Democracia	“Bloquear bolsonaristas na rede não ajudará o STF a desmontar engrenagem que sabota <b>democracia</b> ” (linha de apoio).

<p>1.2. Evidências compartilhadas</p> <p>Liberdade de expressão</p>	<p>“Claramente desproporcional, a <b>censura</b> imposta aos bolsonaristas mostra que Moraes escolheu um caminho arriscado e contraproducente para atacar o problema. Basta ler o despacho que ordenou o bloqueio das contas para perceber que várias mensagens apontadas como ofensivas são críticas legítimas, ainda que grosseiras ou injustas, a que todos estão sujeitos num regime em que a <b>liberdade de expressão</b> é garantida.”</p>
<p>2. Esquemas argumentativos</p>	
<p>2.1. Silogismo/ entinema</p> <p>Premissa maior: vivemos em um regime que garante a liberdade de expressão</p> <p>Premissa menor 1: as críticas que o STF tomou como ofensivas são legítimas, apesar de grosseiras ou injustas</p> <p>Premissa menor 2: o STF tomou medidas de bloqueio financeiro e de apreensões por conta dessas críticas</p> <p>Conclusão: as medidas são desproporcionais, pois desrespeitam a liberdade de expressão</p>	<p>“<b>Claramente desproporcional</b>, a censura imposta aos bolsonaristas mostra que Moraes escolheu um caminho arriscado e contraproducente para atacar o problema. Basta ler o despacho que ordenou o bloqueio das contas para perceber que várias mensagens apontadas como ofensivas <b>são críticas legítimas, ainda que grosseiras ou injustas</b>, a que todos estão sujeitos num regime em que a <b>liberdade de expressão</b> é garantida.”</p>
<p>2.2. Silogismo/ entinema</p> <p>Premissa maior: O STF agiu indiscriminadamente</p> <p>Premissa menor: a medida do STF restringiu direitos fundamentais</p> <p>Premissa menor 2: a restrição de direitos fundamentais representa um risco à sociedade</p> <p>Conclusão: o STF agiu exagerada e erroneamente.</p>	<p>“<b>Ao tentar silenciar os investigados de forma tão ampla e indiscriminada</b>, a decisão de Moraes abre caminho para <b>estreitar os limites em que esse direito fundamental</b> pode ser exercido —criando assim <b>insegurança para toda a sociedade.</b>”</p>
<p>2.3. Exemplo por analogia ou prova</p> <p>Indicação de por que as medidas do STF se fazem exageradas e ineficazes</p>	<p>“Além disso, <b>a medida se revelou pouco eficaz porque foi facilmente contornada pelos bolsonaristas, que passaram a usar contas de amigos e parentes</b> para se manifestar e a ensinar aos seguidores como encontrar o material bloqueado visitando sites no exterior.”</p>

3. Elementos pragmáticos	
<p>3.1. Analogia por ilustração</p> <p>A desinformação funciona em esquema organizado, tal qual uma engrenagem</p>	<p>“Bloquear bolsonaristas na rede não ajudará o STF a desmontar <b>engrenagem</b> que sabota democracia” (linha de apoio).</p> <p>“Se o objetivo do Supremo é impedir a rede bolsonarista de usar a liberdade de expressão para sabotar a democracia, a melhor maneira de fazê-lo será desvendar sua <b>engrenagem</b> (...).”</p>
<p>3.2. Retrabalho lexical</p> <p>Relembra que devem ser investigadas as origens do dinheiro que financia a rede de apoiadores de Bolsonaro</p>	<p>“Se a existência dessa rede e sua relevância para a sustentação do governo são incontroversas, <b>resta muito a esclarecer acerca de sua articulação com grupos empresariais</b>, da origem dos recursos que a financiam e dos mecanismos que amplificam seu alcance.”</p>
<p>3.3. Escolhas lexicais</p> <p>“não há dúvida”. <i>Folha</i> coloca como certa a ação de Bolsonaro e seus apoiadores em diversos atos condenáveis</p>	<p>“<b>Não há dúvida</b> de que o presidente Jair Bolsonaro conta com uma ampla rede de seguidores que usam a internet para espalhar desinformação, incitar o ódio contra seus adversários e fomentar o descrédito nas instituições democráticas.”</p>
<p>3.4. Escolhas lexicais</p> <p>“hostes do presidente”. Refere-se aos apoiadores. Ainda, explica que o movimento do STF, ao invés de ser proífico, desencadeou o resultado oposto</p>	<p>“Logo tornou-se evidente que o bloqueio contribuiu mais para mobilizar <b>as hostes do presidente</b> do que para silenciá-las.”</p>
<p>3.5. Escolhas lexicais</p> <p>“petição esdrúxula”. Ainda que Bolsonaro não esteja diretamente envolvido como alvo do texto, <i>Folha</i> imprime sua opinião sobre o presidente, referindo-se ao documento apresentado pelo chefe do Executivo</p>	<p>“O próprio Bolsonaro apresentou ao STF <b>petição esdrúxula</b> em defesa dos apoiadores, como se o assunto fosse seu”.</p>

No entanto, há equilíbrio e *Folha* demonstra isso principalmente ao defender a democracia e as instituições democráticas frente aos “ataques” promovidos pelo presidente Jair Bolsonaro. O editorial “Resposta Vigorosa”, de 3 de agosto de 2021, apoia o Tribunal Superior Eleitoral nas investigações acerca das declarações de Bolsonaro sobre as urnas eletrônicas e até mesmo flexibiliza o julgamento do jornal quanto à forma que o TSE opera no caso. Percebem-se severas críticas tanto ao presidente quanto aos seus apoiadores, classificados como “loucos”, entre outros lexemas. Ademais, não deixam de ser frequentes as desqualificações ao presidente Jair Bolsonaro, à sua administração e ao bolsonarismo como um todo também em outros textos – uma situação que é igualmente percebida em *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*.

Quadro 19 – Análise discursiva argumentativa de editorial em *Folha de S. Paulo* (2)

Editorial: “Resposta vigorosa”	
	Exemplos
1. Índices de alocação	
1.1. Evidências compartilhadas Democracia	“Ao reagir a ataques à <b>democracia</b> , Judiciário estreita os limites de Bolsonaro” (linha de apoio).
1.2. Evidências compartilhadas Integridade do sistema eleitoral brasileiro	“ <b>Todos os ex-presidentes do Tribunal Superior Eleitoral ainda vivos vieram a público defender as urnas eletrônicas</b> que há duas décadas garantem a <b>lisura das eleições brasileiras</b> —e que o chefe do Executivo busca desacreditar com suas <b>patranhas.</b> ”
2. Esquemas argumentativos	
2.1. Exemplo por analogia ou prova <i>Folha</i> comenta que todos os ex-presidentes do TSE vieram a público defender ao sistema eleitoral brasileiro	
3. Elementos pragmáticos	

<p>3.1. Escolhas lexicais</p> <p>“patranhas”. As mentiras ditas por Bolsonaro</p>	
<p>3.2. Escolhas lexicais</p> <p>“mistificações”. Bolsonaro mente sobre as instituições democráticas</p>	<p>“As <b>mistificações</b> de Jair Bolsonaro e sua celerada ofensiva contra as instituições democráticas e o processo eleitoral receberam resposta vigorosa da cúpula do Poder Judiciário na segunda-feira (2).”</p>
<p>3.3. Escolhas lexicais</p> <p>O presidente é golpista.</p>	<p>“O corregedor-geral eleitoral, ministro Luís Felipe Salomão, abriu inquérito administrativo para examinar não só as investidas contra as urnas eletrônicas mas também abusos de poder e outros crimes associados à <b>campanha golpista que o presidente empreende.</b>”</p>
<p>3.4. Escolhas lexicais</p> <p>“aposta na confusão”. O presidente busca executar suas ações promovendo confusão</p>	<p>“A reação do Judiciário define com firmeza os limites cada dia mais estreitos em que o <b>chefe do Executivo se movimenta e aumenta os riscos da sua aposta na confusão.</b>”</p>
<p>3.5. Escolhas lexicais</p> <p>“teses alucinadas”. Associa Bolsonaro a um “louco” e põe seus apoiadores como “fanáticos”, isto é, sem senso crítico</p>	<p>“Bolsonaro pode até continuar propagando suas teses alucinadas e incitando fanáticos a tumultuar as eleições, como voltou a fazer nesta terça-feira (3). Entretanto não poderá mais se furtar a prestar contas de suas ações temerárias contra as instituições que até aqui agrediu impunemente”</p>
<p>3.6. Conectores</p> <p>“mas”. Para <i>Folha</i>, a condução das investigações pode ter algumas falhas, que são justificáveis porque a Câmara Federal e a Procuradoria-Geral da República são complacentes com o presidente</p>	<p>“Causa incômodo a opção por abrir investigações de ofício, sem consulta prévia ao Ministério Público Federal, <b>mas</b> cumpre apontar que se trata de resposta à complacência com que a Procuradoria-Geral da República e o presidente da Câmara dos Deputados tratam os desmandos do presidente.”</p>

Fonte: o autor.

Na mesma perspectiva dos demais veículos, *Folha* expressa preocupação sobre a influência das redes sociais sobre a sociedade. O editorial “Ordem nas redes”, publicado em 18 de março de 2022, aponta para a necessidade da aprovação do “PL das Fake News” pelo Congresso, condenando a lentidão deste no andamento da pauta e apontando para um desinteresse em se levar o tema adiante. O texto apresenta uma recuperação ao leitor e contextualiza a situação do projeto até o momento. Ainda, opina favoravelmente acerca do rigor com o qual a lei vem sendo redigida sem, no entanto, deixar de argumentar que *Folha* está, sobretudo, a favor das liberdades individuais.

Cabe destacar que se *Folha* se aproxima em muitos assuntos dos demais jornais em seus editoriais, também se afasta em outros. Observam-se mais textos tratando de política internacional, ainda que este seja o veículo com menos editoriais selecionados para esta etapa. Na próxima seção, apresento um comparativo descritivo entre as temáticas abordadas nos jornais e as inferências possibilitadas pela Análise Discursiva Argumentativa.

#### **4.3.4 Temáticas e abordagens**

Os editoriais que discutem desinformação em *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*, quando analisados sob a ótica da Análise Discursiva Argumentativa, indicaram se ocupar basicamente de assuntos da esfera nacional, ao passo que *Folha de S. Paulo* trouxe à pauta temáticas mais abrangentes, como o Holocausto nazista, as eleições nos Estados Unidos e o atentado à vice-presidenta da Argentina Cristina Kirchner.

Aqui, faz-se necessária uma observação metodológica. Dado que os editoriais foram selecionados aleatoriamente, não há como apontar essa informação como um aspecto relevante simplesmente a partir do recorte. Para considerar esse diferencial, seria necessário inventariar os assuntos tratados por todos os 389 textos que compõem o *corpus* para verificar se as questões internacionais assumem alguma relevância a ponto de serem especialmente comentadas, no entanto, a análise não avança nesse caminho.

Conforme a Análise Discursiva Argumentativa e o universo de 10% dos editoriais esmiuçados, os temas trabalhados pelos três veículos se assemelham, ainda que as abordagens tenham as suas dissonâncias. O quadro 20 apresenta uma síntese dos assuntos:



Quadro 20 – Temas abordados nos editoriais a partir da Análise Discursiva Argumentativa

O Globo	O Estado de S. Paulo	Folha de S.Paulo
<p><b>Desinformação:</b> Desinformação; fake news; PL das Fake News; apoio ao PL das Fake News; associação entre Bolsonaro e a difusão de desinformação; crítica ao Congresso pelo andamento do PL das Fake News</p> <p><b>Jornalismo:</b> Liberdade de imprensa; informação como bem essencial (nas epidemias); crítica à Lei de Segurança Nacional;</p> <p><b>Redes sociais:</b> Mudanças no Whatsapp em ano eleitoral; condutas e responsabilidades das redes sociais; às plataformas de redes sociais por serem omissas à desinformação</p> <p><b>Democracia e direitos:</b> Democracia; liberdade de expressão</p> <p><b>Política (processo eleitoral):</b> Crítica a desinformação bolsonarista contra o voto eletrônico; apoio ao Tribunal Superior Eleitoral no combate à desinformação em época de campanha eleitoral; mentira faz parte da campanha de Bolsonaro; Bolsonaro dissemina desinformações durante as eleições; crítica às desinformações bolsonaristas sobre o voto eletrônico</p> <p><b>Política (gestão):</b> Crítica ao governo; crítica a Jair Bolsonaro; acusação do governo por tentar limitar a</p>	<p><b>Desinformação:</b> Equivalência entre desinformação e doença; acusações a Bolsonaro e ao bolsonarismo por divulgar mentiras; CPMI das Fake News; PL 2.630/2020 (PL das Fake News); crítica ao Congresso pelo andamento da CPMI das Fake News</p> <p><b>Jornalismo:</b> Defesa do jornalismo profissional; liberdade de imprensa; imprensa como necessidade básica; apresentação de fatos com crítica à informação apenas por redes sociais;</p> <p><b>Redes sociais:</b> Crítica às redes sociais como espaço de desinformação</p> <p><b>Democracia e direitos:</b> Liberdade de expressão; liberdade de comportamento; liberdades fundamentais; democracia; direitos constitucionais; defesa das instituições de Estado</p> <p><b>Eleições (processo eleitoral):</b> Eleições municipais; trabalho do Tribunal Superior Eleitoral para garantir o bom andamento das eleições; elogios à atuação do Tribunal Superior Eleitoral</p> <p><b>Política (gestão):</b> Crítica ao governo Bolsonaro; crítica à flexibilização das políticas ambientais pelo governo Bolsonaro; implicações diplomáticas e</p>	<p><b>Desinformação:</b> Lei das Fake News; Inquérito das Fake News; desinformação; ações do Tribunal Superior Eleitoral contra desinformação</p> <p><b>Democracia e direitos:</b> Liberdade de imprensa; liberdades individuais; direitos constitucionais; democracia; atuação do Tribunal Superior Eleitoral</p> <p><b>Política (processo eleitoral):</b> Voto impresso; urnas eletrônicas; eleições nos Estados Unidos da América; atuação do Tribunal Superior Eleitoral</p> <p><b>Política (gestão):</b> Polarização; crítica a Bolsonaro; crítica ao bolsonarismo; crítica a Arthur Lira; Crítica a Bolsonaro, vice-presidente Amilton Mourão e Ministro do Meio Ambiente Ricardo Salles</p> <p><b>Saúde:</b> Pandemia de coronavírus; poliomielite; gestão de Eduardo Pazuello no Ministério da Saúde; crítica à gestão do governo Bolsonaro na área da saúde</p>

<p>liberdade de expressão; crítica aos deputados federais pela condução do PL das Fake News; interferência de Bolsonaro na Polícia Federal; crítica ao ensino doméstico/homeschooling; crítica ao bolsonarismo; relação entre Bolsonaro e Roberto Jefferson</p> <p><b>Instituições:</b> Crítica ao Supremo Tribunal Federal; crítica ao inquérito das Fake News no Supremo Tribunal Federal</p> <p><b>Saúde:</b> Coronavírus; crítica à gestão do ministro da Saúde Marcelo Queiroga;</p> <p><b>Temas gerais:</b> Crítica política de facilitação a armas e munições do governo</p>	<p>econômicas das ações de Jair Bolsonaro e do ministro do Meio Ambiente Ricardo Salles; crítica à Advocacia-Geral da União</p> <p><b>Instituições:</b> Elogio à ministra Rosa Weber</p> <p><b>Saúde:</b> Coronavírus; CPI da Pandemia</p> <p><b>Temas gerais:</b> Meio-ambiente; agronegócio</p>	<p><b>Temas gerais:</b> Holocausto, combate à intolerância; atentado contra Cristina Kirchner; incêndios na Amazônia e no Pantanal</p>
---	---	--

Fonte: o autor.

No conjunto de editoriais que compõem o *corpus* da Análise Discursiva Argumentativa, *O Globo* apresentou em mais de um momento a ideia de que se deve disciplinar de alguma forma as empresas de tecnologia que detêm as redes sociais digitais. Entre os motivos para isso, está a argumentação de que a desinformação ganha muito espaço nesses ambientes, sendo um risco latente para a preservação da democracia e para o processo eleitoral. No editorial de 5 de novembro de 2022, intitulado “Omissão de redes sociais lançou sobre TSE ônus de combater desinformação”, essa abordagem fica bastante clara. Da mesma forma é no editorial já mencionado de 18 de janeiro do mesmo ano (“Mudança no Whatsapp é incoerente e inaceitável em pleno ano eleitoral”). *O Globo* é bastante crítico ao que sugere ser falta de interesse das companhias em estabelecer alguma curadoria qualitativa em suas plataformas. É possível afirmar que decorre dessa perspectiva outras duas questões defendidas pelo veículo: a garantia da liberdade de expressão e a necessidade de se ter uma lei que estabeleça alguma regulação dos serviços de redes sociais no país. Esses dois pontos estão estreitamente ligados. Nota-se que *O Globo* condena algumas medidas tomadas pelo Supremo Tribunal Federal, sobretudo, aquelas oriundas do “inquérito das fake news”:

É preciso, por isso, aprender a conviver com quem pensa diferente. Não faz sentido, como fez o Supremo, suspender contas em redes sociais de empresários ou blogueiros apenas porque são bolsonaristas (um deles chegou a ser preso pelo “risco potencial” do que publica, decisão equivalente à censura prévia). As únicas situações em que é aceitável punir alguém pelo que diz são as previstas na lei e decisões da Justiça: discurso de ódio (como racismo, homofobia ou antissemitismo) e, em especial, ataques verossímeis contra a própria democracia, com conclamação à subversão e incitação à violência. Foi essa violação que embasou a prisão do deputado Daniel Silveira (PSL), em virtude de ameaças e ofensas que proferiu contra o STF. Há uma diferença óbvia entre a agressão de alguém que integra um Poder e pode oferecer risco real à democracia — e as bravatas proferidas por blogueiros ou militantes das redes sociais. Cabe ao Judiciário interpretar essas diferenças, com base no critério mais objetivo possível: o risco concreto que as palavras oferecem<sup>143</sup>.

O receio de que as ações do STF permitam brechas que desencadeiem uma onda repressiva, ferindo a liberdade de expressão, é reafirmada no texto de 19 de junho de 2021 quando *O Globo* afirma que há declarações que “mesmo abjetas, devem ser protegidas, pois são a garantia que todos têm o direito de se expressar livremente”. É justamente para assegurar esses direitos e impedir abusos de poder que o jornal defende o Projeto de Lei 2630/2020 (PL das Fake News), assunto que é recorrente nos editoriais. Em 5 de agosto de 2020, no editorial “Projeto de lei das fake news é um avanço”, *O Globo* argumenta enfaticamente a favor do projeto. Ao elogiar o “PL das Fake News”, o texto exemplifica como a desinformação pode ser perigosa e difícil de ser controlada. São mencionados um genocídio em Mianmar e um ataque em uma pizzaria nos Estados Unidos como provas da argumentação. O jornal, além de apoiar, exalta pontos que julga positivos no projeto de lei, sem deixar de mencionar alguns aspectos que julga serem merecedores de mais atenção justamente para evitar que as liberdades individuais e privadas sofram prejuízos.

Não está claro como — nem se é possível — definir censura num ambiente privado, mas que exerce função de comunicação pública (daí a celeuma quando contas são suspensas, mesmo por ordem judicial). A segunda dúvida é a extensão dos poderes do conselho criado para autorregulação das plataformas [...]. A filosofia é adequada. O risco é a intervenção indevida numa atividade privada. Há, por fim, uma lacuna fundamental. O projeto é omissivo em relação à responsabilização das plataformas por danos causados por conteúdos, mesmo quando notificadas pelos atingidos. Fica mantido o espírito do Marco Civil, segundo o qual, na prática, as gigantes Google e Facebook nunca são consideradas responsáveis, mesmo que tenham sido essenciais para atos criminosos (e lucrado com isso) [...]. Apesar dessa omissão e das dúvidas, o projeto representa um avanço inegável na direção da transparência e na defesa da democracia. O Brasil não pode se furtar ao dever de manter um ambiente de debate público aberto, saudável e de ter os meios de punir quem se aproveita de brechas tecnológicas e jurídicas para minar a democracia.

<sup>143</sup> Editorial de 19 de março de 2021, intitulado “Em defesa da plena liberdade de expressão”.

O posicionamento é semelhante em *O Estado de S. Paulo* quando se trata de lançar mais atenção sobre a circulação de informação na internet. Assim como o periódico fluminense, o paulistano aborda a necessidade de se combater a desinformação que circula nas redes sociais digitais, em especial no *WhatsApp*. Recorrendo à metáfora da saúde, *O Estado* prega que a desinformação oferece riscos à democracia e argumenta que as empresas de tecnologia devem ser responsabilizadas pelo que permitem circular em suas plataformas<sup>144</sup>.

Curiosamente, outro editorial<sup>145</sup>, ao passo que ressalta as empresas de tecnologia e as plataformas sociais digitais como facilitadoras da propagação de desinformação, não transfere a *culpa* para elas. Pelo contrário, discorre que a responsabilidade pelo mal uso dessas ferramentas é dos usuários. O mesmo texto argumenta que deve haver uma regulação dessas empresas de tecnologia justamente para evitar que a desinformação se propague e possa vir a prejudicar a democracia brasileira. Contudo, sob a ressalva de que a liberdade deve ser preservada de modo a manter o ambiente livre para a troca de informações.

Tal perspectiva é evidente em outro texto. Observando o exemplo dado pelo editorial “Eleições, liberdade e internet”, já referenciado, *O Estado de S. Paulo* apresenta uma pesquisa que indica as interferências da internet em processos eleitorais. Argumentando que é necessário observar o que circula na internet para manter a integridade das eleições, defende uma regulação dessas mídias sociais sem que deixem de ser resguardados os direitos fundamentais de liberdade de expressão. Em outras palavras, o veículo defende que a regulação – desde que seja bem utilizada – é essencial justamente para a manutenção desses direitos.

Já acerca das ações dos poderes, nota-se divergência em comparação tanto com *O Globo* quanto com *Folha de S. Paulo* (situação a ser apresentada adiante). O editorial de 2 de agosto de 2021, sob o título “Os poderes da CPI e os direitos individuais”, ao discutir a manutenção da quebra dos sigilos telefônicos e telemáticos do ex-ministro da Saúde, Eduardo Pazuello e de três assessores da Presidência da República apontados como integrantes do “gabinete do ódio”, pela ministra Rosa Weber, *O Estado* destaca positivamente a determinação da vice-presidenta do Supremo Tribunal Federal. A Advocacia-Geral da União é questionada no mesmo editorial por atuar fora do que seria a sua competência legal por recorrer em defesa dos investigados, já que as atividades em questão não figuram no rol daquelas que seriam regulares da função pública:

Dois aspectos se sobressaem na decisão da ministra Rosa Weber. Primeiro, é papel do Judiciário defender as atribuições constitucionais de cada Poder e o seu normal

---

<sup>144</sup> Editorial de 14 de outubro de 2019, intitulado “A responsabilidade das redes”.

<sup>145</sup> Editorial de 2 de setembro de 2020, intitulado “A subversão da realidade”.

funcionamento. O Supremo cumpre sua função institucional ao assegurar o direito da minoria de instaurar uma CPI – mesmo com os requisitos preenchidos para a comissão, o presidente do Senado, Rodrigo Pacheco (DEM-MG), tentou postergar sua instauração –, bem como ao proteger os poderes de investigação da comissão. Para muito pouco valeria uma CPI tolhida de seus poderes. O segundo aspecto refere-se aos direitos das pessoas investigadas pela CPI da Pandemia. Tal como Lula faz nos processos criminais aos quais responde, há quem diga ser vítima de perseguição da comissão. A plena vigência das garantias constitucionais, com a possibilidade de interpor mandado de segurança – permitindo que o Judiciário revise a legalidade dos atos da CPI –, mostra a falácia desse discurso. Há direito. O que não pode haver é impunidade.

Ao passo que defende a integridade do sistema eleitoral brasileiro<sup>146</sup> – afirmação tomada como uma verdade incontestável – *O Estado* também apresenta elogios ao Tribunal Superior Eleitoral pelas ações desempenhadas entre 2019 e 2020. Apesar de mencionar que há falhas e problemas na Justiça Eleitoral, o texto passa ao largo e não explica do que se tratam. Pelo contrário, reserva-se a exaltar o TSE e as ações que considera positivas para a democracia brasileira, justapondo um grupo contrário – dos “liberticidas” – do qual o presidente Jair Bolsonaro, nas palavras do jornal, faz parte.

*Folha de S.Paulo* também é favorável ao Tribunal Superior Eleitoral, sobretudo no que diz respeito à defesa do sistema eleitoral brasileiro como confiável. É o que defende o editorial “Resposta vigorosa”<sup>147</sup>, o qual defende medida do TSE em instaurar uma investigação sobre as declarações do presidente Jair Bolsonaro que colocaram sob dúvida a integridade das urnas eletrônicas. No entanto, *Folha de S.Paulo* é mais contida quanto à discussão das responsabilidades das redes sociais na proliferação de desinformação, contudo, conforme já mencionado, argumenta a favor da necessidade da aprovação do PL das *fake news*, contextualizando o leitor sobre o andamento do projeto e destacando o rigor com o qual a lei está sendo escrita. Isso sem deixar de criticar a lentidão no andamento do processo condenando, inclusive, o desinteresse do Congresso em dar segmento à pauta<sup>148</sup>.

Fazendo coro ao que argumenta *O Globo* e destoando de *O Estado de S. Paulo*, *Folha* apresenta editoriais altamente críticos ao Supremo Tribunal Federal. Um deles, intitulado “Caso de cassação”<sup>149</sup>, mencionado anteriormente, questiona o Inquérito das Fake News e, sobretudo, a prisão do deputado federal Daniel Silveira. Para *Folha*, o STF agiu no sentido de restringir a liberdade de expressão, pois não competiria ao Supremo decretar a prisão do político. O texto defende que a Constituição deve ser rigorosamente obedecida para que não haja arbitrariedades

<sup>146</sup> Editorial de 11 de dezembro de 2020, op. cit.

<sup>147</sup> Editorial de 3 de agosto de 2021, op. cit.

<sup>148</sup> Editorial de 18 de março de 2022, op. cit.

<sup>149</sup> Editorial de 17 de fevereiro de 2021, op. cit.

como esta, que o jornal chama de “questionável”. Todavia, Silveira não passa incólume e também é severamente criticado por suas ações de ataque ao STF. Para *Folha*, que alude às liberdades constitucionais e à democracia, é responsabilidade da Câmara e do partido as decisões sobre o que deve ser feito com o deputado. O posicionamento do jornal é pela cassação do mandato e pela expulsão do partido. Já em outro editorial, este nomeado “Censório e ineficaz”<sup>150</sup>, *Folha de S.Paulo* critica a forma como o STF conduz as investigações no “Inquérito das Fake News”. A argumentação se constrói sob a ideia de que o Supremo atua similarmente a um órgão sensor.

Para além desses aspectos, uma questão que salta aos olhos é a forma como as situações e assuntos ligados ao presidente Jair Bolsonaro são tratados – incluindo a sua gestão no governo federal, aliados políticos, familiares e a ideologia do bolsonarismo.

Em todos os 39 textos, foram poucas as passagens positivas: o elogio de *O Globo* ao dinamismo do Ministério da Saúde ao servir como fonte de informação primária no início da pandemia<sup>151</sup> – algo que mudaria em pouco tempo, levando os principais órgãos de imprensa do país a criarem um consórcio – e a reação do presidente comentada em *Folha de S.Paulo* quando Roberto Alvim, enquanto secretário de Cultura, parafraseou o nazista Joseph Goebbels fazem parte das raras vezes que houve alguma menção positiva que pudesse ser relacionada de alguma forma ao governo ou ao presidente:

Quando o então secretário de Cultura brasileiro, Roberto Alvim, macaqueou o propagandista nazista Joseph Goebbels e espalhou seu detrito ideológico na internet, não havia espaço para relativismo: a punição tinha de ser rápida. Até Jair Bolsonaro, não exatamente um modelo de líder tolerante, entendeu isso<sup>152</sup>.

Aquém desses poucos momentos, os três veículos fazem largo uso de termos desqualificadores e de outras estratégias que colocam na berlinda a palavra do presidente. O tom carregado das críticas que concernem à pessoa do presidente, à sua atuação como chefe do Poder Executivo e outras situações que envolvem Bolsonaro tanto na esfera política quanto na esfera pessoal (família e amigos) é unânime nos três jornais e é apresentado nas situações mais diversas:

---

<sup>150</sup> Editorial de 27 de julho de 2020, op. cit.

<sup>151</sup> Editorial de 8 de fevereiro de 2020, op. cit.

<sup>152</sup> Editorial de 27 de janeiro de 2020, intitulado “Para nunca esquecer”

Quadro 20 – Desqualificação de Jair Bolsonaro

O Globo	O Estado de S. Paulo	Folha de S.Paulo
<p>Crítica ao uso da Lei de Segurança Nacional (LSN) para exercer “vigilância cerrada sobre vozes contrárias”;</p> <p>Crítica à votação em regime de urgência na Câmara federal do projeto de ensino doméstico, considerado um projeto para satisfazer os militantes bolsonaristas em detrimento da votação do PL das Fake News;</p> <p>Apontamento de Bolsonaro como promotor de ações de interferência na Polícia Federal para proteger a si, seus aliados, seus amigos e seus familiares;</p> <p>Ligação de Bolsonaro à “usita de produção de fake news contra o STF e contra os magistrados da corte”, bem como apontamento de relação com o financiamento de manifestações antidemocráticas;</p> <p>Menção de Bolsonaro como propagador de mentira e desinformação a respeito do sistema eleitoral brasileiro;</p> <p>Crítica direta ao presidente Bolsonaro, mencionando que ele possivelmente contestaria o resultado das eleições caso fosse derrotado;</p> <p>Associação de Bolsonaro a Roberto Jefferson, transferindo para o presidente</p>	<p>Apontamento de Jair Bolsonaro como líder de um grupo de liberticidas;</p> <p>Afirmção de que o Brasil, sob o governo de Jair Bolsonaro, está cada vez mais próximo de uma teocracia;</p> <p>Afirma que a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa correm riscos no Brasil sob a gestão de Bolsonaro;</p> <p>Afirmção de que a pauta defendida pelo bolsonarismo é, sobretudo, contra as liberdades (de imprensa, de expressão; das instituições democráticas) e contra os direitos garantidos pela Constituição;</p> <p>Exposição de Bolsonaro e dos bolsonaristas ao contraditório, sugerindo que defendem valores antidemocráticos;</p> <p>Destaque dos impactos negativos da gestão de Bolsonaro para o meio-ambiente não apenas para os biomas, mas também para as relações diplomáticas com a Europa e o Mercosul;</p> <p>Crítica ao ministro do Meio-Ambiente, Ricardo Salles, e ao presidente Jair Bolsonaro, acusando este de não ter capacidades essenciais para comandar economia e diplomacia;</p>	<p>Classificação de Bolsonaro como autoritário;</p> <p>Crítica ao Congresso pelo desinteresse no PL das Fake News;</p> <p>Comparação entre o ministro da Saúde, Eduardo Pazuello, e o presidente Jair Bolsonaro. Bolsonaro é desqualificado e tem seus comportamentos ridicularizados enquanto seu “subalterno” é percebido como um exemplo, apesar das dificuldades que enfrenta;</p> <p>Comparação entre João Dória e Jair Bolsonaro, desqualificando o presidente;</p> <p>Acusação de Bolsonaro por divulgar fake news;</p> <p>Afirmção de que o presidente age na contra-mão do que se espera de alguém no mesmo cargo;</p> <p>Crítica às propostas de voto impresso;</p> <p>Crítica ao presidente da Câmara, Arthur Lira, pelo apoio dado ao projeto do voto impresso;</p> <p>Desqualificação da ideologia bolsonarista e dos defensores do voto impresso;</p>

<p>o peso das ações criminosas do ex-deputado;</p> <p>Comparação de Jair Bolsonaro a Donald Trump por querer apenas “semear a discórdia”;</p> <p>Crítica ao bolsonarismo por tentar desacreditar a confiabilidade das urnas eleitorais brasileiras;</p> <p>Crítica ao então ministro da Saúde, Marcelo Queiroga, por ter cedido às pressões de Bolsonaro enquanto estava à frente do Ministério.</p>	<p>Ligação de Bolsonaro com os integrantes do “gabinete do ódio”;</p> <p>Afirmção de que Bolsonaro diz inverdades propagadas à exaustão por seus seguidores;</p> <p>Confronto das declarações de Bolsonaro com fatos empíricos, colocando o presidente no papel de mentiroso;</p> <p>Reforço da dicotomia entre bolsonarismo e imprensa profissional: aquele, em função da desinformação e esta em defesa da sociedade e orientada pela verdade e pela transparência;</p> <p>Defesa da CPMI das Fake News, resgatando trechos da investigação que indicam possíveis crimes cometidos por parentes do presidente para ligar Bolsonaro a atos ilícitos e de propagação de desinformação.</p>	<p>Associação do bolsonarismo a uma série de ações condenáveis e passíveis de punição;</p> <p>Crítica a Bolsonaro e aos bolsonaristas, associando ambos como “loucos”;</p> <p>Crítica ao presidente, ao vice-presidente, Hamilton Mourão, e ao ministro do Meio-Ambiente, Ricardo Salles, com desqualificação carregada contra o governo, seus apoiadores e seus integrantes;</p> <p>Responsabilização de Bolsonaro por não ter gestor titular no setor de vacinações do Ministério da Saúde, impactando diretamente no aumento dos casos de poliomielite no país;</p>
--	--	--

Fonte: o autor.

Essas desqualificações são expressas principalmente a partir de elementos pragmáticos, sobretudo, escolhas lexicais e retrabalho lexical, e ligam o presidente da República a uma série de ações e posicionamentos questionáveis sob o peso de adjetivos e expressões bastante taxativos, jocosos e acusatórios (alguns deles destacados durante o detalhamento da Análise Discursiva Argumentativa nos itens anteriores). São passagens tão numerosas que a linguística de *corpus* revelará Bolsonaro como personagem de destaque nos editoriais que compõem o *corpus* – editoriais esses que, como já é sabido, abordam o fenômeno da desinformação em maior ou menor grau, associando-o com Bolsonaro e o bolsonarismo.

Para além disso, a linguística de *corpus* revela também outros elementos que complementam e corroboram com as informações obtidas até agora. Assim, se há uma série de pontos percebidos na Análise Discursiva Argumentativa que são menos evidentes a partir da



linguística de *corpus* (é o caso da questão valorativa que pesa sobre os assuntos abordados nos editoriais e os atores citados neles), há outros que por ela são evidenciados.

Observadas as temáticas, a partir da forma como essas palavras se ligam no texto, emergem, por exemplo, a quais assuntos determinados termos estão mais associados. É uma interpretação que envolve tanto a observação dos dendogramas, filogramas e grafos resultantes de análises matemáticas quanto a contextualização proporcionada pela Análise Discursiva Argumentativa.

#### 4.4 LINGUÍSTICA DE *CORPUS*

O conjunto de editoriais que tratam de desinformação e *fake news* em *O Globo*, *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* somam 389 textos. A tarefa de analisar esse montante de forma analógica para descobrir quais foram os assuntos mais abordados se revelaria exaustiva e pouco eficiente frente ao que permite a linguística de *corpus*. No entanto, para os 39 textos analisados discursivamente, isso foi possível, conforme demonstrado no quadro 20. Por outro lado, para revelar as temáticas mais presentes em todo o conjunto de editoriais, recorro à Análise Hierárquica Descendente. Esta permite, grosso modo, apontar quais os assuntos do *corpus* no geral a partir de uma análise eletrônica que inclui todos os editoriais.

Nota-se que a prioridade foi para os assuntos políticos em nível nacional, corroborando com os resultados obtidos na etapa anterior. Inclusive, no caso da *Folha de S. Paulo*, que apresentou alguns editoriais focados em assuntos estrangeiros, verifica-se que não chega a ser algo que desvie o foco da preocupação do jornal com os assuntos nacionais.

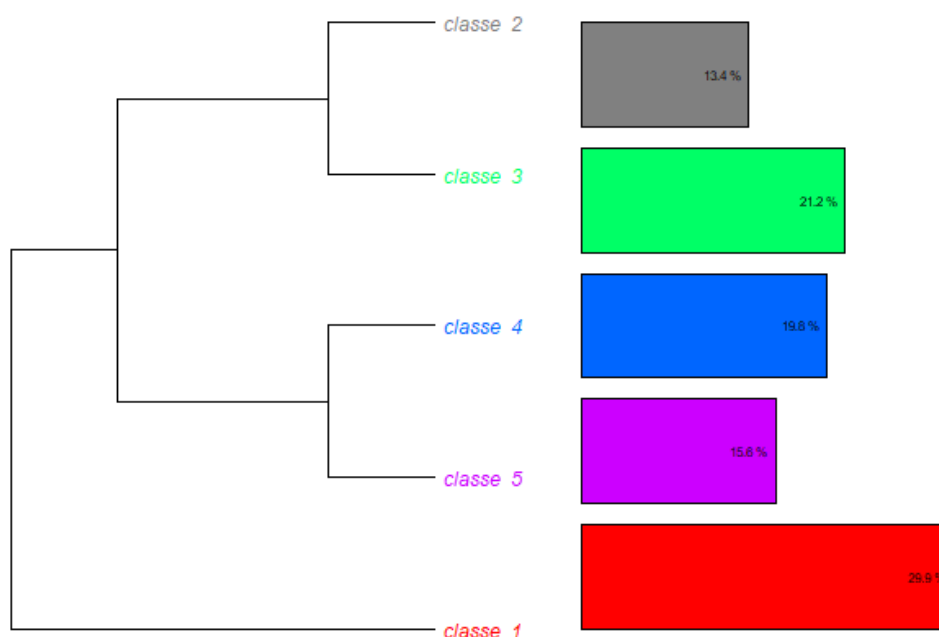
Com o auxílio do *software IRaMuTeQ*, efetua-se a varredura dos textos e, a partir da forma como as palavras se agrupam neles, apresentam-se classes que permitem perceber os temas em destaque nos quatro anos reservados para a observação.

Entre as possibilidades de resultado apresentadas por esse tipo de análise, tem-se os dendogramas. Eles indicam visualmente os eixos temáticos principais e suas subdivisões, bem como apontam matematicamente qual a porcentagem do total correspondente a um determinado assunto. Outro recurso disponível são os grafos, viabilizados por meio do *software Gephi*, pelos quais é possível observar de que forma os termos mais frequentes estão interligados nos textos e com quais outras elas interagem.

Para ilustrar, tomo como exemplo a Análise Fatorial Descendente em *Folha de S. Paulo*. Foram 111 textos processados, nos quais o *IRaMuTeQ* encontrou cinco eixos temáticos. O

programa divide o total do texto em segmentos de texto a partir dos quais é feita a classificação. A definição dos parâmetros de análise no programa permitiu que 93,74% dos segmentos fossem encaixados em alguma classe, o que significa um ótimo aproveitamento.

Imagem 4 – Dendograma de classes de *Folha de S Paulo*

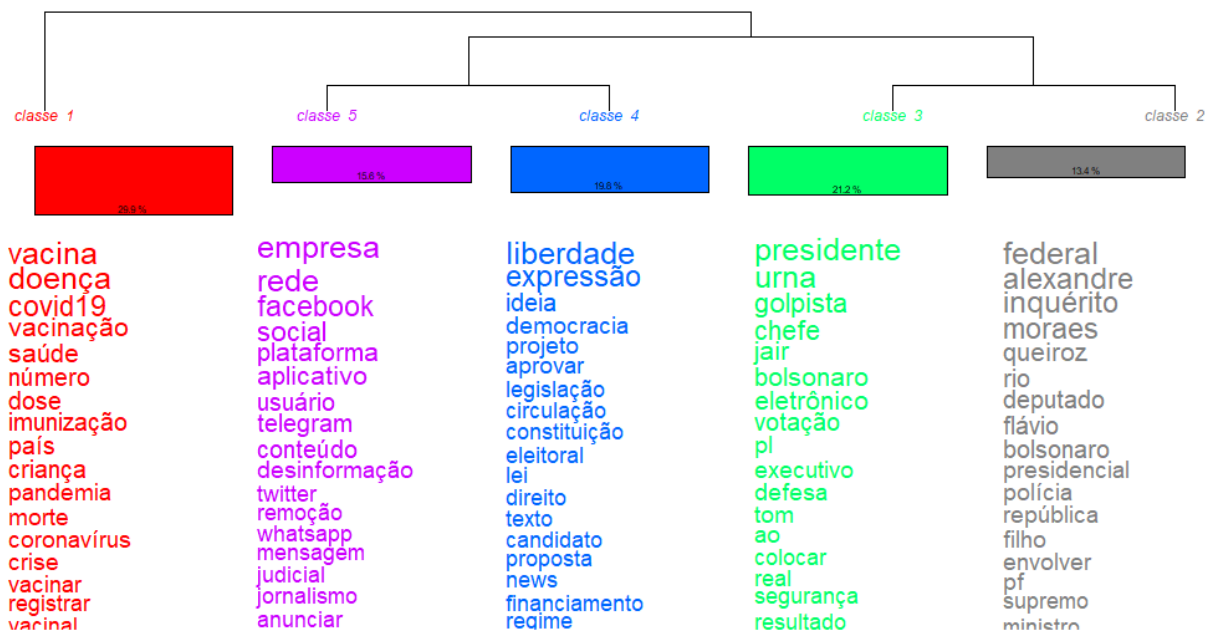


Fonte: Autor/ IRaMuTeQ.

A leitura desse dendograma afirma que *Folha de S.Paulo* abordou em seus textos cinco temas principais, sendo que as classes 2 e 3 e as classes 4 e 5 são bastante próximas entre si e derivam de uma interação que também indica um nível de proximidade entre elas. Já a classe 1 tem menor proximidade com as demais, apresentando-se isolada.

Portanto, da esquerda para a direita, observam-se dois grandes eixos temáticos: classe 1 e as demais (estas, subdividem-se em outros dois eixos temáticos menores, com duas classes cada um). A partir das porcentagens de cada classe, o *software* revela que 29,9% dos segmentos de texto pertencem à classe 1, ou seja, entre os editoriais de *Folha de S.Paulo* que tratam de desinformação em algum nível, quase um terço do que foi escrito se refere a esse assunto.

O que permite afirmar que assunto é esse é o trabalho interpretativo do dendograma. Ele se estabelece efetivamente quando se extraem os filogramas correspondentes, ou seja, quais as principais palavras que representam cada classe.

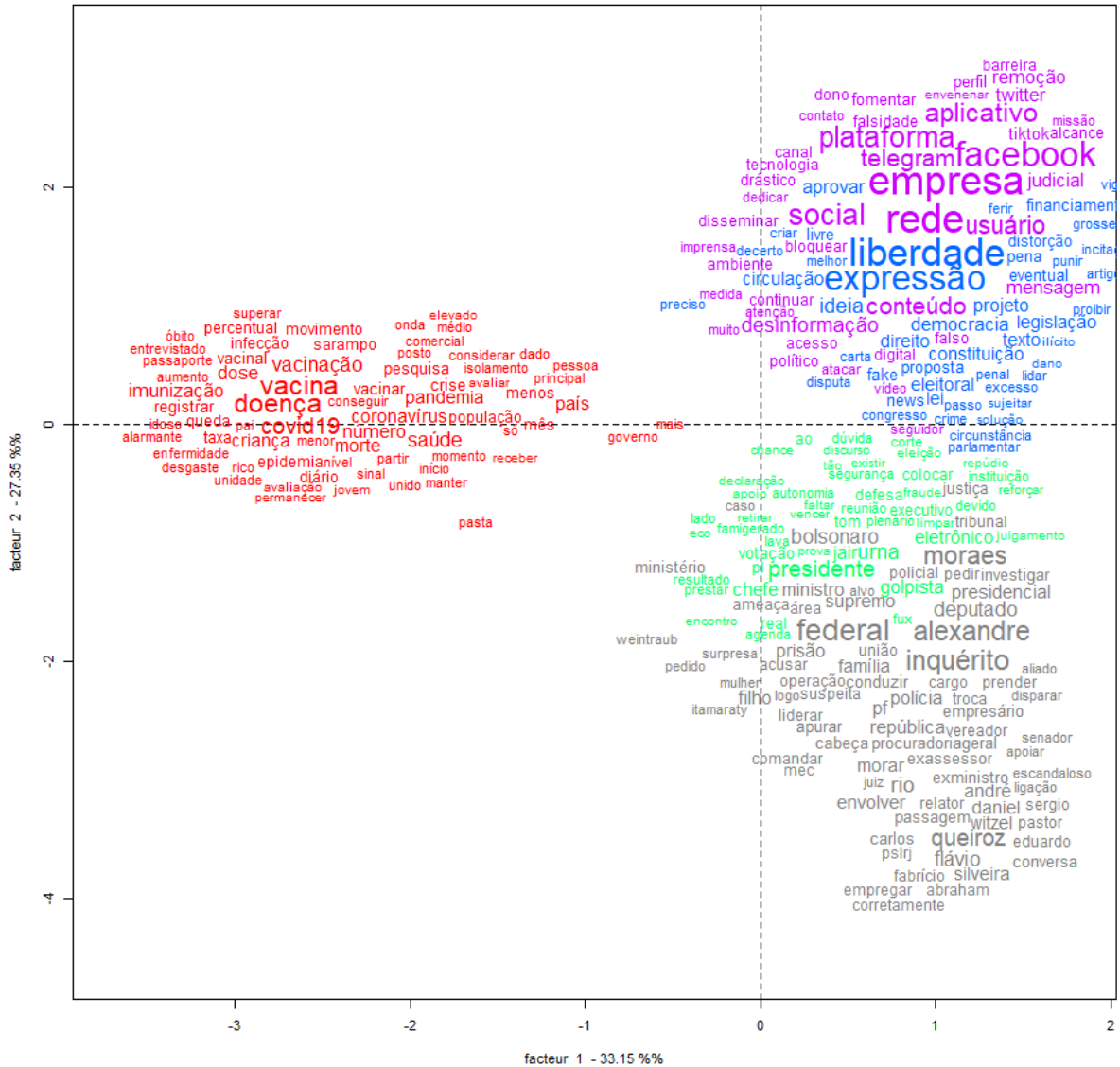
Imagem 5 – Filograma de classes de *Folha de S Paulo*

Fonte: Autor/ IRaMuTeQ.

A lista de palavras de cada uma das classes apresenta os subtemas e a relação de proximidade entre eles. Dessa forma, tem-se o grupo “saúde” composto pela classe 1 abordando, principalmente e isoladamente, a questão da pandemia de coronavírus; o grupo “política”, composto pelas classes 2 e 3, abordando aspectos institucionais e judiciários na primeira e aspectos de gestão governamental na segunda; e grupo “informação”, composto pelas classes 4 e 5, cujas temáticas são, respectivamente, ligadas à democracia e aos direitos constitucionais e às redes sociais e à informação/ desinformação.

Ainda no *IRaMuTeQ*, é possível observar como as formas apresentadas no filograma se relacionam entre si em *clusters* a partir da Análise Fatorial de Correspondência. De forma simplificada, pode-se observar como as temáticas se aproximam. A opção foi por manter a apresentação a partir do qui-quadrado em detrimento da frequência das palavras no texto para que seja apresentada correlação da palavra com a classe em que está inserida ao invés de apenas quantificar a presença dos termos.

Imagem 6 – Análise Fatorial de Correspondência de *Folha de S Paulo*



Fonte: Autor/ IRaMuTeQ.

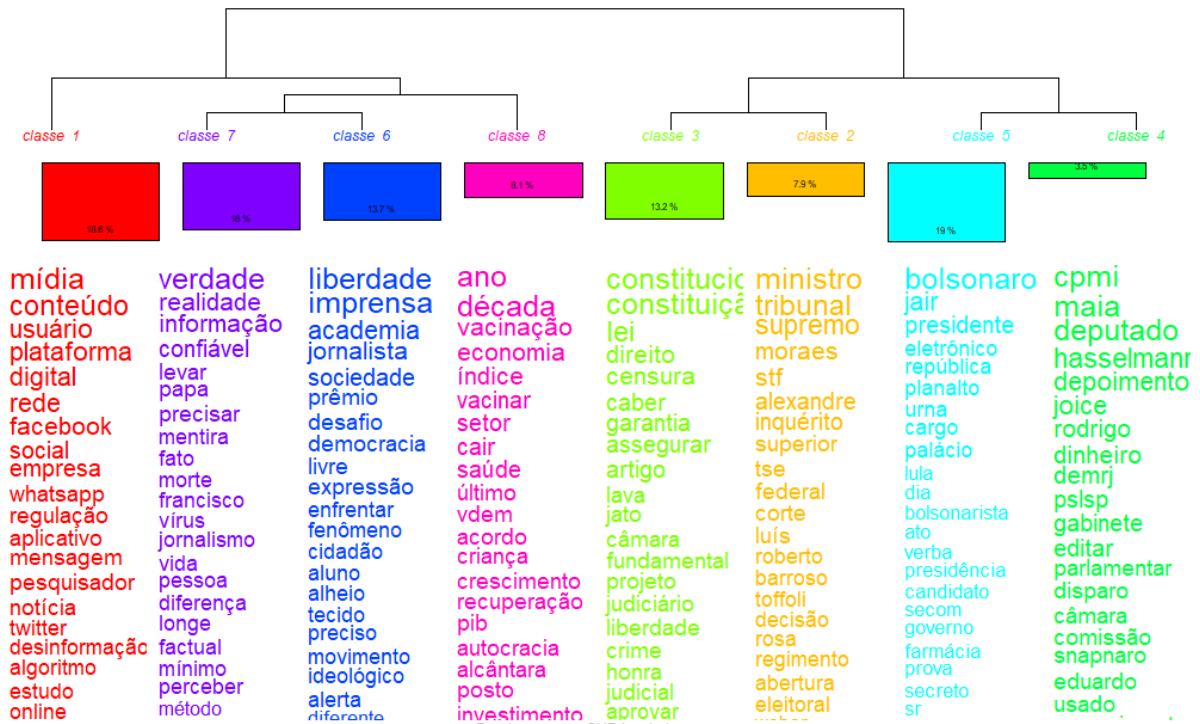
A Análise Discursiva Argumentativa indicou a preocupação de *Folha* com as redes sociais digitais e os riscos que estas apresentam por serem um território de circulação de desinformação. Percebe-se, pelas palavras que compõem as classes 4 e 5, que os valores defendidos pelo jornal compõem um grupo que conversa com as problemáticas oriundas das grandes plataformas de interação social, sendo possível interpretar que se tratam de assuntos correlatos. A questão da desinformação, abordada sob a perspectiva de uma regulação das redes sociais e do uso delas durante os períodos eleitorais atravessa a discussão acerca dos direitos resguardados pela Constituição. Também são correlatos, ainda que em nível menor, as questões ligadas ao governamental e as abordagens institucionais e judiciais sobre eles. Os editoriais

de 27 de julho de 2020 (“Censório e ineficaz”, supracitado) e de 17 de fevereiro de 2021, intitulado “Caso de cassação”, exemplificam: o primeiro questiona a forma como o STF conduz as investigações no “Inquérito das Fake News” – pauta que envolve o presidente Jair Bolsonaro e os bolsonaristas –; o segundo, bastante crítico à atuação do STF no mesmo inquérito, questiona a prisão do deputado federal Daniel Silveira (PSL-RJ) sob a perspectiva de que o Supremo estaria atuando de forma a restringir a liberdade de expressão do político. Sem deixar de condenar os ataques deste ao STF, *Folha* alude às liberdades constitucionais e à democracia para defender que não o STF, mas tanto o partido quanto a Câmara tomem as medidas necessárias acerca dos atos praticados pelo deputado.

A apresentação da Análise Fatorial de Correspondência indica o quão próximas as temáticas estão entre si, ou seja, a interação entre elas, mas não possibilita indicar claramente de que forma os termos estão associados. No entanto, isso é possível a partir de uma formulação gráfica obtida por meio do *software Gephi*, apresentada mais adiante.

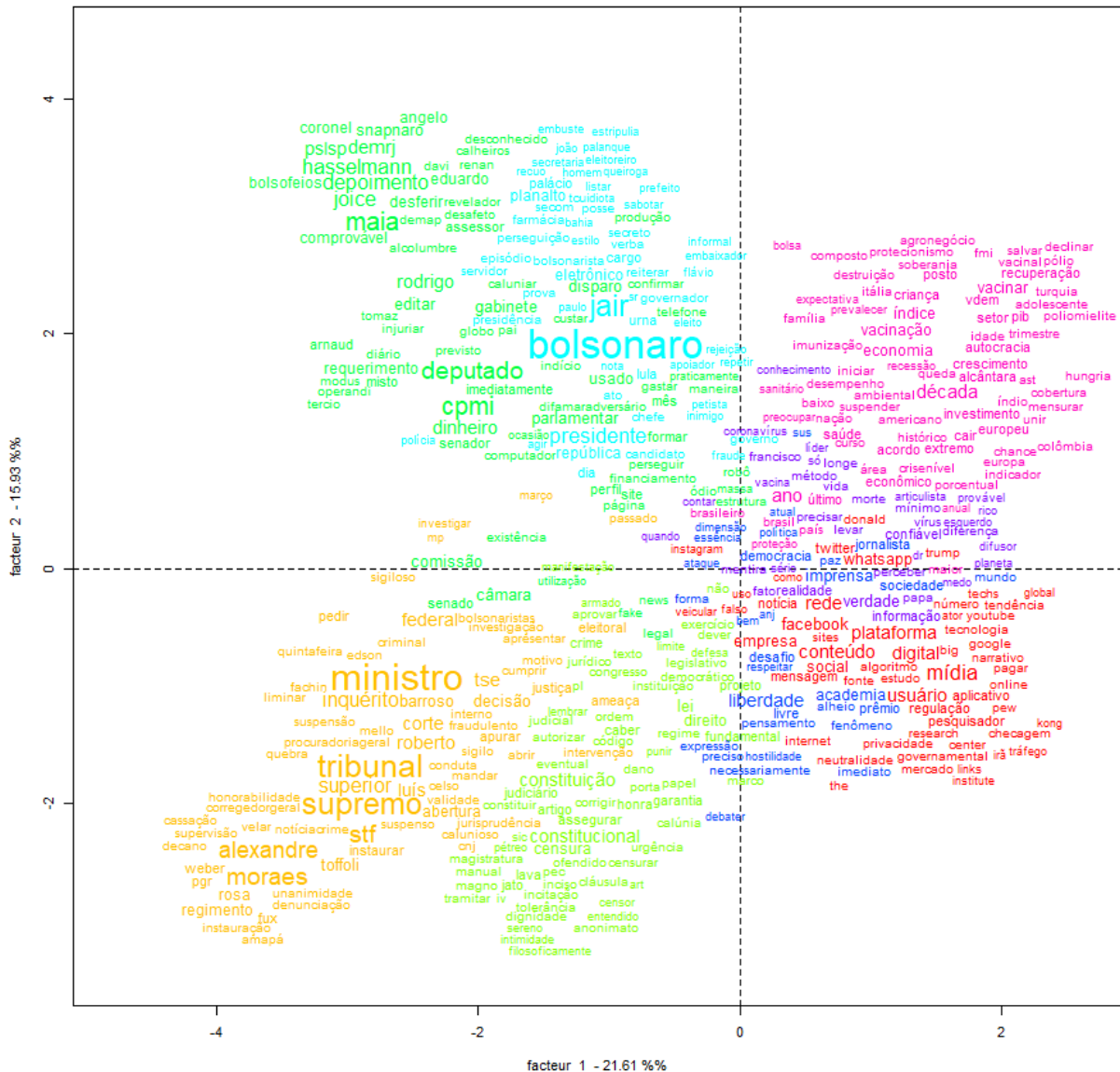
Semelhante à *Folha*, *O Estado de S. Paulo* também apresenta uma divisão bastante clara entre dois grandes temas. Foram 98,86% dos segmentos de texto enquadrados em oito classes que podem ser descritas como relacionadas à “informação” no primeiro grupo e “política” no segundo. Cada um desses dois grupos apresenta quatro classes, ou seja, quatro subtemas que demonstram como os assuntos são abordados nesse jornal.

A leitura de cada um desses grandes grupos indica que “informação”, composto pelas classes 1, 6, 7 e 8 aborda, isoladamente, “redes sociais” (classe 1) e “imprensa” (classes 6, 7 e 8), sendo que “imprensa” ainda se subdivide em “jornalismo e direitos” (classes 6 e 7) e “saúde” (classe 8). Depreende-se disso que, em *O Estado*, a temática sanitária esteve mais vinculada à discussão da desinformação que em *Folha*, integrando as discussões acerca do jornalismo. Tal perspectiva fica mais evidente quando observamos o editorial “A responsabilidade das redes”, publicado em 14 de outubro de 2019. Nesse texto, *Estado* aborda a necessidade de se combater a desinformação que circula das redes sociais digitais, em especial o *WhatsApp*, e afirma que a desinformação oferece um risco à “saúde” da democracia. Aponta, ainda, que as empresas de tecnologia devem ser responsabilizadas pelo que permitem circular em suas plataformas. É uma argumentação que se estabelece a partir de uma analogia demonstrada na Análise Discursiva Argumentativa de que informação de qualidade é uma questão de “vida ou morte” para a sociedade. Um raciocínio que se apresentou evidente nos já referidos editoriais de 4 de janeiro de 2020 (“Selva de notícias”) e de 28 de março de 2020 (“Vírus, informação e responsabilidade”).

Imagem 7 – Filograma de classes de *O Estado de S. Paulo*

Fonte: Autor/ IRaMuTeQ.

O segundo grupo, “política”, integra dois subgrupos formados pelas classes 2 e 3, composto por aspectos institucionais e judiciários, e 4 e 5, descrevendo questões governamentais e procedimentos administrativos comuns ao ambiente político, como comissões parlamentares mistas de inquérito, por exemplo. Ao se observar os textos da Análise Discursiva Argumentativa, o editorial “CPMI das Fake News era necessária”, publicado em 25 de abril de 2022 serve de ilustração de como o grupo “política” se vincula ao grupo “informação”. Nele, temos um texto que defende a CPMI das *fake news* e relembra, a partir de registros de depoimentos e documentos apresentados nessa Comissão, que a investigação levantou provas contra parentes do presidente Jair Bolsonaro pela difusão de desinformação, relacionando esses atos nocivos à democracia ao Planalto, mais especificamente, à pessoa do presidente da República. Esse vínculo é perceptível também ao se observar o plano cartesiano da Análise Fatorial de Correspondência. Nela, vemos como os assuntos ligados à desinformação estão mais interligados aos subtemas encontrados em *Estado*, de modo que as classes 3, 4 e 5 se fazem mais próximas das classes 6, 7 e 8, sendo possível afirmar que para *O Estado de S. Paulo*, desinformação, redes sociais, direitos e governo federal (bem como as investigações que enquadram esse poder) são assuntos correlatos.

Imagem 8 – Análise Fatorial de Correspondência de *O Estado de S. Paulo*

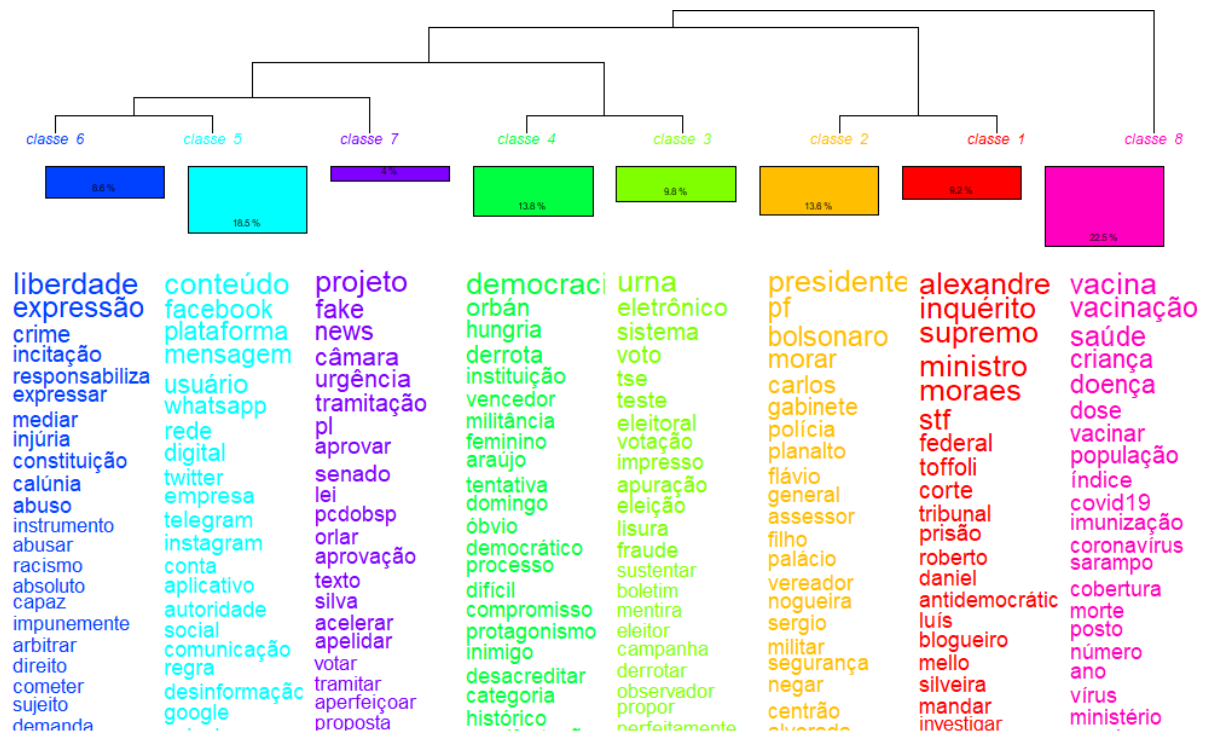
Fonte: Autor/ IRaMuTeQ.

Análise Fatorial de Correspondência de *O Estado de S. Paulo* indica, inclusive, maior relação entre as discussões que abordam a saúde no Brasil tanto aos aspectos políticos quanto jurídicos e informacionais, mais uma vez evidenciando o posicionamento do jornal em destacar a imprensa como uma necessidade básica a partir da equivalência estabelecida entre um problema de saúde pública (coronavírus) e a desinformação.

A exploração dos textos de *O Globo* pelo IRaMuTeQ também se mostrou profícua, com a classificação de 98,2% dos segmentos de texto em alguma classe. O programa identificou oito classes, segregando o grupo “saúde” (classe 8) e apresentadas as demais em “judiciário e gestão

política” (classes 1 e 2) e “mídia e política” – esta, subdividindo-se em “processos eleitorais e democracia” (classes 3 e 4) e “informação e direitos”, esta, mais uma vez subdividida em “redes sociais e direitos” (classes 5 e 6) e “desinformação” (classe 7).

Imagem 8 – Filograma de classes de *O Globo*



Fonte: Autor/ IRaMuTeQ.

A ramificação escalonada dessas últimas cinco classes indica a proximidade que esses assuntos têm nos editoriais do jornal. A Análise Discursiva Argumentativa indicou que *O Globo* deu espaço significativo às discussões que envolvem eleições, redes sociais, imprensa e desinformação. A questão do PL das *fake news* – que teve grande destaque nos textos de *O Globo* – foi discutida e cobrada dos congressistas principalmente como uma medida necessária para garantir o bom andamento das eleições. Observa-se no editorial “Mudança no Whatsapp é incoerente em pleno ano eleitoral”, de 18 de janeiro de 2022 a crítica à implementação de comunidades nessa rede social, pois as mudanças facilitariam a propagação de desinformação, algo que, para *O Globo*, pode representar implicações nos resultados das eleições. Já em 8 de abril do mesmo ano, o editorial “Absurda inversão de prioridades entre os deputados” ao discutir o projeto de lei supracitado, expressa a necessidade de os deputados darem mais atenção ao PL, uma vez que a premissa do jornal é de que se deve garantir o bom andamento do processo





que as duas análises atuam de forma complementar: enquanto a etapa discursiva permite um aprofundamento das estratégias argumentativas das quais os veículos lançam mão e das questões valorativas envolvidas nesse processo, a linguística de *corpus* oferece uma organização sistemática dos temas e da proximidade entre eles.

Os mesmos assuntos estão distribuídos de formas ora semelhantes, ora um pouco mais dissidentes. Pela perspectiva discursiva, é possível afirmar que *O Globo*, *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* têm como questão principal o valor da democracia. Nos três veículos, ela sempre aparece ligada à atividade jornalística e sob ameaça da desinformação. Principalmente para *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*, as redes sociais devem ser observadas de perto, pois são potencialmente perigosas se não forem bem utilizadas devido ao risco de não informarem corretamente os cidadãos. Inclusive, esses jornais trazem mais fortemente a defesa do jornalismo profissional, atraindo também para si a responsabilidade de tratar sobre a desinformação, enquanto que na *Folha de S. Paulo*, esse assunto parece ser tratado com certo distanciamento: não se nega que é um problema, mas é um problema das redes sociais, não do jornalismo profissional. Ainda, é evidente o papel de fiscalização exercido pelo jornalismo, apontando falhas e acertos das instituições e julgando sempre que considera necessário o desempenho das instituições, sempre em detrimento de um bem maior, composto pelas liberdades garantidas pela Constituição (liberdade de imprensa, liberdade de expressão, direitos individuais).

Passando para as observações proporcionadas pelos grafos elaborados no *software Gephi*, é possível perceber quais as principais palavras trabalhadas nos editoriais e a quais outras elas estão conectadas. Além dessa conexão, o programa analisa a proximidade entre elas e permite, a partir do componente de modularidade, detectar também a quais comunidades essas palavras fazem parte. A visualização indica que quanto mais próximas as palavras estão, mais conexões elas têm entre si.

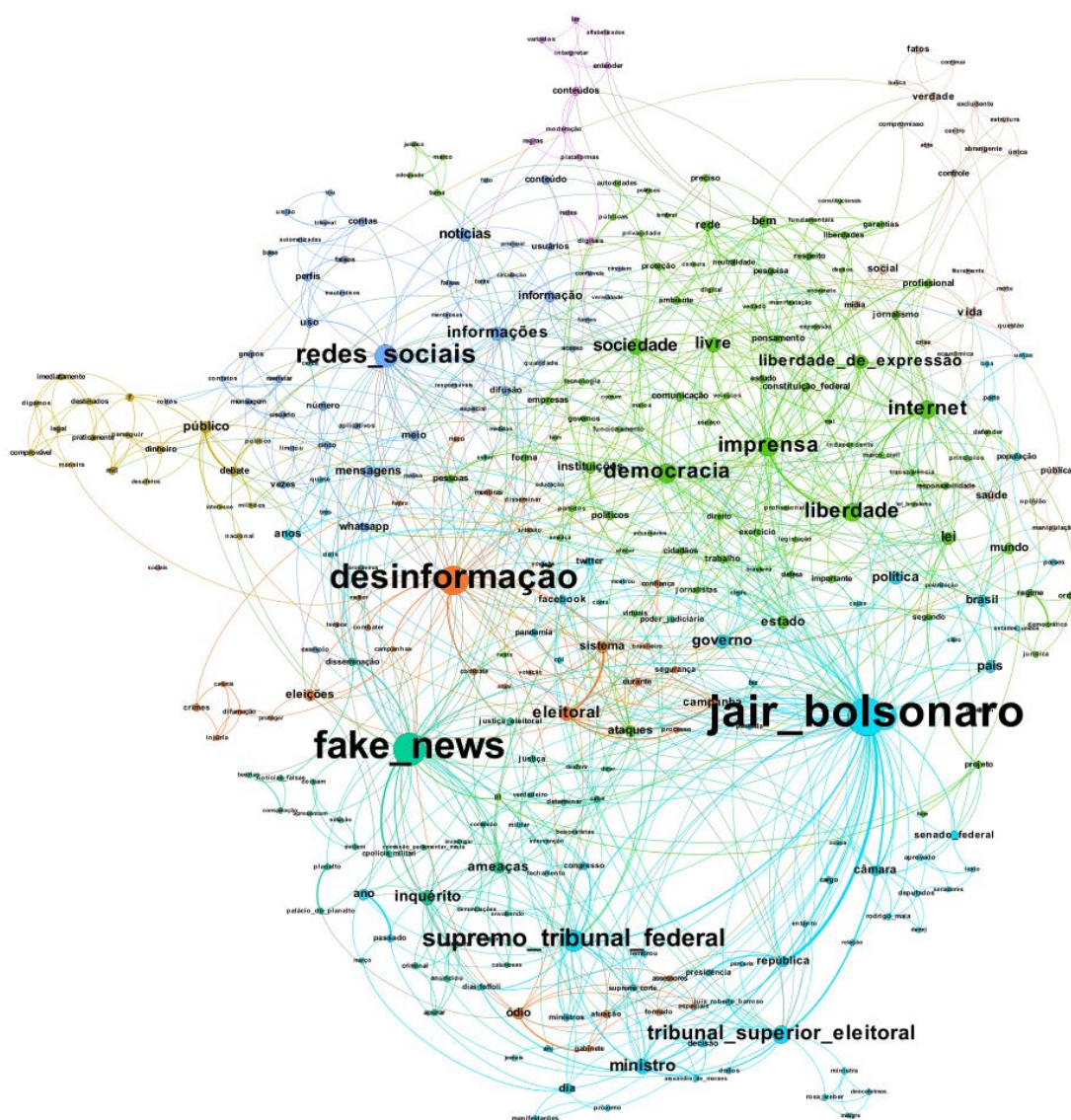
Em todos os três jornais, observam-se com grande centralidade termos que já foram bastante abordados até o momento, indicando a centralidade que eles ocupam nos textos publicados nos quatro anos que compreendem período de amostragem do *corpus*. Entre aqueles que mais se destacam, é possível perceber “Jair Bolsonaro”, “Supremo Tribunal Federal”, “Tribunal Superior Eleitoral”, “desinformação”, “*fake news*” e “redes sociais”, bem como termos correlatos a eles, como “governo” e “ministro”.

Os grafos, mais que mapas visuais indicadores da forma como os termos se interligam em cada veículo, apontam que a temática da desinformação esteve interligada à questão política do país de forma semelhante nos três jornais.



O destaque recebido pelo presidente Jair Bolsonaro permite inferir que ele frequentemente esteve envolvido nos editoriais que tratam das desordens de informação. Isso leva à crença de que o presidente, bem como o Supremo Tribunal Federal e o Tribunal Superior Eleitoral, têm atuação constante na temática. O qualitativo da atuação de cada um deles foi revelado na análise discursiva, apresentando o presidente como um agente-problema e os tribunais como agentes de solução.

Imagem 10 – Grafo de *O Estado de S. Paulo*

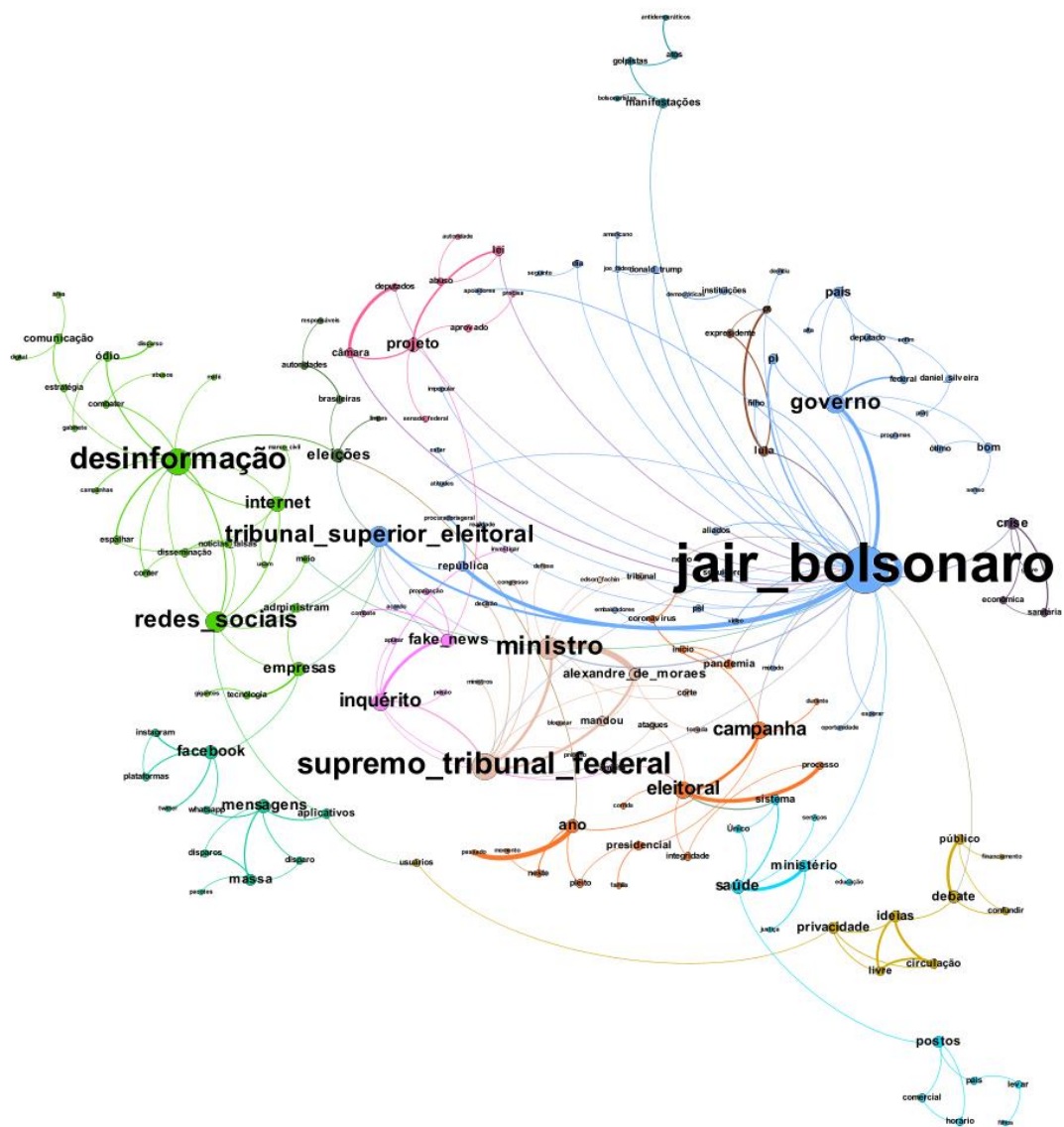


Fonte: Autor/ Gephi.



O destaque recebido pelo presidente Jair Bolsonaro permite inferir que ele frequentemente esteve envolvido nos editoriais que tratam das desordens de informação. Isso leva à crença de que o presidente, bem como o Supremo Tribunal Federal e o Tribunal Superior Eleitoral, têm atuação constante na temática. O qualitativo da atuação de cada um deles foi revelado na análise discursiva, apresentando o presidente como um agente-problema e os tribunais como agentes de solução.

Imagem 11 – Grafo de *Folha de S.Paulo*



Fonte: Autor/ Gephi.

A apropriação dos grafos, planos cartesianos, filogramas, dendogramas como forma complementar à Análise Discursiva Argumentativa faz emergir percepções que permitem afirmar que a desinformação no Brasil durante o período do recorte do *corpus* esteve além de um problema cuja responsabilidade era atrelada somente às empresas detentoras de redes sociais digitais; também esteve além de teorias conspiratórias e de grupos ideológicos com pautas bastante definidas – anteriormente, citei os movimentos antivacina e pelo *Brexit* como exemplos. Acima disso tudo, a desinformação esteve atrelada se não a um programa de governo, ao seu principal representante, ocupante da presidência da República.

Encaminhando o texto para a conclusão, apresento nas próximas páginas um retrospecto do que pode ser observado a partir da estratégia metodológica adotada nesta tese, buscando conectar essa etapa mais prática com a abordagem teórica que orientou o primeiro momento do texto. As inferências são tantas quanto são as possibilidades de abordagem que os *softwares* permitem, porém, concentrar-me-ei na abordagem das estratégias argumentativas desenvolvidas para que, fazendo jus ao que propõe o título desta pesquisa, possam ser apontadas algumas perspectivas de como o jornalismo brasileiro tem se organizado frente ao desafio imposto pelas desordens informacionais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente tese se apresenta baseada na relação entre o jornalismo político e os fenômenos que incidem sobre a sua legitimidade no período contemporâneo. Por contemporâneo, entende-se o momento que se convencionou chamar de pós-moderno, cujos padrões de comportamento vêm apresentando mudanças que forcem muitas instituições a se readequarem à essa realidade, caracterizada pelo questionamento de toda e qualquer verdade que se proponha como absoluta. Como Lyotard (2020) mesmo previra, a pós-modernidade se caracteriza também por lutas pelo domínio das informações como mais um elemento na competição pelo poder.

Intrínseca à pós-modernidade, percebe-se a pós-verdade, também caracterizada pela negação – neste caso, a negação da verdade –, quando a objetividade dá lugar à subjetividade emocional dos indivíduos. A percepção da pós-verdade nesta tese, tomada sob a delimitação da atividade profissional jornalística, caracterizou-se justamente pela manobra de oposição à verdade no contexto das desordens de informação – estas, conduzidas para promover um pensamento equivocado, sem equivalente no factual, buscam o apagamento do empiricamente verificável, que é relativizado dando força à opinião. Como Arendt (2019b) aponta, a persuasão e a violência promovem a destruição da verdade em seu sentido mais simples e direto e abrem caminho para que tomem força outras figuras de verdade, como as baseadas, por exemplo, nos saberes de crença descritos por Charaudeau (2022).

Ao contexto político brasileiro altamente polarizado, delimitado a partir da década de 2010, acrescido das facilidades interacionais proporcionadas pelas novas Tecnologias de Informação e Comunicação, somam-se as estratégias de cooptação dos indivíduos a partir da criação do sentimento de identificação e pertencimento a determinados atributos, características e qualidades. Elas impulsionam a criação de comunidades que cooperam com a perspectiva dos *atos alternativos*, isto é, o reforço de posições que confirmem as opiniões dos próprios indivíduos em detrimento da verdade factual. Tal verdade, ainda que verificável, é exógena e não consegue confrontar o patamar das crenças individuais sistematicamente reforçadas tanto pelos agentes políticos quanto pelos algoritmos ativos das redes sociais digitais, que criam e fortalecem câmaras de eco virtuais. As câmaras de eco reforçam posicionamentos e, dentro delas, os sujeitos buscam se alinhar às perspectivas e expectativas do grupo. Isso se reflete no ambiente político, reforçando ideologias e intensificando a polarização.

Parte das consequências do comportamento social balizado por esse cenário gera efeitos diretos no campo jornalístico, aqui observado a partir das implicações sobre o jornalismo político. Nesse mesmo contexto de negação da verdade, nota-se o questionamento da legitimidade da instituição jornalística em nível global e, concomitantemente, percebe-se o avanço do fenômeno da desinformação. Busquei demonstrar a partir da literatura já publicada sobre esses temas, bem como sobre temas correlatos, que há diversos fatores agravantes. Eles vão além da desinformação e da pós-verdade e incluem a pressão política intrínseca à intersecção dos campos e a pressão do comercialismo (PICKARD, 2020), que impõe as necessidades do capital sobre a atividade profissional. Esse conjunto impacta nos campos jornalístico e político, incentivando o avanço de ideologias antidemocráticas que culminam em um declínio da confiança nas instituições da imprensa e da política.

Também procurei reforçar o aspecto político do jornalismo, sobretudo na intenção de promover a compreensão dele como uma instituição política, se observado em nível macro, ou como ator político, quando abordado a partir do foco delimitado em alguns agentes desse campo – aqui, os jornais *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* – reforçando a ideia de indissociabilidade entre a indústria do jornalismo e o jornalismo enquanto prática profissional (TAVARES, 2018).

No que concerne ao jornalismo político, parte-se do entendimento de que ele integra um campo rodeado por incertezas. Se, por um lado, a desinformação não é novidade, por outro, seu uso estratégico está no seu ápice até então. A atividade profissional tradicional se vê paulatinamente confrontada pelo que circula nas redes sociais digitais ao ponto de o jornalismo ver a sua confiança em queda frente às desinformações propagadas na internet. Por isso, percebo nas desordens de informação – endossadas por agentes do campo político, vale lembrar – algumas das principais fontes preocupação do campo.

O foco dado ao jornalismo e, especialmente, ao jornalismo político, discutiu a reação desse espaço simbólico à tal realidade, que lhe é imposta. Para isso, dei destaque ao *ethos*, pois ele faz parte da principal questão dessa pesquisa, isto é, entender **que *ethos* o jornalismo apresenta e defende** em meio ao contexto de polarização política, descrença nas instituições e exponencial crescimento da relativização da verdade factual, principal matéria prima jornalística. Essa é uma questão delimitada, mas mandatoriamente abrangente porque propor inferências a partir dela demanda análise ampla. Para oportunizar uma resposta, aciono a Análise Discursiva Argumentativa e a Linguística de *Corpus*, que se inserem no escopo dos procedimentos metodológicos que oportunizam o esclarecimento das questões complementares ao entendimento do *ethos* jornalístico no ambiente da pós-verdade, apresentando **quais os**



**discursos e posicionamentos do jornalismo e quais as estratégias argumentativas compõem esses discursos e posicionamentos no período entre 2019 e 2022.** Esse pacote metodológico permitiu que fosse efetuado um recorte temporal vasto de quatro anos sem abrir mão das minúcias necessárias para o desenvolvimento de uma análise discursiva.

Para orientar essa discussão, procurei tecer um texto que partisse de aspectos teóricos mais abrangentes, resgatando autores clássicos como Berger e Luckmann (2014) para falar da construção social da realidade; Castells (2018) para abordar o envolvimento das mídias na disputa do poder nas democracias contemporâneas; e os já mencionadas Arendt (2019b), com suas reflexões acerca de verdade e política e Lyotard (2020), com a apresentação da condição pós-moderna. Outros textos mais recentes se somam, estes apresentando a situação contextual da política e do jornalismo na era da pós-verdade sob o avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação, com destaque para Peruzzo (2013), Guazina (2015), Wichowski (2017), Bennet e Livingston (2018), Dourado e Gomes (2019), Moura e Corbellini (2019), Pinheiro-Machado (2019), Dourado *et. al* (2021), Charaudeau (2022), entre outros. Também são aspectos fundamentais para esta tese a noção de que o jornalismo deve ser compreendido como campo social (BOURDIEU, 1997), como instituição política (COOK, 2011) e como ator político (BORRAT, 1989). Esse conjunto forma o pano de fundo para os estudos sobre o campo jornalístico sob a perspectiva de busca por poder (NIELSEN, 2014; PICKARD, 2020; TEITELBAUM, 2020), atravessado pelas desordens de informação consideradas especialmente nos termos de Wardle e Derakhshan (2017). Acredito que essas são questões de importância porque permitem compreender não somente o momento em que nos encontramos, mas alguns aspectos que nos colocam na presente situação, por exemplo, o comportamento humano e algumas das suas nuances psicológicas, a organização profissional e mercadológica do jornalismo e as disputas políticas nas quais o contexto geral da tese está inserido.

Para a construção do aporte teórico-metodológico, contei com textos consolidados sobre a Análise do Discurso, entre os quais, menciono Orlandi (2015; 1990), que se conecta a Ducrot (1987), Pêcheux (1990) e Charaudeau (2015a; 2015b). A questão do *ethos* é abordada a partir de Bourdieu, mas com destaque também para Amossy (2018b; 2018c) e Maingueneau (2020; 2018). Para a retórica, busquei aprofundamento com o suporte de Ducrot (1987) e, principalmente, como não poderia deixar de ser, na clássica obra de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), complementada por Maingueneau (2020). Por sua vez, a seara da argumentação é referenciada sobretudo em Amossy (2018a; 2018b; 2018c). Sob minha ótica, essas teorias são complementares entre si, de modo que eleger apenas uma (ou algumas delas) não me pareceu suficiente para dar conta da proposta desta pesquisa. Assim, esses (e alguns outros autores)

proporcionaram chegar ao método unificado sob o nome de Análise Discursiva Argumentativa, uma abordagem híbrida que se vale, sobretudo, da análise argumentativa para observar como o jornalismo apresenta seus valores à sociedade em seus discursos. Essa proposta analítica é vinculada, posteriormente, à Linguística de *Corpus*, cuja análise digital de textos (BIBER, 1993; SARDINHA, 2000) é realizada por *softwares* de análise linguística (*AntConc*; *WORDij*; *IRaMuTeQ*).

Entre o universo de possibilidades que o material de cunho jornalístico proporciona para análise, elegi o editorial jornalístico como elemento constituidor do *corpus* justamente pelo seu papel político consolidado (GAJEVIC, 2016; MONT'ALVERNE e MARQUES, 2015; HAMLET, 2009) e pelo seu alto teor argumentativo (GAJEVIC, 2016; GUERREIRO NETO, 2016; MONT'ALVERNE e MARQUES, 2015; VAN DIJK, 1992). Dado esse panorama, passo às considerações proporcionadas pela análise e também recupero algumas inferências obtidas a partir da exploração do *corpus*.

A Análise Discursiva Argumentativa dos editoriais apontou para uma tendência uniforme nos três veículos quanto a forma como eles apresentam os seus principais valores. Tanto *Folha de S. Paulo* quanto *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* procuram evidenciá-los preponderantemente a partir do índice de alocação de evidências compartilhadas e de pronomes pessoais. As evidências compartilhadas, mais que exporem abertamente o que é mais prezado pelos jornais, atua também como uma das principais formas de estabelecer vínculo com os leitores. Como as literaturas acerca da argumentação e acerca do fenômeno da pós-verdade indicam, trata-se de uma tentativa de se conectar com o alocutário por meio de um discurso carregado de emoções e crenças, as quais o editorialista acredita também serem presentes no repertório emocional do auditório. Tal estratégia é baseada em atingir o íntimo de cada leitor, dado que a tendência humana, conforme indica a psicologia, é de concordar mais facilmente com aquilo que se acredita de antemão. Isso não difere da forma como a desinformação é elaborada para penetrar na sociedade, com a diferença de que o compromisso ético do jornalismo é um balizador importante no caso dos editoriais. Conforme sintetizam os quadros 7 (p. 191), 12 (p. 205) e 18 (p. 219), as evidências compartilhadas reforçam principalmente valores constitucionais (democracia, liberdade de expressão, liberdade de imprensa, separação entre os poderes), bem como enfatizam a crença dos veículos na idoneidade do sistema eleitoral brasileiro e a crítica às manifestações fundamentadas em desinformação. Cabe destacar que, quanto aos valores ligados ao jornalismo, *O Estado de S. Paulo* foi o que mais manifestou opiniões sobre o tema, defendendo contundentemente a atividade profissional, seguido de *O Globo*, que chamou a atenção para a temática sobretudo a partir dos riscos da desinformação.

Noto que entre os valores defendidos pelo jornalismo, para além daqueles indicados por Christofolletti (2010) – ética, credibilidade e imparcialidade –, fica ainda mais evidente a defesa da democracia, uma questão associada a atividade profissional por todos os veículos. Esse posicionamento se mostrou perene nos três veículos analisados e, acredito, corrobora com a perspectiva de um jornalismo que também exerce o papel de ator político.

Já quanto aos pronomes pessoais, acrescento que a percepção passada pelos textos é de que, além das evidências compartilhadas, esse é o principal ponto de contato do discurso com o leitor comum; a forma mais direta de buscar um vínculo com a população que, longe de ser o alvo principal do editorial – como visto, ele é direcionado às elites política e econômica –, configura um público cuja existência é importante para a consolidação de uma identidade e de uma noção mínima de pertencimento. Neste caso, a noção de pertencimento é a da condição de ser brasileiro, frequentemente mencionada nas terceiras pessoas do singular e do plural mas sempre com a ideia (às vezes explícita, como indica o uso da primeira pessoa do plural “nós” em *Folha de S.Paulo*) de que o veículo também se inclui nesse grupo.

Em seguida, tem-se os esquemas argumentativos. Neles, os textos analisados apresentam maior variedade de estratégias argumentativas, entre as quais se sobressaem os silogismos e entinemas, as analogias (por provas ou por ilustrações) e os exemplos históricos. Enquanto os primeiros buscam estabelecer o convencimento a partir de alguma lógica discursiva, apresentando premissas que buscam conduzir o leitor à conclusão desejada pelo editorialista, os últimos se baseiam no que poderia se chamar de argumento irrefutável da história, isto é, dados consolidados através do tempo e que encontram referências numa sequência de narrativas e eventos anteriores. As analogias, por sua vez, também procuram estabelecer conexão lógica, ora mais forte, quando são apresentadas provas concretas, ora mais frágil, buscando que o leitor faça o raciocínio de pôr em pé de igualdade elementos, eventos ou acontecimentos que são distintos. Neste último caso, a estratégia argumentativa da analogia por ilustração tenta fazer com que haja a transferência uma concepção já existente no universo intelectual do leitor para o novo elemento em discussão no texto.

Ainda, observo que a predominância dos esquemas argumentativos de silogismo e entinema e analogia por prova indicam que os jornais buscam uma fundamentação minimamente consolidada na construção dos seus argumentos, ou seja, não se tratam apenas de opiniões, mas de opiniões discutidas a partir de um embasamento, seja ele mais lógico e dependente de associações por parte dos alocutários, ou mais factual, baseado em acontecimentos do presente. Amossy relembra a *Retórica* de Aristóteles, ao citar que “todo mundo apresenta a prova de uma asserção expondo ou exemplos ou entinemas, e não há nada

além disso” (ARISTÓTELES, 1991, p. 85 *apud* AMOSSY, 2018a, p. 137). O fundamento por trás dessa fala milenar está na ideia de estabelecer uma argumentação no nível do *logos*, isto é, vinculada ao raciocínio lógico.

Se os esquemas argumentativos do discurso buscam conduzir o alocutário por meio de procedimentos lógicos, os elementos pragmáticos são mais enfáticos, opinativos e, eventualmente, mais diretos a depender de quais se destacam no texto. É o caso das escolhas lexicais, abundantes em *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* – todavia, também presentes em *O Globo*. Especificamente nelas, há julgamentos de valor e adjetivações bastante diretos e incisivos, sobretudo no que se referem à figura de Jair Bolsonaro, seja ele percebido como chefe do Poder Executivo ou como ator político. Observando em conjunto, percebo duas formas de condução do alocutário no texto: os esquemas argumentativos vão na linha de fazer pensar *como* o jornal e os elementos pragmáticos dizem *o quê* pensar.

Os diversos quadros apresentados durante a fase analítica desta tese foram elaborados para demonstrar, por meio de exemplos, o funcionamento dessas estratégias. Reforço que se verifica com frequência que a tentativa de vínculo com o alocutário nos textos, que é realizada com o intuito de atingir o leitor comum. Capturados pelos índices de alocação, eles são conduzidos pelos esquemas argumentativos às opiniões declaradas sob a forma de elementos pragmáticos do discurso. No entanto, tendo a crer que os elementos pragmáticos, assertivos como são, estão mais para mensagens que os jornais querem passar para o público ao qual os editoriais são de fato destinados, isto é, as elites detentoras de poder. Assim, nota-se que, se por um lado, as estratégias são articuladas para uma conexão com o cidadão comum, o recado principal é passado para um grupo selecionado – geralmente, alvo das ponderações, elogios ou críticas do texto. Compreendo aqui um duplo movimento que, por um lado, busca angariar aliados no reforço de uma perspectiva discursiva e, por outro, exprime o desejo do que o veículo jornalístico espera que seja desempenhado nas instâncias que detêm o poder de decisão em nossa sociedade. Portanto, o locutor fala com uma diversidade de públicos que variam também em forma qualitativa dentro do que considero uma hierarquia de alocutários dos editoriais.

Ainda sobre os elementos pragmáticos, relembro a questão da manipulação abordada por Charaudeau (2022), noto em elevado grau o exercício da provocação negativa, da qual fazem parte a denúncia, a acusação, a desconfiança, a estigmatização e o ódio contra o inimigo. Segundo Charaudeau (2022, p. 93), eles são acionados para levantar os ânimos dos alocutários por meio de protestos, reivindicações e revoltas. Menos frequentes são as estratégias de incitação positiva, que se fiam na confiança, na amizade, na estima e na afeição como forma de fortalecer a adesão do auditório. Assim, a polarização tão marcada no campo político brasileiro

também é evidente nos editoriais jornalísticos aqui observados, seja dentro do próprio campo, ao reforçarem seus posicionamentos mutuamente e compartilhando de argumentos na defesa de uma posição, seja com outros grupos quando, ao defenderem suas teses, desqualificam outros atores.

Quanto à Linguística de *Corpus* como complemento à Análise Discursiva Argumentativa, considero satisfatória a contribuição proporcionada pela metodologia. Observada em conjunto com as ferramentas do discurso, foi possível confirmar algumas das inferências obtidas pelo método clássico e, isoladamente, outras perspectivas foram apresentadas.

Vale lembrar que os termos acionados para a coleta do *corpus* foram “desinformação” e “fake news”. Somadas, as buscas em *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* retornaram 389 editoriais. Cada veículo formou um banco de dados e o ajuste deles se deu em diversas etapas, desde a preparação até o processamento final pelo *IRaMuTeQ* – este, a principal ferramenta e a responsável pelos dados finais. Inicialmente, como não poderia deixar de ser devido as palavras-chave da coleta, os textos remetem às desordens de informação em algum nível. A análise discursiva indica que elas não são o tema principal de todos os editoriais. Alguns tratam sim exclusivamente do assunto, mas outros têm a temática diluída em outras abordagens. Um dos trunfos da Linguística de *Corpus* foi justamente apresentar quais são esses outros temas.

A observação tanto dos filogramas e das análises fatoriais quanto dos grafos (estes, operacionalizados por meio de outro *software*, o *Gephi*) revelou que a temática da desinformação nos editoriais está vinculada, sobretudo, à política. Todos os jornais colocam lado a lado a questão do conteúdo e elementos da organização política nacional. São dessas duas grandes áreas que decorrem as classes de palavras sistematizadas computacionalmente. Isso quer dizer que a leitura do *IRaMuTeQ* constatou que a abordagem da desinformação nos três jornais é trabalhada como mais um elemento do jogo político.

Quanto ao conteúdo, as palavras-chave apresentam-se vinculadas aos valores jornalísticos e constitucionais, bem como às empresas que detêm as plataformas de redes sociais digitais mais usadas no Brasil. Quanto aos elementos de organização da política nacional, percebem-se conjuntos de palavras que fazem alusão aos três poderes – Executivo, Legislativo e Judiciário –, sintetizando que a temática da desinformação foi abordada no escopo das tentativas de regramento das redes sociais (essencialmente a partir do Congresso nacional, do Supremo Tribunal Federal e do Superior Tribunal Eleitoral) e no uso das estratégias de desinformação sob a sombra do presidente Jair Bolsonaro, dos seus filhos e do grupo de

apoiadores bolsonaristas. Todos esses elementos estiveram evidentes na Análise Discursiva Argumentativa e aparecem substancialmente nesta segunda etapa. Dessa forma, a Linguística de *Corpus* indica uma constante que me permite espelhar as inferências obtidas pela análise do discurso dos 39 textos selecionados para esse método a todos os 389 editoriais. A forma como esses assuntos estão interligados está representada nos dendogramas, mas é melhor visualizada a partir das análises fatoriais e dos grafos. No caso das primeiras, a proximidade entre os termos indica a maior ou menor conexão entre eles; no segundo grupo, essas relações estão representadas graficamente por meio das arestas que ligam os nós. O tamanho tanto das palavras quanto dos nós é proporcional à frequência dos termos nos textos.

Baseado nesse conjunto de dados e inferências, afirmo que os discursos e posicionamentos do jornalismo se agrupam primordialmente a partir da defesa do que a Análise Discursiva Argumentativa aponta como evidências compartilhadas. Os três veículos articulam seus textos abundantemente em defesa da democracia. Decorrem dela o reforço e a defesa de valores baseados na Constituição brasileira, demarcando o posicionamento dos editoriais em favor da liberdade de expressão, da liberdade de imprensa, dos direitos individuais e da independência entre os poderes e do jornalismo *per se*. Ou seja, a principal estratégia dos editoriais é amarrar o vínculo com o auditório por meio de valores universalmente reconhecidos como basilares à nossa República e todos os demais esquemas argumentativos são acionados para consolidá-los, seja pela defesa deles próprios, seja pela desqualificação de atores e de episódios que venham, por ventura, representar alguma ameaça a eles. Em linhas gerais, a atuação é semelhante à forma como a desinformação fisga seus alvos – em essência, trata-se do estabelecimento de conexão com o auditório, como explicam Perelman e Olbrechts-Tyteca. O diferencial se dá pelos demais elementos acionados: uma sequência de esquemas argumentativos fundamentados em conexões lógicas e factuais. Essas são as estratégias de persuasão que compõem os discursos e posicionamentos dos editoriais. Elas põem a desinformação no patamar de assunto político para além de um fenômeno de ordem social, seja aprovando ou desaprovando as regulações sobre o tema, a exemplo do “PL das *fake news*” e das medidas tomadas pelo STF e pelo TSE, seja englobando a questão eleitoral em seus diversos níveis (as consequências da desinformação para as eleições; a defesa do sistema eleitoral brasileiro) ou, ainda, relacionando a desinformação a discursos em tom de desqualificação ao presidente Jair Bolsonaro e ao bolsonarismo.

Quanto à desinformação, são dois os argumentos principais para classificar a temática: primeiro, de que ela deve ser discutida e combatida; segundo, de que a desinformação é um risco para a estabilidade democrática e, portanto, para a sociedade como um todo. São

argumentações complementares que levam a uma terceira questão, a do jornalismo: somente o jornalismo profissional é capaz de fazer frente à desinformação no dia a dia, portanto, o jornalismo profissional é apresentado, sobretudo, como guardião e fiscal da ordem democrática e como fundamental para a garantia de sobrevivência dos valores mais caros à sociedade – aqueles acionados a partir das evidências compartilhadas entre os jornais e os alocutários. Disso, decorre o *ethos* jornalístico apresentado pelos editoriais à sociedade; um *ethos* regido por valores como ética, credibilidade e compromisso social tal qual a perspectiva “moral-ético-deontológica” apontada por Christofoletti (2010).

O jornalismo defendido nos editoriais corresponde aos ideais tradicionalmente ligados ao campo. Ao passo que os três veículos defendem o jornalismo profissional como um guia para a sociedade e como um agente de proteção para a democracia, percebe-se o resgate de valores clássicos do fazer jornalístico. A defesa dos atos jurídicos e de leis que tentem regular a incidência da desinformação sobre a sociedade, bem como determinar atores que possam ser responsabilizados por ela, incidem no cuidado de deixar evidente a necessidade da liberdade de imprensa e a difusão de informações confiáveis, baseadas na verdade factual, como bens fundamentais para a vida em sociedade: defende-se o regramento, mas sem abrir mão de direitos adquiridos. Os veículos também apontam que o jornalismo profissional ainda é, na perspectiva difundida nos editoriais, o mais recomendado para informar. Isso se dá em detrimento das redes sociais. Conforme indica a análise, a imprensa, ao contrário das proprietárias das plataformas sociais, é comprometida com uma ética que a coloca em um patamar de responsabilidade social. Mantém-se a *tradição* de negar o peso do econômico sobre o campo jornalístico. O fator “lucro” é discutido sobretudo como algo que se impõe às redes sociais – estas, apontadas como parte de empresas que visam o retorno comercial e não se preocupam com a qualidade do conteúdo que circula em suas plataformas<sup>153</sup>. Assim, para *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*, o jornalismo é um pilar da democracia. A forma como a atividade profissional é descrita, defendida e justificada reforça essa característica. Por sua vez, isso reforça também o *ethos* do jornalismo em sua concepção clássica de fiscalizador e de prestador de serviços num nível de importância que o mantém como fundamental para uma sociedade minimamente democrática, justa e conscientizada. A hipótese de que o jornalismo realiza um esforço para se reafirmar

---

<sup>153</sup> Em 2018, *Folha de S.Paulo* alegou justamente a falta de compromisso do *Facebook* para com o jornalismo profissional para justificar que deixaria de publicar notícias em sua página na rede social. Em 2021, *Folha* voltou atrás, afirmando que o *Facebook* tem atuado positivamente, valorizando o jornalismo e restringindo a circulação de notícias falsas. “Folha volta a publicar conteúdo no Facebook”, 5 jul. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/07/folha-volta-a-publicar-conteudo-no-facebook.shtml>>. Acesso em: 1 fev. 2023.

como digno de credibilidade se confirma no discurso a partir de elementos que envolvem *logos*, *pathos* e *ethos*.

Antes de encerrar, considero oportuno expor algumas questões baseadas em leituras derradeiras, apropriadas já no percurso final de elaboração deste texto e que acredito caberem neste momento.

Primeiro, o jornalismo imerso no pós-moderno precisa, quando da veiculação e propagação de informações, competir com a confiança, a intimidade e a proximidade das quais gozam as redes sociais digitais para com seus usuários: é o reflexo da quebra da hegemonia e do protagonismo do campo como agente impulsionador do debate público, cujos impactos na política, sobretudo no que diz respeito à democracia, podem ser creditados também à ausência de mediação jornalística sobre as informações que circulam naquelas redes (ROXO, 2022). Todavia, mesmo com todas as argumentações que foram observadas na análise, nota-se que se mantém crônico o fato de que o jornalismo não discute publicamente e em totalidade o problema no qual está inserido. Roxo (2022, p. 48) afirma que “a deslegitimação do jornalismo profissional é peça fundamental para que a desordem informacional tenha poder de influência sobre a população em contraposição à narrativa jornalística”. Os editoriais discutem superficialmente essa questão, sobretudo a partir da necessidade da atividade jornalística profissional para a democracia, no entanto, não buscam ir muito além disso e deixam de revelar a estratégia política de “destruir o pacto de credibilidade” existente entre o campo e a sociedade desde o século XIX (ROXO, 2022), uma estratégia política populista com consequências nefastas.

Sob a minha percepção, a narrativa parece deixar de lado a responsabilidade dessa discussão, preferindo que ela seja capitaneada por atores externos aos veículos. Mesmo que o reforço dado pelo jornalismo aos seus valores fundamentais tente se fazer percebido como uma resposta à falta de conscientização e reconhecimento das técnicas e dos princípios dessa área profissional, o funcionamento dessas estratégias discursivas depende também da credibilidade do jornalismo, conforme apresenta Roxo (2022), isto é, a partir da satisfação da expectativa da audiência em relação à função jornalística.

Chama a atenção que o posicionamento de combate do jornalismo à desinformação se mostra bastante direcionado ao presidente Jair Bolsonaro e ao fenômeno ideológico do bolsonarismo. Isso fica evidente ao se observar os elementos textuais e gráficos oportunizados pelas análises discursiva e da linguística de *corpus*: o sobrenome do presidente é a palavra mais mencionada e adquire centralidade em todos os três jornais.



Como apontam Azevedo Júnior e Lourenço (2022, p. 18), o Brasil está imerso na tendência global em que os interesses das elites empresariais e econômicas buscam sobrepor seus interesses sobre o bem social “com forte capacidade de influenciar políticas públicas, em detrimento de interesses populares difusos” cujas consequências são, entre outras, a rejeição à política, o declínio das liberdades civis (estão inclusas a liberdade de imprensa e a liberdade de expressão) e o engrandecimento de outsiders populistas. Bolsonaro se destaca no cenário nacional como maior liderança política até então a explorar a narrativa populista autoritária caracterizada pelo neoliberalismo combinado ao nacionalismo que, ao questionar o formato da sociedade de maneira autocrática, coloca em risco a democracia do país:

Nesta perspectiva, a retórica de Jair Bolsonaro vale-se do uso variado de desinformação com técnicas retóricas de distorções, descontextualização e deturpação de fatos, difusão de mentiras e boatos, críticas à imprensa, além de gerar confusão entre comunicação pessoal e comunicação governamental ao utilizar sua conta pessoal nas redes sociais [...] para expor pontos de vista que indiciam posições oficiais, numa (con) fusão entre privado e público. Seu comportamento beligerante influenciou no crescimento de discursos de ódio e preconceito alimentados por desinformação e propaganda principalmente nas redes sociais sob o manto da liberdade de expressão (AZEVEDO JÚNIOR; LOURENÇO, 2022, p. 20).

Aliás, nota-se, como a tese apontou em sua discussão teórica, o acionamento do fator emocional como um aspecto fundamental para essa engrenagem.

Nas redes sociais, isso se amplifica pelo funcionamento algorítmico e é ainda mais intensificado pelo *firehosing*. Azevedo Júnior e Lourenço (2022) explicam: a comunicação horizontal favorece versões sensacionalistas e espetaculares – geralmente distorcidas da realidade – que promovem maior engajamento e conseqüente monetização. Na política, em especial as lideranças populistas, aproveitam esse esquema algorítmico e “se valem da espetacularização e da desinformação como ferramentas de geração de atenção e difusão de narrativas consonantes aos seus interesses” (AZEVEDO JÚNIOR; LOURENÇO, 2022, p. 24). Para além, o *marketing* político atua na manipulação das informações com estratégias retóricas (insinuação, pressuposição, descontextualização e inversão da relevância, por exemplo) justamente para promover a viralização: “é nesse contexto marcado pelo uso planejado de desinformação para interferir no debate público que o processo político atual se constrói” (AZEVEDO JÚNIOR; LOURENÇO, 2022, p. 24). Vinculado a esta estratégia, percebe-se o *firehosing*, uma técnica de propaganda russa que se vale da produção de conteúdo de forma rápida, contínua e repetitiva, na qual a verdade é um elemento dispensável e os conteúdos disparados não têm uma ligação. O objetivo, dizem os pesquisadores, é “gerar alienação ao contraditório, pois, pelo excesso informacional, tende-se a filtrar as informações consistentes

com percepções subjetivas consolidadas, reforçando as informações selecionadas pela percepção seletiva” (AZEVEDO JÚNIOR; LOURENÇO, 2022, p. 24), de modo que, por um lado, reforça-se aquilo que já faz parte do imaginário do interlocutor e, por outro, faz com que ele refute o que lhe é divergente.

Apesar de Bolsonaro ser um político tradicional, com mais de trinta anos de mandatos públicos, seu comportamento, seja nas redes sociais, seja no exercício efetivo das suas funções políticas como representante do Poder Executivo, pode ser equiparado ao de um *outsider* da política: o presidente assumiu, desde a campanha até o fim da sua gestão, características políticas antissistema. Trata-se de um comportamento que, segundo sintetiza o estudo de Silva (2022), aproveita-se da rejeição popular à política e aos políticos tradicionais. O uso massivo das redes sociais também permite que Bolsonaro seja enquadrado como uma liderança política digital seguindo os mesmos parâmetros apontados por Silva em seu estudo.

Ainda, as táticas combatidas pelos veículos jornalísticos se equiparam às que Silva (2022) indica como as mais recorrentes também em outros políticos de direita brasileiros e que incidem sobre valores de cultura política: enquadramentos exagerados, recheados de conteúdos enganosos ou deliberadamente falsos e discursos de ódio, todos elaborados a partir de temas controversos e polarizantes. A desinformação é usada principalmente contra outros atores do campo político e também contra movimentos sociais, líderes do campo científico e, é claro, jornalistas.

Por isso, é compreensível que as estratégias de *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* tenham concentrado energia sobre Bolsonaro: foi ele quem mais atuou pela deslegitimação do campo no período. Obviamente, não há como supor como poderia ter sido se o governo fosse outro, no entanto, é preocupante que esse tipo de conteúdo tenha partido de uma autoridade e que tenha tomado proporção tamanha a motivar a instauração de um grupo ideológico próprio tão forte e ativo a ponto de centralizar a discussão acerca das desordens de informação nos editoriais.

Por fim, a respeito do jornalismo político – e além, do campo jornalístico como um todo – reitero a questão da reação entre este e o campo econômico. Tal abordagem remete à minha preocupação em sempre pensar o jornalismo sob a ótica de um formato de negócio, como busquei deixar claro no primeiro capítulo. Se o jornalismo não argumenta abertamente a sua situação frente à desinformação nos seus editoriais, isto é, no seu espaço de *conversa* com os alocutários, mostrou-se presente a crítica a outros pontos fracos do campo, capitaneados sobretudo pela questão financeira: a distribuição de conteúdo nas redes sociais digitais e a consequente (falta de) monetização dela.

Refletindo sobre as análises apresentadas, essa é uma perspectiva que se evidenciou em alguns momentos nos editoriais sobre desinformação e *fake news* a ponto de me sentir confortável em afirmar que os veículos chamaram para si a discussão do papel das redes sociais digitais na desinformação mais do que discutiram eles mesmos essa questão. No caso dos jornais, a opção foi por reforçar os valores do *ethos* jornalístico já consolidado.

As redes sociais digitais foram apontadas como interessadas somente no lucro, eximindo-se da responsabilidade sobre a qualidade do conteúdo que circula em suas plataformas. Isso leva a pensar na forma como essas plataformas estão organizadas em relação à entrega de conteúdo jornalístico: “as empresas de mídia então perdem a exclusividade e a possibilidade de transformar a audiência conquistada em consumidores de anúncio do próprio veículo” e, conseqüentemente, “os jornais não conseguem gerar receita direta nas mídias sociais”, de forma que os investimentos para um jornalismo de qualidade voltado para esse nicho não se configuram prioridade (REIS; BALDESSAR, 2022, p. 375). Dessa forma, tendo a concordar com Reis e Baldessar (2022) quando dizem que esse ambiente acaba se tornando mais fértil para a proliferação de desinformação, bem como com a ideia defendida por Tandoc *et al.* (2018) de que o jornalismo profissional é fundamental para combater as desordens de informação, todavia, necessita estar amparado em um modelo de negócios sustentado.

É fato que o jornalismo profissional se coloca (e atua efetivamente) como um mecanismo de defesa contra as desordens de informação. E, ao contrário do que pode dar a entender o cenário conturbado do campo, apresentado ainda no primeiro capítulo, não percebo a atividade jornalística tradicional como algo fadado ao fracasso. Contudo, noto que as empresas, mesmo com todas as interpéries vivenciadas no contemporâneo, perpetuam o *ethos* de forma que não se constataram mudanças significativas em seus modos de ser e de fazer que pudessem ser apontadas em contraste com o que a literatura sobre a área já trata como consolidado. Se, por um lado, não poderia ser diferente o fato de o jornalismo tradicional defender o *ethos* mencionado, por outro, permanece a minha crença de que um novo formato de jornalismo, sob outras formas de governança, pode vir a apresentar estratégias diferentes de ação contra a desinformação mais contundentes. Esse jornalismo ainda é dependente das relações com o campo econômico, porém menos preocupado com o seu *status* corporativo ou empresarial. Tais iniciativas que se vinculam a esse outro modo de exercer jornalismo já existem, mas ainda estão longe de fazer frente ao modelo hegemônico (PONTES; MICK, 2018). E mais: se há outros resultados e outras estratégias possíveis, somente uma análise voltada a esse outro formato poderá apontar.

Tal abordagem remete ao meu interesse em sempre pensar o jornalismo sob a ótica de formato de negócio – o que o deixa atrelado ao econômico, como busquei deixar claro no primeiro capítulo – e permite afirmar que a pesquisa acerca do jornalismo sob a sombra da pós-verdade, longe de se esgotar, é apenas incipiente. Recobrando o caminho que me trouxe até aqui, reafirmo minha crença de que “as lacunas deixadas pelo jornalismo tradicional são espaços onde os promotores de fake news se instalam” (RODRIGUES, 2022). Faz-se necessária, portanto, a constante atualização do campo em seus modos de fazer e de gerir, na busca por modelos de governança que permitam a continuidade de um jornalismo efetivamente político, sobretudo quanto ao seu aspecto de promover e conduzir eficazmente o debate público responsável, sob os preceitos da ética, da pluralidade e da democracia.

## BIBLIOGRAFIA

ADAM, Jean-Michel. Imagens de si e esquematização do orador: Pétain e De Gaulle em junho de 1940. In: AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso** : a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2018b, p. 93-117.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. “Social Media and Fake News in the 2016 Election”. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, Spring/2017. p. 211-236. Disponível em: <<http://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>>. Acesso em: 8 fev. 2023.

ALUÍSIO, Sandra Maria; ALMEIDA, Gladis Maria de Barcellos. O que é e como se constrói um corpus? Lições aprendidas na compilação de vários corpora para pesquisa linguística. **Caleidoscópio**, Vol. 4, n. 3, set/dez, 2006, p. 156-178.

AMOSSY, Ruth. **A Argumentação no Discurso**. São Paulo: Contexto, 2018a.

AMOSSY, Ruth. Da noção de retórica de ethos à análise do discurso. In: AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso** : a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2018b, p. 9-28.

AMOSSY, Ruth. O ethos na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, Ruth. **A Argumentação no Discurso**. São Paulo: Contexto, 2018c, p. 119-144

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. O fenômeno da pós-verdade e suas implicações para a agenda de pesquisa na ciência da informação. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Florianópolis, v. 25, p. 01-17, 2020.

ARENDT, Hannah. **Crises da república**. São Paulo: Perspectiva, 3 ed., 2019a.

ARENDT, Hannah. **Verdade e política**. In: Entre o passado e o futuro. São Paulo: Perspectiva, 8 ed., 2019b.

AZEVEDO, Fernando Antônio. A grande imprensa brasileira: paralelismo político e antipetismo (1989-2014). **Tese de doutorado**. Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2016.

AZEVEDO, Fernando Antônio. PT e os editoriais da grande imprensa (1989-2014). **Opinião Pública**, Campinas, vol. 24, n. 2, mai-ago 2018, p. 270-290.

AZEVEDO JÚNIOR, Aryovaldo de Castro; LOURENÇO, Ramon Fernandes. Lideranças populistas, firehosing e a dinâmica algorítmica: um estudo dos posicionamentos de Jair Bolsonaro. In: PANKE, Luciana; AZEVEDO JÚNIOR, Aryovaldo de Castro (orgs). **Eleições, propaganda e Desinformação**. Campina Grande: Eduepb, 2022.

BABO, Isabel. Apresentação. **Do acontecimento inesperado à situação prolongada** (Apresentação do livro). Belo Horizonte, Brasil: GrisLab - Laboratório de Análise de Acontecimentos – UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais), 2021.

BARBISAN, Leci Borges. O conceito de enunciação em Benveniste e Ducrot. **Letras**, n. 33, dez. 2006, p. 23–35.

BARROS FILHO, Clovis. Reflexo de pauta: ética e habitus na produção da notícia. **Contracampo** v. 7, n. 2, 2002, p. 157-182.

BAUER, Martin W.; AARTS, Bas. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: Bauer, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 39-63.

BELL, Emily; OWEN, Taylor. A imprensa nas plataformas. Como o vale do silício reestruturou o jornalismo. **Jornalismo ESPM**. (Edição brasileira da Columbia journalism review), Julho/Dezembro, 2017.

BENNETT, W. Lance; LIVINGSTON, Steven. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic. **European Journal of Communication** v. 33(2), 2019, p. 122-139

BENKLER, Yochai; FARIS, Robert; ROBERTS, Hal. **Epistemic Crisis**. Network Propaganda: Oxford University Press, 2018.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 36 ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

BECKERMEYER, Fernando. A mentira da pós-verdade. In: Uno: desenvolvendo ideias. **A era da pós-verdade** : realidade versus percepção. São Paulo: Llorente y Cuenca, mar. 2017, p. 26-27.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BIBER, Douglas. Representativeness in Corpus Design. **Literary and Linguistic Computing**, v. 8, n.4, 1993, p. 243-257.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; MARTINS, Helena. Apresentação da revista. **Revista Eptic** (Dossiê temático : Economia Política da Desinformação), vol. 23, n. 1, p. 5-6, jan-abr., 2021.

BORRAT, Héctor. **El Periódico**: actor político. Editorial Gustavo Gili, S. L., Barcelona, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 13ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas linguísticas. In: ORTIZ, Renato (org.). **Pierre Bourdieu** : Sociologia. 2ª ed. São Paulo: Editora Ática, 1994.

BOURDIEU, Pierre. Algumas propriedades do campo. In: **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Ed. Marco Zero, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

CAMPONEZ, Carlos. Novas responsabilidades do jornalismo face à liquidificação da profissão: Fundamentos normativos, valores, formação. **Media & Jornalismo**, n. 32, v. 18, p. 18-30, 2018.

CHARAUDEAU, Patrick. **A manipulação da verdade** : do triunfo da negação às sobras da pós-verdade. São Paulo: Contexto, 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da opinião pública** : Como o discurso manipula as escolhas políticas. São Paulo: Contexto, 2016.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2015a.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2015b.

CHARAUDEAU, Patrick. Diz-me qual é teu corpus, eu te direi qual é a tua problemática. **Revista Diadorim/** Revista de Estudos Linguísticos e Literários do Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Volume 10, dezembro, 2011.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2014.

CHOMSKY, Noam. **Segredos, mentiras e democracia**. Entrevistas a David Barsamian. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1997.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Indicadores da Qualidade no Jornalismo: políticas, padrões e preocupações de jornais e revistas brasileiros. **Série Debates CI** (Unesco), v. 3, p. 1-61, 2010.

COOK, Timothy E. **Governing with the news** : The News Media as a Political Institution. Chicago: The University of Chicago Press, 2005.

COOK, Timothy E. O jornalismo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**. Brasília, nº 6, julho/ dezembro, 2011.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade** : a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Barueri: Faro Editorial, 2018

D'ANGELO, Paul. News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman. **Journal of Communication**, 52(4), p. 870-888, 2002.

DOURADO, Tatiana; GOMES, Wilson. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. 16, nº 2, jul-dez. 2019a.

DOURADO, Tatiana; GOMES, Wilson. O que são, afinal, fake news, enquanto fenômeno de comunicação política? In: **VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em**

**Comunicação e Política** (VIII COMPOLÍTICA). Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF. 15 a 17 de maio de 2019b.

DOURADO, Tatiana; ALMEIDA, Sabrina; PIAIA, Victor; CARVALHO, Danilo. Redes digitais de conspiração eleitoral no Brasil: um estudo do fluxo interplataforma de atores e discursos sobre fraude nas urnas eletrônicas e manipulação eleitoral. In: **IX Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política** (9º COMPOLÍTICA). 24 a 28 de maio de 2021.

FAZIO, Lisa K.; BRASHIER, Nadia. M.; PAYNE, B. Keith.; MARSH, Elisabeth. J. Knowledge does not protect against illusory truth. **Journal of Experimental Psychology: General**, v. 144, n. 5, p. 993–1002, 2015.

FERREIRA, Sérgio Rodrigo da Silva. Repensar a esfera pública política a partir das Câmaras de Eco: conceitos e questões metodológicas. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, nov. 2022.

FIGARO, Roseli; SILVA, Ana Flávia Marques da. A comunicação como trabalho no Capitalismo de plataforma: O caso das mudanças no jornalismo. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. 1, p. 101-115, abr./jul. 2020.

GAJEVIC, Slavko. Journalism and formation of argument. **Journalism**, Sage, 2016, p. 1-17.

GAMSON, William. A.; MODIGLIANI, Andre. Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach. **American Journal of Sociology**, v. 95, p. 1–37, 1989.

GONÇALVES, Julia de Souza Borba. TUTORIAL ANTCONC – software para a realização de análises qualitativas. **Documentos LANTRI**. UNESP, 2016.

GOOCH, Anthony. No pós das verdades. In: Uno: desenvolvendo ideias. **A era da pós-verdade** : realidade versus percepção. São Paulo: Llorente y Cuenca, mar. 2017, p. 14-15.

GRAVES, Lucas. Deciding What’s True: Fakt-Checking Journalism and the New Ecology of News. **Tese de doutorado**. Columbia University, 2013, 312 p.

GREGOLIN, Maria do Rosario Valencise. Análise do Discurso: conceitos e aplicações. **Alfa**, São Paulo, v. 39, p. 13-21, 1995.

GUAZINA, Liziane Soares. Quando a cultura política e subcultura profissional jornalística andam de mãos dadas: a desconfiança na política em tempos de escândalo. In: HERMANN, Julián. Durazzo; GUAZINA, Liziane Soares; PEREIRA; Fábio Henrique (org.). **Novos questionamentos em mídia e política**. Florianópolis: Editora Insular, 2015.

GUAZINA, Liziane Soares. Campos em disputa: jornalismo versus política na cobertura do Jornal Nacional sobre o Escândalo do Mensalão. **SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo**. 11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília, Universidade de Brasília, novembro, 2013.



GUAZINA, Liziane Soares; PRIOR, Hélder; ARAÚJO, Bruno. Enquadramentos de uma crise: o impeachment de Dilma Rousseff em editoriais nacionais e internacionais. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA, 7., 2017, Porto Alegre. **Anais...** . Porto Alegre: Compolítica, 2017. p. 1 - 20.

GUERREIRO NETO, Guilherme. Da opinião à identidade. Características do editorial em dois jornais brasileiros. **Sur le journalism**, vol 5, nº2, 2016, p. 92-105.

HACKETT, R. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objectividade nos estudos dos media noticiosos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993. p. 101-133.

HALLIN, Daniel; MANCINI, Paolo. **Sistemas de mídia: estudo comparativo (três modelos de comunicação e política)**. Lisboa: Livros Horizontes, 2010.

HAMLET, Janice D., “Editorials”. In: STERKING, Christopher. H. (Ed.), **Encyclopedia of journalism**, Thousand Oaks, Sage, 2009.

HARNECKER, Marta. **América Latina y el socialismo del siglo XXI**, 2010. Disponível em: <<https://www.rebellion.org/docs/101472.pdf>>.

HIRST, Martin. A desinformação sob a ótica da Economia Política da Comunicação. [Entrevista concedida a] Jonas Valente. **Revista Eptic**, vol. 23, n. 1, p. 91-100, jan-abr., 2021

HIRST, Martin. Towards a political economy of fake news. **The Political Economy of Communication**, n. 5, v. 2, p. 82-94, 2017

HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luís. C. e FRANÇA Vera. Veiga (orgs.): **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 9ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

IZADI, Foad; SAGHAYE-BIRIA, Hakimeh. A Discourse Analysis of Elite American Newspaper Editorials: The Case of Iran’s Nuclear Program. **Journal of Communication Inquiry**, v. 31, n. 2. April, 2007, p. 140-165.

KÄSPER, Marge; MAURER, Liina. Starting Points in French Discourse Analysis Lexicometry to Study Political Tweets. Digital Humanities in the Nordic & Baltic Countries, **University of Tartu, College of Foreign Languages and Cultures, 9p. 2020**

KOVACH, Bill, ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: O que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração, 2003.

LAZER, David M. J. *et al.* The Science of fake news. **Science**, v. 359, Issue 6380, p. 1094-1096, 2018.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

LINDGREN, Simon. Introducing Connected Concept Analysis: A network approach to big text datasets. **Text&Talk**, v. 36, n. 3, p. 341–362, 2016.

LYOTARD, Jean-François. **A Condição Pós-Moderna**. 19 ed. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 2020.

MAINGUENEAU, Dominique. **Variações sobre o ethos**. São Paulo: Parábola, 2020.

MAINGUENEAU, Dominique. *Ethos*, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso** : a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2018, p. 69-92.

MANSANO, Sonia Regina Vargas; NALLI, Marcos. O medo como dispositivo biopolítico. **Revista Psicologia: Teoria e prática**. São Paulo: SP, v. 20, n. 1, p. 72-84, jan-abr., 2018.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil; MIOLA, Edna; MITOZO, Isabele Batista; MONT'ALVERNE, Camila. SIMILAR, BUT NOT THE SAME: Comparing Editorial and News Agendas in Brazilian Newspapers. **Journalism Practice**, Routledge. November, 2019.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis, Vozes, 1985.

MARWICK; Alice; LEWIS, Rebecca. **Media Manipulation and Disinformation Online**. Data&Society Research Institute, Report. May, 15, 2017. Disponível em: <<https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinfo-online/>>. Acesso em 8 fev. 2023.

MEDEIROS, Armando. Os perigos da indiferença à verdade. In: Uno: desenvolvendo ideias. **A era da pós-verdade** : realidade versus percepção. São Paulo: Llorente y Cuenca, mar. 2017, p. 23-25.

McINTYRE, Lee. **Posverdad**. Madrid: Cátedra, 2018.

MEDRÁN, Albert. No reino da pós-verdade, a irrelevância é o castigo. In: Uno: desenvolvendo ideias. **A era da pós-verdade** : realidade versus percepção. São Paulo: Llorente y Cuenca, mar. 2017, p. 33-35.

MELO, Iran Ferreira. Análise do Discurso e Análise Crítica do Discurso: desdobramentos e interações. **Letra Magna**, n. 11, segundo semestre de 2009.

MELLO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio** : notas de uma repórter sobre fake news e violência digital. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

MICK, Jacques; KIKUTI, Andressa. O mundo do trabalho de jornalistas no Brasil: uma agenda de pesquisa. **PLURAL**, Revista do Programa de Pós -Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, v.27.2, ago./set., 2020, p.210-239.

MONT'ALVERNE, Camila. A quem se dirigem os editoriais? Um estudo acerca de personagens e instituições mencionadas pelos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo. **Revista Brasileira de Ciência Política**, nº 23. Brasília, mai-ago 2017, p. 7-34.

MONT'ALVERNE, Camila; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. A opinião da empresa no Jornalismo Brasileiro: Um estudo sobre a função e a influência política dos editoriais. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 12, nº 1. Florianópolis, jan-jun 2015, p. 121-137.

MONT'ALVERNE, Camila; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. What makes an issue relevant to newspaper editorials? An empirical approach to criteria of editorial-worthiness. **Brazilian Journalism Research**, v. 18, nº 1. Brasília, April 2022, p. 122-151.

MOTTA, Luiz Gonzaga; GUAZINA, Liziane Soares. O conflito como categoria estruturante da narrativa política: o caso do Jornal Nacional. **Brazilian Journalism Research**, v. 6, n. 1, 2010.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Enquadramentos lúdico-dramáticos no jornalismo: mapas culturais para organizar conflitos políticos. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 17, p. 1-25, jul-dez., 2007.

MOURA, Dione Oliveira. O “sincrônico”, o “diacrônico”, o acontecimento e a errância de sentimentos de análise do discurso jornalístico. **Comunicação e Informação**, [s.l.], v. 12, n. 2, p. 63-73, 2009. Disponível em: <<https://repositorio.unb.br/handle/10482/12352>>.

MOURA, Maurício; CORBELLINI, Juliano. **A eleição disruptiva** : por que Bolsonaro venceu. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2019.

MOVIMENTO PASSE LIVRE. **Não começou em Salvador, não vai terminar em São Paulo**. In: MARICATO, Erminia et al. Cidades rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil. São Paulo: Boitempo, Carta Maior, 2013. Cap. 1, p. 13-18.

NETSCIED. **Network Literacy: Essential Concepts and Core Ideas**. Brazilian Portuguese version by Tarcizio Silva, 2015. Disponível em: <<https://sites.google.com/a/binghamton.edu/netscied/teaching-learning/network-concepts?authuser=0>>.

NEVEU, Érick. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

NIC.BR (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros** : TIC Domicílios 2019 [livro eletrônico] = Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian households : ICT Households 2019. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2020. Disponível em: <[https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20201123121817/tic\\_dom\\_2019\\_livro\\_eletronico.pdf](https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20201123121817/tic_dom_2019_livro_eletronico.pdf)>.

NICHOLS, Bruno; KLEINA, Nilton; MARIOTO, Djiovanni J. F.; SAMPAIO, Rafael C. CPI do Circo ou CPI do Fim do Mundo? A guerra de narrativas sobre a Comissão Parlamentar de Inquérito da COVID-19 no YouTube. **ANAIS 45º Encontro Annual da Ampocs**, 2021.

NIEBORG, David B.; POELL, Thomas. The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. **New Media & Society**, Vol. 20(11), p. 1-18, 2018.

NIELSEN, Rasmus Kleis. The many crises of Western Journalism : A comparative analysis of economic crises, professional crises, and crises of confidence. In: ALEXANDER, Jeffrey C.; BREESE, Elizabeth Butler; LUENGO, María (eds.) **The Crisis of Journalism Reconsidered**. Cambridge: Cambridge University Press, 2016 (2014). Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=2600863>>.

NOBRE, Marcos. **Imobilismo em movimento** : Da abertura democrática ao governo Dilma. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

OMENA, Janna Joceli. Introdução. In: OMENA, Janna Joceli. **Métodos Digitais** : Teoria-prática-crítica. Lisboa, Portugal: ICNOVA, 2019, p. 5-15.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Análise de discurso** : princípios & procedimentos. Campinas: Pontes Editores, (1999) 12ª ed., 2015.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. Nota ao leitor. In: PÊCHEUX, Michel. **O discurso** : estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 1990.

OROSA, Berta García; GARCÍA, Xose López; SANTORUM, Santiago Gallur. Análisis de la adaptación a la rede en los editoriales on line de cinco países europeos. **Revista Latina de Comunicación Social**, nº 68. La Laguna, Tenerife: Universidad de La Laguna, 2013, p. 485-501.

ORTELLADO, Pablo; RIBEIRO, Marcio Moretto; ZEINE, Leonardo. Existe polarização política no Brasil? Análise das evidências em duas séries de pesquisas de opinião. **Opinião Pública**. Campinas, vol. 28, n. 1, p. 62-91, jan.-mar. 2022.

PALMA, Adalberto. Quando o futuro nos alcança, o passado já não serve e Descartes pode ser uma referência. In: Uno: desenvolvendo ideias. **A era da pós-verdade** : realidade versus percepção. São Paulo: Llorente y Cuenca, mar. 2017, p. 17-19.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso** : estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 1990.

PEREIRA, Aracy Ernst. **Uma introdução à Análise do Discurso**. Letras de Hoje, Porto Alegre, v. 26, n. 2, p. 7-20, jun. 1991.

PEREIRA, Fábio Henrique. **As diferentes maneiras de ser jornalista** : Um estudo sobre as carreiras profissionais no jornalismo brasileiro. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2020.

PERELMAN; Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da Argumentação**: a nova retórica. Tradução de Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou”(?). **Matrizes**, Ano 7 – n. 2, jul./dez. 2013, São Paulo, Brasil, p. 73-93.

PICKARD, Victor. **Democracy without journalism?** Confronting the misinformation Society. New York: Oxford University Press, 2020.

PINA, Carolina. Amigos da verdade: os limites jurídicos das fake news. In: Uno: desenvolvendo ideias. **A era da pós-verdade** : realidade versus percepção. São Paulo: Llorente y Cuenca, mar. 2017, p. 41-43.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. **Amanhã vai ser maior** : o que aconteceu com o Brasil e possíveis rotas de fuga para a crise atual. São Paulo: Planeta do Brasil, 2019.

PONTES, Felipe Simão; MICK, Jacques. Crise e mercado de trabalho: trajetórias profissionais de jornalistas no Brasil (2012-2017). **XXVII Encontro Anual da Compós**. Belo Horizonte, MG, 2018.

PORTO, Mauro P. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, A. (org.). **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. Salvador. EDUFBA, 2004. p. 73-104.

PREGO, Victoria. Bolhas informativas. In: Uno: desenvolvendo ideias. **A era da pós-verdade** : realidade versus percepção. São Paulo: Llorente y Cuenca, mar. 2017, p. 20-21.

QUADROS, Mirian; ASSMANN, Gabriela. LOPEZ, Debora. C. A análise de conteúdo nas pesquisas brasileiras em comunicação: aplicações e derivações do método. In: BARRICHELLO, E. M. R.; RUBLESCKI, A. **Pesquisa em Comunicação** : olhares e abordagens. Santa Maria: Editora Facos, 2014.

QUIRINO, Flávia; GUAZINA, Liziane Soares. Golpe no Brasil: o que a mídia tem a ver com isso? **Estudos em Comunicação**, nº 26, v. 2, mai. 2018, p. 179-188.

RAMOS, Maurivan Güntzel; LIMA, Valdez Marina do Rosário; AMARAL-ROSA, Marcelo Prado. Contribuições do software IRAMUTEQ para a Análise Textual Discursiva. **Atas: 7º Congresso Ibero-Americano em Investigação Qualitativa**, 2018, p. 505-514.

REIS, Kleiton Luiz Nascimento; BALDESSAR, Maria José. Jornalismo nas mídias sociais: ainda em busca de um modelo econômico. **Comunicação & Informação**. Goiânia, v. 25, p. 374-390, 2022.

REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo**. Série Jornalismo a Rigor. V. 15. Florianópolis: Insular, 2019.

RIBEIRO, Andressa Dembogurski. A disputa de Fernando Haddad e Jair Bolsonaro à presidência do Brasil em 2018: Análise Argumentativa Persuasiva das estratégias discursivas no Instagram. **Tese** (Doutorado em Comunicação), Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2020, 282p.

RIBEIRO, Djamila. **Lugar de fala**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.

RODRIGUES, Cristiano Magrini. Jornalismo e disputa pelo poder político sob a perspectiva da plataformização. In: PATRÍCIO, Edgard. **Transformações no mundo do trabalho do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2022, p. 268-290.

RODRIGUES, Cristiano Magrini. Enquadramentos jornalísticos do Governo Sartori: a seleção das fontes em Zero Hora. **Dissertação** (Mestrado em Comunicação), Programa de

Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2017, 129p.

ROXO, Luciana. Os desafios do jornalismo profissional no século XXI – Jornalismo em rede, deslegitimação e desinformação. **ALCEU** (Rio de Janeiro, on-line), v. 22, n. 48, p. 33-63, set.-dez. 2022.

ROXO, Marco Antonio; MELO, Seane. Hiperjornalismo: uma visada sobre fake news a partir da autoridade jornalística. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-19, setembro, outubro, novembro e dezembro de 2018.

SALVIATI, Maria Elisabeth. **Manual do Aplicativo Iramuteq (versão 0.7 Alpha 2 e R 3.2.3)**. Planaltina, 2017. Disponível em: <<http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/manual-do-aplicativo-iramuteq-par-maria-elisabeth-salviati>>.

SANTIAGO, Silviano. A explosiva exteriorização do saber. *Jornal do Brasil*, 30 jun. 1990. In: LYOTARD, Jean-François. **A Condição Pós-Moderna** (Posfácio). 19 ed. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 2020.

SANTOS, Ébida; GUAZINA, Liziane Soares. Qualidade no Jornalismo: percursos estrangeiros, problemas brasileiros. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 17, nº 1, jan-jun. 2020, p. 32-42.

SARDINHA, Tony Beber. Linguística de Corpus: histórico e problemática. **DELTA**. Vol. 16, n. 2, 2000, p. 323-367. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-44502000000200005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-44502000000200005&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 30 jul 2022.

SARTOR, Basílio Alberto. *Jornalismo e Comunicação Organizacional em diálogo: Imagens-conceito da assessoria de imprensa e interações entre fontes, assessores e jornalistas*. **Dissertação de mestrado**. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

SCHNEIDER, Marco; VALENTE, Jonas. Apresentação do dossiê temático. **Revista Eptic** (Dossiê temático : Economia Política da Desinformação), vol. 23, n. 1, p. 86-90, jan-abr., 2021.

SILVA, Joscimar. Lideranças políticas digitais, cultura política e desinformação. In: PANKE, Luciana; AZEVEDO JÚNIOR, Aryovaldo de Castro (orgs). **Eleições, propaganda e Desinformação**. Campina Grande: Eduepb, 2022.

SOMMA, Nicolás. Participação cidadã e ativismo digital na América Latina. In: SORJ, Bernardo; FAUSTO, Sergio. **Internet e mobilizações sociais** : transformações do espaço público e da sociedade civil. São Paulo: Edições Plataforma Democrática, 2015.

SORJ, Bernardo. On-line / off-line: a nova onda da sociedade civil e a transformação da esfera pública. In: SORJ, Bernardo; FAUSTO, Sergio. **Internet e mobilizações sociais** : transformações do espaço público e da sociedade civil. São Paulo: Edições Plataforma Democrática, 2015.

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. A dialética da crise do jornalismo: o sociometabolismo do capital e seus limites estruturais. *Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 41, n. 2, maio-ago 2018.

TANDOC Jr., Edson C.; LIM, Zheng; LING, Richard. Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2017.

TAVARES, Camilla Quesada. A crise do modelo tradicional de jornalismo: Reconfiguração da prática profissional na redação da Gazeta do Povo. **Tese de doutorado**. Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

TAVARES, Camilla Quesada; XAVIER, Cintia; PONTES, Felipe Simões. Os jornalistas brasileiros em contextos de crises: Uma análise das trajetórias profissionais de 2012 a 2017. **E-Compós**, v. 24, jan-dez, 2021, p. 1-24.

TEITELBAUM, Benjamin R. **Guerra pela eternidade** : O retorno do Tradicionalismo e a ascensão da direita populista. Campinas: Editora da Unicamp, 2020.

TESICH, Steve. A Government Of Lies. **The Nation**. Jan. 1992, p. 6-13. Disponível em: <<https://www.thefreelibrary.com/A+government+of+lies.-a011665982>>. The Free Library, 2014. Acesso em 17 jul. 2020.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2009.

TRAQUINA, N. As notícias. In: TRAQUINA, N. **Jornalismo – questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

TRÄSEL, Marcelo; LISBOA, Silvia; VINCIPROVA, Giulia Reis. Pós-verdade e confiança no jornalismo : uma análise de indicadores de credibilidade em veículos brasileiros. **Brazilian journalism research**, v. 15, n. 3, dez. 2019, Brasília: SBPJor, p. 476-497.

UM BRASIL. **Pós-verdade na era da informação, por Alexis Wichowski**. 2017. Disponível em: <<https://is.gd/1Ec8m2>>. Acesso em 22 de fev. 2021.

U. S. BUREAU OF LABOR STATISTICS. **Reporters, Correspondents, and Broadcast News Analysts** (Job Outlook), 9 de abr. 2021. Disponível em: <<https://www.bls.gov/ooh/media-and-communication/reporters-correspondents-and-broadcast-news-analysts.htm>>. Acesso em 26 de jul. 2021.

VAN DIJK, Teun A. Ideology and discourse analysis. **Journal of Political Ideologies** 11(2), 2006, p. 115-140.

VAN DIJK, Teun A. Racism and argumentation: ‘Race Riot’ rhetoric in tabloid editorials. In: VAN EEMEREN, F. H.; GROOTENDORST, R.; BLAIR, J. A. et al. (eds). **Argumentation Illuminated**. Dordrecht: Floris, 1992, p. 242-259.

VAN DIJK, Teun. **Opinions and ideologies in the press**, 1998.

VENTURINI, Tommaso; JACOMY, Mathieu; BOUNEGRU, Liliana; GRAY, Jonathan. Exploração visual de redes para jornalistas de dados. In: Métodos Digitais : **Teoria-prática-crítica**. Lisboa, Portugal: ICNOVA, 2019, p. 99-119.

VENTURINI, Tommaso; MUNK, Anders; JACOMY, Mathieu. Ator-rede *versus* Análise de Redes *versus* Redes Digitais: falamos das mesmas redes? **Galáxia**, São Paulo (on-line), n. 38, mai-ago., 2018, p. 5-27.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, issue 6380, p. 1146-1151, 9 mar. 2018.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder** : Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

YUAN, Elaine J.; FENG, Miao; DANOWSKI, James A. “Privacy” in Semantic Networks on Chinese Social Media: The Case of Sina Weibo. **Journal of Communication**, 2013.

ZAFRILLA, Pedro Jesús Pérez. El tribalismo digital, entre la furia y la farsa: pincemos la burbuja de la polarización artificial en internet. **Opinião Pública**. Campinas, vol. 28, n. 1, p. 33-61, jan-abr, 2022.

ZARZALEJOS, José Antonio. Comunicação, jornalismo e ‘fact-checking’. In: Uno: desenvolvendo ideias. **A era da pós-verdade** : realidade versus percepção. São Paulo: Llorente y Cuenca, mar. 2017, p. 11-13.



**APÊNDICE A – EDITORIAIS DE *FOLHA DE S.PAULO***

<b>Título</b>	<b>Data</b>
As boas intenções	27/01/2019
Lava jato em xeque	13/03/2019
Pouco conteúdo	30/03/2019
O Grande Censor	17/04/2019
Chocolate e guarda-chuva	01/06/2019
Disputa virtual	19/06/2019
Armas de Trump	22/06/2019
Alerta do sarampo	01/07/2019
Ciência nas sombras	02/07/2019
Más intenções	15/07/2019
Fumaça ideológica	02/08/2019
Abaixar o fogo	24/08/2019
A razão calcinada	28/08/2019
Sarampo mata	31/08/2019
Vetos que caem	26/09/2019
O alvo da CPI	28/10/2019
O método	03/11/2019
O pior pode vir	06/11/2019
Bad news	22/11/2019
Nunca esquecer	27/01/2020
O método	13/02/2020
Censura envergonhada	13/02/2020
Incontinência verbal	14/02/2020
Pandemia sem pânico	26/02/2020
Telemedicina já	18/03/2020
Na crise, notícias	27/03/2020
Procura-se estadista	02/04/2020
O subalterno	05/04/2020
Preservar a PF	25/04/2020
Aparelho familiar	28/04/2020
E daí?	02/05/2020
Sujos e mal lavados	27/05/2020
Livre expressão	30/05/2020
Nau sem rumo	05/06/2020
Rastros bolsonaristas	17/06/2020
O fator Queiroz	19/06/2020
Aceno ao STF	22/06/2020
Alvo errado	01/07/2020

Autores de fake news	09/07/2020
STF sob Fux	24/07/2020
Censório e ineficaz	27/07/2020
Pelos fundos	30/07/2020
Bolsonaro em alta	13/08/2020
Nome aos bois	15/08/2020
Confusão epidêmica	19/08/2020
Fantasia de presidente	22/09/2020
Primeiro round	30/09/2020
Chamas de setembro	03/10/2020
Drible na lei	09/10/2020
Repique paulista	17/11/2020
Toda informação	11/01/2021
Vacina informativa	29/01/2021
Vacine ou empobreça	30/01/2021
Epidemia autoritária	13/02/2021
caso de cassação	17/02/2021
Rede antissocial	27/02/2021
Entulho revirado	21/03/2021
Sandice impressa	16/05/2021
Inquérito sem fim	09/06/2021
Vacina sem lacuna	21/06/2021
O trigo e o joio	07/07/2021
O embusteiro	30/07/2021
Resposta vigorosa	03/08/2021
Cautela máxima	26/08/2021
Mais agir que falar	28/08/2021
Casuísmo digital	08/09/2021
Furor legislativo	12/09/2021
Para sua plateia	14/09/2021
O irresponsável	25/10/2021
Agitador silenciado	26/10/2021
Paralisia vacinal	14/12/2021
Ampliar o foco	19/12/2021
No escuro	11/01/2022
Agenda papal	15/01/2022
TSE versus Telegram	21/01/2022
Cobrar o passaporte	28/01/2022
Óbvio e necessário	31/01/2022
Ainda incipiente	09/02/2022
Vacinar as crianças	14/02/2022
Disque STF	16/02/2022
Contra fake news	18/02/2022

Aposta duvidosa	27/02/2022
Sinais trocados	16/03/2022
Ordem nas redes	18/03/2022
MEC paralelo	21/03/2022
Medida extrema	21/03/2022
Eleitor informado	26/03/2022
Dura sabatina	27/03/2022
Bravata golpista	01/04/2022
Apesar de Bolsonaro	18/04/2022
Urnas sem armas	12/05/2022
Robôs humanos	23/05/2022
Descuido vacinal	23/05/2022
Anticorpos eleitorais	15/06/2022
Rede companheira	18/06/2022
A queda do bufão	07/07/2022
Carta em dúvida	08/07/2022
Atacar as fake news	22/07/2022
Elas dão de ombros	08/08/2022
Recado a Bolsonaro	17/08/2022
Bolsonaro se move	18/08/2022
Demônios eleitorais	21/08/2022
Limites da Justiça	24/08/2022
O eleitor que julgue	25/08/2022
Influência letal	31/08/2022
A arma apontada	04/09/2022
Não à Carta	05/09/2022
Mais parcimônia	08/10/2022
Golpes baixos	11/10/2022
Outra conversa	17/10/2022
Censor eleitoral	21/10/2022

**APÊNDICE B – EDITORIAIS DE *O ESTADO DE S. PAULO***

<b>Título</b>	<b>Data</b>
Liberdade de imprensa	06/01/2019
Antídoto contra a desinformação	28/01/2019
A missão do 'Estado'	12/03/2019
O sigilo do STF	16/03/2019
Tempo perdido em Alcântara	16/03/2019
Procura-se um presidente	26/03/2019
O STF decreta censura	07/04/2019
Não é mera questão de etiqueta	14/04/2019
O governo e as redes sociais	15/04/2019
As redes sociais da Presidência	30/04/2019
A Justiça e as redes sociais	11/05/2019
Uma pauta inimiga das liberdades	22/05/2019
Populismo digital	18/06/2019
O esgarçamento do tecido social	21/07/2019
Informação e autonomia	22/07/2019
Rede de mentiras	12/08/2019
Desafio jornalístico	02/09/2019
O jornalismo e o Congresso	02/09/2019
A política e as redes sociais	06/09/2019
A importância do senso comum	23/09/2019
A garantia da democracia	27/09/2019
A responsabilidade das redes	14/10/2019
O ataque da desinformação	19/10/2019
O mal das notícias fabricadas	28/10/2019
Twitter na direção certa	01/11/2019
Mídias sociais e desinformação	02/11/2019
Redes de mentiras	05/11/2019
Ensaio autoritários	13/11/2019
A liberdade em declínio	22/11/2019
Liberdade em risco	30/12/2019
Bolsonaro e sua circunstância	18/01/2020
A imprensa e o direito de resposta	25/02/2020
Facebook em busca do autocontrole	29/02/2020
O estado da democracia	02/03/2020
A ruptura digital e a democracia	09/03/2020
Não é à toa que estamos onde estamos	12/03/2020
A CPMI das 'fake news'	15/03/2020
O dinheiro das 'fake news'	22/03/2020

O isolamento de Bolsonaro	27/03/2020
Vírus, informação e responsabilidade	28/03/2020
Ciência versus achismo	01/04/2020
O mesmo de sempre	02/04/2020
Vidas e empregos na mesma pauta	04/04/2020
A mentira e o Palácio	04/04/2020
Os robôs do presidente	06/04/2020
Opção pela vida	12/04/2020
A CPMI das 'fake news' continua	13/04/2020
A imprensa sob pressão	19/04/2020
Como nasce uma notícia falsa	03/05/2020
A necessária voz da sociedade	13/05/2020
A necessária voz da academia	15/05/2020
O Supremo reage ao arreganho	28/05/2020
A neutralidade da rede em perigo	01/06/2020
A necessária neutralidade da rede	04/06/2020
Manchando o Brasil e o agronegócio	05/06/2020
O engodo e o embuste na vida pública	06/06/2020
O Palácio das 'fake news'	07/06/2020
A lei e a liberdade	21/06/2020
Cerco ao discurso de ódio	30/06/2020
A resposta do Congresso às fake news	08/07/2020
A rede	10/07/2020
Prudência com as fake news	14/07/2020
O papel da AGU	29/07/2020
A subversão da realidade	02/09/2020
Verbas publicitárias	08/09/2020
Um longo trabalho de ajuste	28/09/2020
As eleições e as fake news	03/10/2020
As fontes da 'infodemia'	06/10/2020
Jornalismo marrom na era digital	04/11/2020
Uma sobra sobre a internet	05/11/2020
Um sistema eleitoral seguro	14/11/2020
Eleições, liberdade e internet	11/12/2020
Autoritarismo son novas vestes	03/01/2021
Selva de notícias	04/01/2021
Comunicar a verdade	31/01/2021
O Google do Cade	07/03/2021
Instabilidade institucional	31/03/2021
A recessão global da democracia	29/04/2021
O avanço das milícias digitais	14/06/2021
A desinformação e o retrocesso	14/06/2021
Os desafios do SUS	17/06/2021

A verdade nos libertará	26/06/2021
[sem título] Em junho, a CPI da pandemia...	02/08/2021
Da palavra à ação	04/08/2021
Indigência moral e cívica	16/08/2021
O bom combate à desinformação	24/08/2021
A reação dos adultos	27/08/2021
Eleições e fake news	01/09/2021
Inconstitucional, inepta e inoportuna	14/09/2021
O custo da informação confiável	22/09/2021
Devagar com o andar	01/10/2021
Sem jornalismo, não há paz	09/10/2021
Dois Brasis	15/10/2021
A previsível negação e o esperado escárnio	22/10/2021
A última de Bolsonaro	26/10/2021
Retrocesso na vacinação de crianças	18/11/2021
Todos contra a desinformação	03/12/2021
PF descobre o que todos já sabem	18/12/2021
A política precisa dos mais jovens	31/12/2021
Eleições, cidadania e 'fake news'	05/01/2022
A Europa contra os radicalismos	01/02/2022
TSE frustra os liberticidas	20/02/2022
Revolução digital pelo bem comum	13/03/2022
É preciso amadurecer o PL das Fake News	08/04/2022
Mentira não é 'outra versão' da história	18/04/2022
Presidentes que não governam	20/04/2022
CPMI das Fake News era necessária	25/04/2022
Eleições devem ser pacíficas	28/04/2022
O valor inestimável da imprensa livre	03/05/2022
A esperança não decepciona	13/05/2022
PIB puxado pelo avanço da vacinação	03/06/2022
Os frutos do Marco Civil da Internet	07/06/2022
Autoritários temem a imprensa livre	09/06/2022
Bolsonaro investe no tumulto	11/06/2022
A leniência das Big Techs no Brasil	30/06/2022
A enésima prova da lisura das urnas	15/07/2022
Bolsonaro desonra o Brasil	20/07/2022
Resposta vigorosa à ofensa de Bolsonaro	21/07/2022
Bolsonaro é considerado tóxico até por aliados	31/07/2022
Desinformação viceja na leniência	15/08/2022
Um valentão na Presidência	20/08/2022
Defesa da democracia deve respeitar a lei	25/08/2022
Vacinação a passos lentos	15/09/2022
O darwinismo social de Bolsonaro	16/09/2022

A dimensão da liberdade de expressão	26/09/2022
Desconfiança endêmica	09/10/2022
O teste de estresse da Justiça Eleitoral	11/10/2022
Abuso da liberdade de expressão	14/10/2022
TSE cai na arapuca do bolsonarismo	22/10/2022
Aula contra desinformação	14/11/2022
Liberdade de expressão não é vale-tudo	20/11/2022
A liberdade ameaçada pela desinformação	02/12/2022
O jornalismo profissional sobrevive	04/12/2022
Procurador-geral de quem?	17/12/2022
O limite da liberdade nas redes	24/12/2022

## APÊNDICE C – EDITORIAIS DE *O GLOBO*

<b>Título</b>	<b>Data</b>
Supremo tem seus limites institucionais	20/03/2019
Inquérito do STF atropela a lei e afeta a imagem da Corte	18/04/2019
Reaproximação entre Supremo e PGR é animadora	24/04/2019
Bolsonaro precisa dizer de que lado está	08/05/2019
Governos precisam rever estratégias para elevar índices de vacinação	16/05/2019
A política do confronto não pode continuar	29/08/2019
Na luta contra o sarampo, é preciso ir além das campanhas de vacinação	10/10/2019
Informação é essencial em epidemias	08/02/2020
Informação é vacina contra o pânico	29/02/2020
Acertada antecipação da vacina contra gripe	09/03/2020
Coronavírus é usado pelo autoritarismo	29/03/2020
Fake news contaminam as redes e prejudicam combate ao vírus	31/03/2020
TSE precisará ser ágil para vigiar as milícias digitais	11/04/2020
Explicação confusa de Bolsonaro reforça investigações	24/04/2020
Vídeo de Bolsonaro parece uma confissão	13/05/2020
Novas evidências do interesse de Bolsonaro na PF	19/05/2020
Bolsonaro constrói seu estelionato eleitoral	20/05/2020
Operação da PF testa ingerências de Bolsonaro	28/05/2020
Inaceitáveis pressões sobre o Supremo	29/05/2020
A busca por uma ampla defesa das instituições	02/06/2020
Bolsonaro reage ao Judiciário independente	18/06/2020
Bolsonaro deve se preocupar com o trabalho	20/06/2020
Chegam contas da destruição da Amazônia	24/06/2020
Crise no Facebook realça valores do jornalismo	03/07/2020
Problema do meio ambiente fica mais sério	09/07/2020
Deve-se rastrear o dinheiro público no 'gabinete do ódio'	10/07/2020
Editorial: Auditoria no Face pode ajudar lei das fake news	12/07/2020
Direitos são preservados na lei das fake news	14/07/2020
É grave a decisão de ocultar dados sobre a Covid-19	28/07/2020
Vídeo feito por sindicato de escolas deseduca ao criticar isolamento	30/07/2020
Projeto de lei das fake news é um avanço	05/08/2020
Caso de menina que sofreu abuso mostra dificuldade de cumprir a lei	18/08/2020
Proposta de 27 entidades aperfeiçoa lei das fake news	21/08/2020
Centenário da UFRJ reforça que é preciso apoiar a Ciência e as Artes	12/09/2020
Bolsonaro não ajuda o Brasil na ONU	23/09/2020
Projeto das fake news tem um bom início	02/10/2020
A responsabilidade das redes sociais na campanha americana	17/10/2020
Sabatina de Kassio precisa ser para valer	20/10/2020



Política das vacinas já produz estragos	31/10/2020
É preciso combater a desinformação bolsonarista sobre o voto eletrônico	01/12/2020
STF acerta ao impor vacina obrigatória	18/12/2020
É lamentável que juízes se prestem ao papel de censores	27/01/2021
Uma briga em que nenhum dos lados tem razão	14/02/2021
Reação do Facebook a nova lei na Austrália é infantil e nociva	21/02/2021
É preciso investigar os gastos do SUS com a compra de cloroquina	28/02/2021
Em defesa da plena liberdade de expressão	19/03/2021
Bolsonaro não pode regular redes sociais por decreto	23/05/2021
A rede de mentiras e desinformação no Palácio do Planalto	10/06/2021
O que liberdade de expressão quer dizer para o brasileiro	19/06/2021
Queda na expectativa de vida no Brasil não será revertida tão cedo	01/07/2021
Desmentidos a ameaças à eleição foram insuficientes	22/07/2021
Tribunais acertam ao combater desinformação com firmeza e rapidez	31/07/2021
Em defesa da urna eletrônica	08/08/2021
Decreto para proibir redes sociais de apagar posts é arbitrário e sem sentido	11/08/2021
Bolsonaro será alvo na Cúpula pela Democracia	15/08/2021
Comandante acerta ao preservar Exército da interferência política	17/08/2021
Cabe a Queiroga a responsabilidade por deter a Delta	20/08/2021
Desinformação eleitoral exige ação das redes sociais	22/08/2021
Setor produtivo deve firmar compromisso com a democracia	31/08/2021
Congresso precisa derrubar MP que restringe ação de redes sociais	08/09/2021
TSE faz bem em apertar o cerco contra mentiras sobre as eleições	14/09/2021
Facebook e Google devem remunerar conteúdo jornalístico de modo justo	22/09/2021
Cobaias humanas de cientistas inescrupulosos	24/09/2021
Brasil não pode tolerar retrocesso na vacinação	26/09/2021
A punição depois da CPI da Covid	03/10/2021
Apagão das redes sociais expõe os riscos do Facebook	06/10/2021
Supremo não tem dado trégua no combate à desinformação	23/10/2021
Redes sociais devem punir Bolsonaro, mas não bani-lo	27/10/2021
Os limites do combate do TSE à desinformação	09/11/2021
Anvisa deve ter independência para decidir sobre vacinação em crianças	11/11/2021
Proibir entrevista de Daniel Silveira foi um exagero	16/11/2021
É frustrante a omissão dos partidos nos testes das urnas eletrônicas	24/11/2021
Congresso precisa ser ágil e aprovar a PL das Fake News	09/12/2021
É inaceitável haver ingerência política nas instituições	10/12/2021
Investigação sobre desinformação eleitoral de Bolsonaro deve ir até o fim	18/12/2021
Manifestações bolsonaristas são reflexo de tendência internacional	24/12/2021
Queiroga frustrou esperança da gestão técnica na Saúde	24/12/2021
Censura judicial também se torna preocupante nos Estados Unidos	28/12/2021
Pesquisa que mostra forte adesão à vacinação infantil é animadora	15/01/2022
Mudança no WhatsApp é incoerente e inaceitável em pleno ano eleitoral	18/01/2022
Comportamento do Telegram é um deboche das leis	21/01/2022

Autoridades precisam investigar suspeita contra 'gabinete do ódio'	24/01/2022
Vacinação avança, mas índices são desiguais no país	30/01/2022
Supremo dá valioso recado ao país em ano eleitoral	03/02/2022
Governo federal precisa parar de boicotar a vacinação infantil	08/02/2022
Plataformas devem cumprir promessa de coibir a desinformação	15/02/2022
Congresso é melhor freio a intenções de Lula sobre a 'mídia'	17/02/2022
TSE fez bem em rejeitar acusação sem evidências	28/02/2022
Telegram só reagiu depois que o STF ameaçou suspender o serviço	02/03/2022
É preocupante a politização do Supremo	04/03/2022
Aprovação da PL das Fake News deve ter urgência	05/03/2022
País tem de aumentar cobertura das vacinas do calendário infantil	10/03/2022
Governo deve explicações sobre viagem de Carlos Bolsonaro à Rússia	16/03/2022
País precisa ampliar vacinação para evitar volta de doenças já controladas	23/03/2022
Se cumprir o que prometeu ao STF, Telegram se tornará um exemplo	23/03/2022
Expressão política de artistas impõe novo desafio ao TSE	29/03/2022
Alta rotatividade no MEC prejudica políticas públicas	31/03/2022
Congresso precisa imprimir urgência a PL das Fake News	02/04/2022
Vitória de Orbán na Hungria amplia recuo democrático	06/04/2022
Licença para mentir	07/04/2022
A absurda inversão de prioridades entre os deputados	08/04/2022
Combate à desinformação no Facebook ainda é incipiente	09/04/2022
PF precisa levar até o fim as investigações contra Jair Renan	22/04/2022
WhatsApp precisa resistir à investida de Jair Bolsonaro	25/04/2022
Controle do Twitter por Elon Musk desperta temores	26/04/2022
Site que atua no Brasil deve respeitar a Justiça brasileira	09/05/2022
TSE precisa coibir campanha antecipada	10/05/2022
Resposta do TSE a questões sobre urna expõe militares	11/05/2022
Governos precisam resolver problemas de logística na vacinação de crianças	16/05/2022
Governo usa projeto de internet por satélite de Musk para desinformar	24/05/2022
Ativismo do STF representa risco preocupante	15/06/2022
Confiança do Brasil na imprensa é antídoto contra desinformação	26/06/2022
Por que a reforma trabalhista de Temer deu certo	17/07/2022
Mentiras de Bolsonaro são atos de campanha	19/07/2022
Desinformação já campeia solta na campanha eleitoral	09/08/2022
Campanha eleitoral será teste de civilidade	17/08/2022
Governo tem de reagir ao assédio dos médicos pela indústria farmacêutica	22/08/2022
Debate evidencia limite de Bolsonaro no público feminino	29/08/2022
Rosa Weber assume STF em momento crítico	13/09/2022
Plataformas têm de disciplinar anúncios de candidatos	27/09/2022
STF precisa garantir que plataformas digitais respeitem a Justiça do Brasil	28/09/2022
TSE faz trabalho exemplar em defesa da urna eletrônica	30/09/2022
Tranquilidade da votação de domingo precisa se repetir no próximo dia 30	05/10/2022
TSE foi longe demais no combate à desinformação	11/10/2022

Não há justificativa para perseguição a pesquisas eleitorais	15/10/2022
Debate foi mais civilizado, não mais propositivo	18/10/2022
TSE precisa equilibrar o cerco a fake news e zelo pela liberdade de expressão	18/10/2022
TSE tem fracassado no combate à desinformação	21/10/2022
Bolsonaro não tem como se desvincular de Roberto Jefferson	24/10/2022
Leniência incentiva o assédio eleitoral nas empresas	26/10/2022
Vencedor terá de reunificar país dividido	29/10/2022
Autoridades precisam dar atenção à compra do Twitter por Musk	29/10/2022
Pronunciamento de Bolsonaro traz sensação de alívio	02/11/2022
Omissão de redes sociais lançou sobre TSE ônus de combater desinformação	05/11/2022
Nova cepa do coronavírus não traz motivo para pânico, só para vacinar-se	10/11/2022
Moraes acertou ao aplicar sanção contra o PL	25/11/2022
É preocupante o fracasso do Brasil nas metas de vacinação contra Covid	27/11/2022
Lei para combater a desinformação precisa melhorar	27/11/2022
Ação das redes sociais incentiva desinformação	08/12/2022
Governo já deveria ter começado a vacinar crianças de até quatro anos	17/12/2022
Suspensão de jornalistas revela limites da gestão de Musk no Twitter	20/12/2022
É urgente recuperar Programa Nacional de Imunizações	24/12/2022