

MESA
23 NOV
14H – 16H

FAKE NEWS, LINGUAGEM E POLÍTICA
Auditório da ADUNICAMP

RESUMO

**A PÓS-VERDADE NAS REDES SOCIAIS COMO RECURSO
DISCURSIVO PARA A MANIPULAÇÃO DE MASSA**

Istárlet Kétille Santos de Melo
Lilian Noemia

Este trabalho tem como objetivo apresentar as estratégias discursivas de manipulação (VAN DIJK, 2008) presentes na produção de fake news no período da eleição presidencial no Brasil em 2018. Para a justificação deste trabalho, parte-se da ideia de que o discurso é materializado através da linguagem, tendo a ideologia revelada na língua. Diante de tal afirmação, acreditamos ser necessário, então, analisar o discurso como objeto sócio-histórico e linguístico, para compreender o homem e a seu contexto histórico. Nesse sentido, busca-se entender o momento atual a partir do uso desenfreado da tecnologia como mediadora no processo de produção e recepção de discursos. A partir disso, analisar os discursos produzidos pela pós-verdade nas redes sociais e compreender quais recursos discursivos que possibilitam a proliferação de notícias falsas para a manutenção das relações de poder e manipulação de massa. Especificamente pretendemos investigar o advento da pós-verdade na sociedade atual e como esse acontecimento influencia as práticas discursivas na atualidade, analisar os discursos produzidos na rede social Facebook, sob o eixo da política, a partir da ótica da pós-verdade, no jogo da exposição das informações e identificar os elementos que revelam a manipulação nos discursos expostos na esfera das redes sociais e os recursos discursivos por trás das fake news, além de seus sujeitos-alvo. A presente pesquisa está inserida na perspectiva da Análise Crítica do Discurso. Nesse sentido, é realizada pelo viés metodológico qualitativo de análise. Dessa maneira, para trabalhar com as práticas discursivas nas mídias sociais, em razão do material para análise, foram coletados discursos da rede social Facebook, relacionados ao campo da política. Em razão de se trabalhar com o discurso produzido nas redes sociais, foi selecionado um corpus

geral, a partir dos dados coletados, e, em seguida, um corpus mais específico para ser exposto na análise deste trabalho. A partir disso, fez-se a identificação e seleção do material coletado, partindo da análise sobre os modelos mentais significativos dos dados para responder aos questionamentos e atender aos objetivos propostos pelo trabalho. Por conseguinte, para análise do corpus, foram adotadas como categoria de análise as “estratégias discursivas para análise do discurso manipulador”, traçadas por van Dijk (2008).

RESUMO

PODIA SER MAIS UMA FAKE NEWS: A VITÓRIA QUESTIONÁVEL, PORÉM LEGÍTIMA DE JAIR MESSIAS BOLSONARO

Ana Clara Teixeira da Silva (UFRJ)

O ano de 2018 foi marcado pela disputa presidencial entre os candidatos Jair Messias Bolsonaro do PSL e Fernando Haddad do PT, que muito influenciaram na atual polarização política brasileira. Diante deste cenário, proponho-me a verificar a trajetória de Bolsonaro nesta campanha em que mesmo sendo considerado um candidato misógino devido aos seus discursos ofensivos e de violência contra as mulheres, tornaria-se o único candidato capacitado a lutar por seus direitos. Essa inversão de como o candidato passou a ser visto pela maioria da população relaciona-se a muitas das Fake news veiculadas durante a campanha que pretendo observar. A virada a favor do candidato do PSL concentra-se, especialmente, na tentativa de deslegitimação do movimento #ELENAO, criado por um grupo de mulheres chamado “Mulheres contra Bolsonaro”, que levadas por um sentimento de esperança de não terem um representante como Bolsonaro no poder, foram às ruas para lutarem e serem ouvidas no ato de 29 de setembro. Com imagens do ato manipuladas, a fim de fortalecer as Fake News contra o movimento feminista, essas mulheres foram injustamente apontadas e acusadas de pervertidas e imorais pelas mídias e redes sociais. Nessas Fake News, os discursos e imagens propagados contra o movimento mobilizou, consequentemente, votos de eleitores e eleitoras que ainda não tinham um posicionamento quanto a quem iriam votar. Foi também em razão destas fake news que Jair Messias Bolsonaro teve sua popularidade elevada perante o público feminino desbancando

o número de eleitoras que lutavam pelo movimento #ELENAO. Para uma melhor compreensão das consequências do uso indiscriminado dessas Fake News alinho-me a visão de linguagem e de imagem como atos performativos (AUSTIN, 1962/1990) e a uma “performatividade política” (BUTLER, 2015) que nos convoca a pensar sobre a materialidade corpórea em assembleias públicas e virtuais. Em minha coleta de dados, contudo, faço uma etnografia de hashtags (Bonilla; Rosa, 2015) que tem como objetivo lançar olhar para o engajamento e ativismo online. Além disso, utilizarei dos aportes teóricos de indexicalidade e de entextualização (BLOMMAERT, 2005; BAUMAN e BRIGGS, 2006; COLLINS, 2011) para dar conta do entendimento do processo de construção de questões sócio-históricas presentes neste trabalho. Neste sentido, portanto, proponho-me a entender o papel das Fake News sobre o movimento #ELENAO (1) na polarização do campo político brasileiro, (2) na construção de identificação do eleitorado feminino e (3) na mobilização de afetos generalizados.

RESUMO

FAKE NEWS E ELEIÇÃO 2018: O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA OPINIÃO PELO PATHOS E O NASCIMENTO DAS AGÊNCIAS DE CHECAGEM PARA O GRANDE PÚBLICO

Lidiane Pedroso Gonçalves (PUC-SP)

Andreia Cunha (PUC-SP)

Daniela Barbosa (PUC-SP)

Este trabalho vincula-se à Análise do Discurso de linha francesa e debruça-se analiticamente sobre os quadros teóricos propostos por Charaudeau (2006, 2016) no que se refere aos discursos das mídias e suas repercussões como discursos públicos. Partimos da hipótese de que tais discursos angariam a opinião pública pelo pathos bem como pelo entrelaçamento dos fatos, sejam estes políticos, sociais, morais e jurídicos, de maneira a influenciar a sociedade em decisões que se constituem, conforme Charaudeau (2006), em discursos políticos. Partimos da premissa de que as Fake News analisadas resultaram em ações de comoção e medo que interferiram na opinião pública. Metodologicamente é um trabalho com procedimentos analíticos que objetivam verificar a interrelação dos fatos e a desmistificação deles pela agência de

checagem. Os resultados obtidos demonstram que as agências de checagem procuram trazer as opiniões menos pela comoção via pathos, mas pela lógica. Entretanto, no contexto das eleições de 2018, elas ainda eram ainda pouco conhecidas pelo grande público e, por isso, passaram a exercer maior influência – via conhecimento e consulta de conteúdos – na constituição da opinião pública após o período eleitoral.

RESUMO

FAKE NEWS E DEMOCRACIA: UM REGIME EM PERIGO

Barbara Cristina Gallardo (UNEMAT)

As Fake News se fortaleceram graças à capacidade dos algoritmos de ‘ler’ as pessoas por meio do cruzamento de dados de suas práticas digitais. A estória do roubo de dados pessoais não parecia tão grave até que grandes corporações compraram esses dados e passaram a influenciar as práticas dos usuários, a partir do estudo dessas práticas, reveladoras de tendências ideológicas, afetivas, etc. que indicam uma inclinação para para aceitar determinados pontos de vista e ‘verdades fabricadas’. Neste trabalho, apresentamos duas Fake News que foram espalhadas durante a campanha presidencial brasileira de 2018 e analisamos as respostas dos distribuidores dessas notícias quando questionados sobre a credibilidade dos fatos apresentados. Exploramos os recursos da repetição, capazes de criar um ritmo de coerência, rumo ‘à naturalização; o apagamento da realidade e a intolerância a pontos de vista diferentes. Os resultados indicam o enraizamento do conceito de ‘pós-verdade’ na sociedade, fruto do desenvolvimento de estratégias que disseminam Fake News e que, como consequência, podem provocar, de forma velada, um deficit democrático sem precedentes.

RESUMO

CAMPANHA ELEITORAL E MENSAGENS VIRTUAIS: MAIS VÍCIOS OU VIRTUDES?

Gisele Azevedo Rodrigues (UnB)

A democratização do acesso à informação, trazida pelo avanço das tecnologias na comunicação de massa, na interação a distância

e no compartilhamento instantâneo de conteúdos, provocou mudanças no paradigma da comunicação humana que podem, paradoxalmente, colocar em xeque alguns pressupostos da própria democracia. Atenta a esse fenômeno, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) define a Alfabetização Midiática e Informacional (AMI) como condição primordial para o acesso igualitário à informação e ao conhecimento, bem como para a existência de sistemas de mídia e informação livres, independentes e plurais. Na Proclamação de Alexandria, firmada em 2005, a organização descreve a AMI como um direito humano fundamental, sem o qual não há inclusão social efetiva. Nesse sentido, conclama os diferentes governos a implementar políticas públicas que possam promover, em ambientes de educação continuada, competências informacionais que permitam aos indivíduos reconhecer as reais necessidades de informação; avaliar, aplicar e criar informações nos diferentes contextos culturais e sociais; e aprimorar a sua capacidade interpretativa. Colocada no cerne da liberdade de expressão e informação, a AMI deve, segundo a Unesco, empoderar o cidadão a compreender a função dos provedores de informação, a avaliar criticamente os conteúdos veiculados e a tomar decisões de forma autônoma, como usuário ou como produtor da informação.

A menção, pela Unesco, à necessidade de se garantir aos indivíduos a contínua aprendizagem de competências midiáticas e informacionais demonstra a preocupação de que governos e instituições possam assegurar a livre circulação de informações e, ao mesmo tempo, o acesso a informações verdadeiras e contextualizadas. Nesse cenário, o fenômeno de proliferação em escala das chamadas notícias falsas, conhecidas como “fakenews”, apresenta-se como desafio premente, na medida em que a democratização do acesso à informação não necessariamente chega acompanhada do que se pode chamar de qualidade da informação. É a mesma Unesco que alerta para o problema quando afirma que o jornalismo, enquanto atividade cuja missão precípua é a de informar, tem sido colocado em risco por uma “desordem

informacional”. Em 1967, Hannah Arendt já chamava a atenção para o assunto, ao dizer que a substituição generalizada da verdade dos fatos por mentiras pode provocar “um processo de destruição do sentido diante do qual nos orientamos no mundo real”.

Considerando o entendimento da Unesco de que as notícias falsas ou “fakenews” devem ser rotuladas preferencialmente como “campanhas de desinformação”, dado o seu reduzido ou inexistente caráter informativo e noticioso, este trabalho busca identificar, no cenário da campanha presidencial brasileira de 2018, quais foram as estratégias linguísticas mais recorrentes na construção de narrativas criadas ou veiculadas com a finalidade de prejudicar adversários, ao se apresentarem parcial ou inteiramente desprovidas de informações verdadeiras. Como objeto de pesquisa, serão consideradas as mensagens que obtiveram maior volume de compartilhamento em grupos públicos do aplicativo WhatsApp entre os dias 20 e 27 de outubro, de acordo com o trabalho de mineração realizado por pesquisadores de laboratórios de monitoramento de dados de algumas universidades do país.

Baseado no arcabouço teórico da Análise do Discurso Crítica (ADC), especialmente no que postulam Norman Fairclough e Teun A. Van Dijk, o trabalho pretende analisar os elementos discursivos que configuraram desinformação a serviço da veiculação de ideologias e do reforço de identidades, exercendo papel significativo na estratégia de campanha dos candidatos. Como categorias de análise, serão considerados o léxico, a intertextualidade, a coerência, a agentividade, as pressuposições e os acarretamentos, entre outras sugeridas pelos dois autores.