

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA  
NÚCLEO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
MESTRADO ACADÊMICO EM LETRAS

LIVIA SAMILA DE OLIVEIRA PINTO

ANÁLISE DE LINGUAGEM E UMA INTERPRETAÇÃO DE ARGUMENTOS:  
COMENTÁRIOS DE POSTAGENS EM MÍDIAS SOCIAIS

Em Porto Velho, a 30 de outubro de 2023.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA  
NÚCLEO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
MESTRADO ACADÊMICO EM LETRAS

LÍVIA SAMILA DE OLIVEIRA PINTO

ANÁLISE DE LINGUAGEM E UMA INTERPRETAÇÃO DE ARGUMENTOS:  
COMENTÁRIOS DE POSTAGENS EM MÍDIAS SOCIAIS

Dissertação apresentada ao Mestrado Acadêmico em Letras, como exigência parcial para a obtenção do título de MESTRE EM LETRAS pela Universidade Federal de Rondônia.

Orientador: Professor Dr. Júlio César Barreto Rocha

Em Porto Velho, a 30 de outubro de 2023.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Catalogação da Publicação na Fonte  
Fundação Universidade Federal de Rondônia - UNIR

---

P659a Pinto, Livia Samila de Oliveira.  
Análise de linguagem e uma interpretação de argumentos: comentários de postagens em mídias sociais / Livia Samila de Oliveira Pinto. - Porto Velho, 2023.

101 f.: il.

Orientação: Prof. Dr. Júlio César Barreto Rocha.

Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação Mestrado Acadêmico em Letras.  
Fundação Universidade Federal de Rondônia.

1. Postagens públicas. 2. Redes sociais. 3. Fake news. I. Rocha, Júlio César Barreto. II. Título.

Biblioteca Central

CDU 808(043.3)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA  
MESTRADO EM LETRAS

### LISTA DE VERIFICAÇÃO

**LIVIA SAMILA DE OLIVEIRA PINTO**

#### COMENTÁRIOS DE POSTAGENS PÚBLICAS NAS MÍDIAS SOCIAIS

Dissertação apresentada em 30 de agosto de 2023 ao Programa de Pós-Graduação Mestrado em Letras (PPGML) da Fundação Universidade Federal de Rondônia (UNIR) como um dos requisitos para a obtenção do Título de Mestre em Letras e aprovada em sua forma final pela banca examinadora constituída pelos docentes:

#### BANCA EXAMINADORA

Professor Dr. Júlio César Barreto Rocha (Universidade Federal de Rondônia, presidente e orientador)

Professora Dra. Geane Valesca da Cunha Klein (Universidade Federal de Rondônia, membra interna)

Professora Dra. Reny Gomes Maldonado (Universidade Federal de Rondônia, membra externa)

Professor Dr. Jefferson Gustavo dos Santos Campos (Universidade Federal de Rondônia, membro suplente)

Professora Dra. Patrícia Helena dos Santos Carneiro (Universidade Federal de Rondônia, coorientadora)



Documento assinado eletronicamente por **GEANE VALESKA DA CUNHA KLEIN, Docente**, em 11/09/2023, às 15:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **JULIO CESAR BARRETO ROCHA, Presidente da Comissão**, em 12/09/2023, às 11:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **JEFFERSON GUSTAVO DOS SANTOS CAMPOS, Docente**, em 12/09/2023, às 12:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **RENY GOMES MALDONADO, Docente**, em 31/01/2024, às 11:47, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **PATRICIA HELENA DOS SANTOS CARNEIRO, Docente**, em 31/01/2024, às 11:48, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.unir.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.unir.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **1465864** e o código CRC **9C223FAD**.

À Laura e ao Gabriel que me ensinaram que após os filhos não há morte para os sonhos, e sim justificativas para a realização deles.

## AGRADECIMENTOS

Toda minha gratidão a Deus por me proporcionar vivenciar os maiores sonhos e privilégios desta vida;

Agradeço à minha querida mãe, Vânia, por desde sempre ser meu apoio, meu consolo, minha força, minha proteção; se eu sigo tentando é porque vejo na senhora exemplo de perseverança e fé, obrigada por tudo e que eu sempre tenha algo para orgulhar a senhora e ao pai que tive, Gaspar.

Aos meus irmãos, Ciro, Hugo e Vanice, vocês abriram caminhos para mim, me guiaram e foram sempre porto seguro, sei que graças a vocês minha vida se tornou mais leve e confortável, vocês me inspiram a melhorar e sou grata por poder tê-los como irmãos.

Aos meus filhos, Laura e Gabriel, Deus foi muito generoso comigo quando me presenteou com a vida de vocês, desculpem as ausências, impaciências, raivas e brigas, desculpem por tantas vezes eu ter quisto desistir, se eu continuei foi por vocês, para que vocês um dia se lembrem de que mesmo com dificuldades precisamos ir até o fim. Vocês me dão força, ânimo, amor, nada na vida teria sentido sem vocês ao meu lado, cada sacrifício, cada luta é para poder proporcionar o melhor para vocês e juntos chegaremos longe, tenho certeza!

Aos meus amigos, Renata, Suzana, Luciana e Valterlei, meus companheiros de profissão, de lutas e batalhas que dividem comigo o ideal de que a educação e estudo são os únicos meios de mudar a vida de muitos, que vivem e se desdobram para dar o melhor. Obrigada pelo apoio e pela paciência durante toda essa jornada.

Agradeço ao meu orientador, Júlio Rocha, pela santa paciência comigo, pelas conversas, pelas inúmeras brigas, por aguentar meus choros, minhas reclamações, por não ter me permitido desistir. Aguentar-me não foi fácil, mas chegamos ao final e obrigada por tudo!

À doce e inteligente professora Patrícia Carneiro. Nunca conseguirei expressar a minha imensa gratidão por tudo que fez por mim, por me auxiliar, acompanhar, por enriquecer meus estudos, a senhora é admirável, é um lindo exemplo de docente, uma profissional que me estimula a ser igual. Obrigada por ter me aceitado e me guiado.

Aos meus colegas de mestrado, Álexy, Josiane e Sâmela, vocês foram fundamentais na minha jornada, obrigada pela amizade, pela troca de conhecimento e pela parceria.

E, por fim, à Universidade Federal de Rondônia pela oportunidade de ofertar um ensino gratuito e de qualidade, obrigada!

## COMENTÁRIOS DE POSTAGENS PÚBLICAS NAS MÍDIAS SOCIAIS

**RESUMO:** Esta pesquisa realiza uma análise de linguagem e uma interpretação de argumentos pesquisados em postagens públicas, recolhidas em mídias sociais a partir de projetos de pesquisa. Objetiva-se analisar, comentar e interpretar a linguagem de argumentos de postagens em mídias sociais pelo método hipotético-dedutivo, com aplicação de parâmetros da Filologia Política, de corte culturalista e interdisciplinar, segundo proposto por Rocha (2013). O advento das mídias digitais e a utilização em massa das redes sociais foi fruto cronológico da virada do século e determinado tecnologicamente durante a primeira década do milênio. A mistura entre a tecnologia e as eleições foi decisiva para a ampliação da difusão de postagens que trouxeram um aumento de (des)informação, principalmente no espaço político, com o crescimento das chamadas *fake news*. O estudo de postagens e das suas (des)informações demonstra que os discursos passaram a conter itens argumentativos de convencimento e de persuasão ao ponto de inverdades serem acreditadas como verdades absolutas. Além da difusão de notícias falsas, notou-se, ainda, o incremento de discursos de ódio, compartilhados por pessoas que passam a crer que ostentam uma visibilização de haver postura crítica rigorosa e consciente nessa atitude. Diante deste cenário, por meio de uma perspectiva política e cultural, propõe-se destacar a necessidade de centralizar o estudo no campo das Letras. A discussão sobre as notícias falsas alcança não apenas a dúvida sobre a veracidade das informações compartilhadas, mas favorece uma reflexão sobre o imperativo formal de estabelecer outros parâmetros de comportamento nas redes sociais.

**Palavras-chave:** Postagens públicas. Redes sociais. *Fake news*. Análise. Cultura.

## COMENTARIOS SOBRE PUBLICACIONES PÚBLICAS EN REDES SOCIALES

**RESUMEN:** Esta investigación realiza un análisis del lenguaje y una interpretación de argumentos investigados en publicaciones públicas, recogidos en redes sociales a partir de proyectos de investigación. El objetivo es analizar las publicaciones mediante el método hipotético-deductivo, aplicando parámetros de la Filología Política, culturalista e interdisciplinar, tal como propone Rocha (2013). El advenimiento de los medios digitales y el uso masivo de las redes sociales fue un resultado cronológico del cambio de siglo y tecnológicamente determinado durante la primera década del milenio. La mezcla entre tecnología y elecciones fue decisiva para la expansión de las publicaciones, que trajeron consigo un aumento de la (des)información, principalmente en el espacio político, con el crecimiento de las llamadas fake news. El estudio de las publicaciones y su (des)información demuestra que los discursos comenzaron a contener elementos argumentativos de convicción y persuasión hasta el punto de creer las falsedades como verdades absolutas. Además de la difusión de noticias falsas, también se ha producido un aumento de los discursos de odio, compartidos por personas que llegan a creer que exhiben una visión de que existe una postura crítica rigurosa y consciente en esta actitud. Ante este escenario, a través de una perspectiva política y cultural, se propone resaltar la necesidad de centralizar el estudio en el campo de las Filologías. La discusión sobre las fake news alcanza la duda sobre la veracidad de la información compartida, sino que también favorece una reflexión sobre el imperativo formal de establecer otros parámetros de comportamiento en las redes sociales.

**Palabras clave:** Posts públicos. Redes sociales. Fake news. Análisis. Cultura.



## COMMENTS ON PUBLIC POSTS ON SOCIAL MEDIA

**ABSTRACT:** This research performs a language analysis and an interpretation of arguments researched in public posts, collected in social media from research projects. The objective is to analyze posts using the hypothetical-deductive method, applying parameters of Political Philology, culturalist and interdisciplinary, as proposed by Rocha (2013). The advent of digital media and the mass use of social networks was a chronological result of the turn of the century and technologically determined during the first decade of the millennium. The mix between technology and elections was decisive for the expansion of the dissemination of posts that brought an increase in (mis)information, mainly in the political space, with the growth of so-called fake news. The study of posts and their (dis)information demonstrates that the speeches started to contain argumentative items of conviction and persuasion to the point of untruths being believed as absolute truths. In addition to the dissemination of false news, there has also been an increase in hate speech, shared by people who come to believe that they display a view that there is a rigorous and conscious critical stance in this attitude. Given this scenario, through a political and cultural perspective, it is proposed to highlight the need to centralize the study in the field of Literature. The discussion about fake news reaches not only the doubt about the veracity of the shared information, but also favors a reflection on the formal imperative of establishing other parameters of behavior in social networks.

**Keywords:** Public posts. Social media. fake news. Analysis. Culture.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O ecossistema da desinformação .....	50
Figura 2 – Mito da Caverna .....	65
Figura 3 – Platão .....	67
Figura 4 – Diálogo do presidente e a sua equipe .....	68
Figura 5 – Ódio contra indígenas .....	69
Figura 6 – Programa político anti-indígena .....	72
Figura 7 – A desqualificação odiosa contra o STF .....	73
Figura 8 – <i>Modus operandi</i> .....	74
Figura 9 – Frase de intenção educativa .....	75
Figura 10 – Frase de intenção educativa .....	76
Figura 11 – O empresário Zuckerberg censura Bolsonaro .....	77
Figura 12 – Proposta educativa .....	78
Figura 13 – Filosofia educativa .....	79

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	14
<b>SEÇÃO I- REDES, MÍDIA E DESINFORMAÇÃO NA ERA DA HIPERMODERNIDADE</b> .....	17
1.1 Aproximação aos conceitos de Redes, Mídias e Desinformação .....	17
1.2 Desinformação e notícias tendenciosas .....	23
1.3 As novas ferramentas da hipermodernidade .....	25
1.4 Como chegamos à desinformação.....	28
<b>SEÇÃO II- MÍDIAS SOCIAIS, PESSOAS EM REDE E CAMPANHAS POLÍTICAS</b> .....	31
2.1 As transformações da tecnologia e sua influência na dinâmica da sociedade	31
2.2 Redes sociais.....	34
2.3 Pessoas em redes sociais.....	37
2.4 As campanhas políticas: O uso das mídias sociais nas eleições dos Estados Unidos .....	39
2.5 As campanhas políticas nas eleições do no Brasil no ano de 2018 .....	42
<b>SEÇÃO III- A SOCIEDADE DO COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES</b> .....	45
3.1 O Compartilhamento de informações .....	46
3.2 <i>Fake news</i> : postagens .....	47
3.3 Realidade versus alienação .....	49
3.4 O alto consumo de <i>fake news</i> .....	52
3.5 O excesso de informação e os limites de leitura .....	55
<b>SEÇÃO IV: UM MODELO DE ANÁLISE DE ALGUMAS POSTAGENS PÚBLICAS</b> .....	59
4.1 Argumentação e Lógica na base do convencimento ou da persuasão .....	59
4.2 Análise de Postagens públicas .....	62
4.2.1 Negação da realidade .....	64
4.2.2 Discursos de ódio .....	68
4.2.3 Negacionismo e Veracidade .....	73
4.2.4 Desinformação .....	75
4.3 Como as redes sociais alteram o percurso das informações .....	78
4.4 O valor verdade e a veracidade dos fatos informados .....	79
4.5 Como funcionam algumas postagens públicas .....	81
<b>SEÇÃO V- O CENTRAMENTO NA LINGUAGEM PARA O COMBATE ÀS <i>FAKE NEWS</i></b> .....	82
5.1 O centramento na linguagem no estudo das <i>fake news</i> .....	82
5.2 A necessária formação docente para o combate às <i>fake news</i> .....	85
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	89

REFERÊNCIAS .....	92
-------------------	----

ANEXO: Linguagem e Argumentação na Lógica da Hipermodernidade (PVN530-2021, renovado em 2022 e 2023)

## INTRODUÇÃO

Esta pesquisa realiza uma análise do emprego de linguagem e uma interpretação de argumentos pesquisados em postagens públicas, recolhidas em mídias sociais a partir de projetos de pesquisa sobre esta temática.

O assunto da pesquisa ainda é um assunto complexo que envolve o sujeito com suas próprias concepções, mas que precisa ser responsável pelo que pratica e consome nas redes sociais, por isso, a motivação para esta pesquisa surgiu com a preocupação com as postagens nas redes sociais e da maneira de como pessoas se comportam.

Então, como profissional da educação, tendo sido formada em Letras Português pela Universidade Federal de Rondônia em 2009, com experiência como professora do Ensino Fundamental da Rede Estadual de Rondônia desde 2017 e atualmente exercendo a função de Revisora Legislativa na Casa Civil de Rondônia, continuo enxergando o aluno como um ser social, que precisa de auxílio, principalmente quanto aos seus comportamentos nas redes, e vejo como de suma importância a contribuição do professor para a formação crítica e social do aluno quanto ao uso e difusão de notícias dentro dos ambientes virtuais. Assim, a partir da minha profissão, preocupou-me a formação crítica digital desses discentes e decidi empreender esforços para traçar uma abordagem das mídias sociais levando em consideração a minha área de formação.

O norteamento teórico da pesquisa vem de Eagleton, visando compreender a vertente culturalista. Lipovetsky forneceu aporte sobre a perspectiva hipermoderna. A pesquisa é de cunho bibliográfico, com acesso prévio a pesquisas de PIBIC, vinculados ao tema das *fake news*, com o manuseio de fontes digitais advindas de consulta ao Facebook e ao WhatsApp, sobretudo. Uma base primeira desta pesquisa proveio da pesquisa “Origens Próximas e Longínquas da Lógica da Hipermodernidade”, desenvolvido por Rocha & Carneiro no ciclo do PIBIC dos anos 2019-2020, na UNIR. Após a leitura e a seleção de postagens, foi analisado o material considerando-se três aspectos: 1) Contexto político das postagens; 2) Aspectos culturais; e 3) Argumentações usadas nas postagens. Houve a necessidade de compreender o contexto tecnológico da sociedade contemporânea e o uso de termos incorporados à língua portuguesa, relacionados ao mundo da rede digital e das mídias sociais.

O envolvimento com o tema da pesquisa inicia-se com a análise sobre como o ambiente virtual é um espaço de diversão e divergências, ao passo que temos inúmeras vantagens e coisas

boas, vemos também hostilidades e malefícios causados pela falta de diálogos e até responsabilidade, cujas pessoas deixam as opiniões individuais ultrapassarem o bom senso coletivo.

Trazendo a colaboração de trabalhos realizados em uma sequência de três projetos de pesquisa acadêmica, deixada a íntegra ao final como anexos, esta dissertação está dividida em cinco partes, com natureza original própria: A primeira Seção, intitulada “Redes, Mídia e Desinformação Na Era Da Hipermodernidade” faz levantamentos sobre como a divulgação de notícias duvidosas em postagens, compartilhadas sem responsabilidade, ocasionadas pelo advento das redes sociais, levam a sociedade à desinformação, além de um levantamento sobre as novas ferramentas hipermodernas.

Nesta seção temos como fundamentação teórica principal March Bloc que fundamenta sobre a circulação de notícias falsas, afirmando que não é um fenômeno novo e está presente ao longo da história. E Lipovetsky afirmando que a era pós-moderna foi substituída pela hipermodernidade, o qual corrobora sobre o atual momento em que a sociedade está envolta no hiper, voltada para a rapidez dos tempos, para a agilidade.

Na segunda Seção, chamada “Mídias Sociais, Pessoas em Rede e Campanha Política”, mostramos a importância da tecnologia com sua rapidez e eficiência para a celeridade na divulgação de notícias e para a interação entre pessoas, realçando a relação através das mídias sociais e como as redes podem auxiliar ou atrapalhar nas opiniões e resultados políticos.

A teoria da seção II foi baseada nos estudos de Carr, cujo autor cita as influências da tecnologia em nossa vida, mostrando como ela influencia no modo de pensar e agir da sociedade atual e como ela se tornou um norteamento da definição de nossa cultura. Ao falar de cultura, usamos a base teórica de Eagleton que explica que a cultura pode ser definida como uma dinâmica com crescimento natural, na vivência de cada comunidade.

Denominada “A Sociedade do Compartilhamento De Informações” na terceira seção refletimos sobre como se dão as relações entre as pessoas nas redes sociais, discorrendo sobre os males que postagens com *fake news* trazem à sociedade, além de considerações sobre o que é realidade e alienação diante de notícias que comprometem o bem-estar e harmonia social e, por fim, ressaltamos os prejuízos que o excesso de informações e estímulos causam à memórias e à concentração. Para embasarmos sobre a liberdade na criação e na produção de conteúdo falso para as redes sociais, utilizamos os estudos de Santaella e de Kakutani.

Na Seção IV, “Um modelo de análise de algumas postagens públicas”, exploramos uma seleção de postagens públicas analisando os discursos, seus objetivos e enfatizando a maneira como eles podem alterar o entendimento da sociedade, ressaltamos o avançar da tecnologia,

análises sobre como funciona o trabalho de manipulação de notícias para o resultado de decisões sociais, além de estudos sobre convencimento e persuasão, para embasamento teórico nesse assunto, utilizamos os fundamentos de Perelman e Breton sobre os discursos e como ele é direcionado a um público cujo intuito é de convencer.

Por fim, a última Seção chamada “O centramento na Linguagem para o combate às *fake news*” traz a descrição de uma busca social em direção à erradicação dos discursos de ódio e de desinformação por meio de plataformas digitais de detecção de *fake news* e de identificação das empresas que as nutrem porque se valem do discurso mentiroso e odiento para atrair clientela à publicidade monetizada.

Utilizamos como teoria para esta seção os discursos de Geraldi e seu olhar sobre o intuito da linguagem e as nuances dela, o autor nos embasou com a fundamentação de que para tudo que se tem a dizer existe sempre uma expressão adequada disponível, além de Freire com seus discursos acerca da importância que existe ao investir na formação docente, pois por meio desse investimento podemos construir uma sociedade mais informada e crítica à desinformação.

## **SEÇÃO I- REDES, MÍDIA E DESINFORMAÇÃO NA ERA DA HIPERMODERNIDADE**

Esta Seção I aborda temas relacionados a redes, mídia e desinformação na era da hipermodernidade. A hipermodernidade refere-se a um momento caracterizado por uma intensificação e aceleração da vida social e cultural, impulsionada pelo avanço da tecnologia e da globalização. Nesta era, as redes sociais e a mídia digital desempenham um papel importante na disseminação de informação e na formação da opinião pública. Entretanto, essa interconectividade também trouxe consigo desafio significativo, como o aumento da desinformação e da propagação de notícias falsas, por isso, é oportuno detalhar a importância sobre conceitos que envolvem o processo de desinformação e tecnologia.

### **1.1 Aproximação aos conceitos de Redes, Mídias e Desinformação**

Partiremos da ideia de que é preciso conceituar as palavras mais recorrentes neste estudo para nos aproximarmos com maior precisão do objeto de pesquisa. Assim, ao se falar de tecnologia se faz necessário conceituar alguns termos e palavras incorporados ao cotidiano da linguagem da sociedade midiática desde o Século XXI. Tais conceitos serão definidos ao longo do texto e trataremos de desenvolver os de redes, mídias e desinformação a fim de explorar o melhor entendimento acerca desses assuntos que permeiam o texto.

A sociedade global – e nesta compreendida como a sociedade brasileira – atual vê como sendo de grande importância o avanço dos meios de comunicação no que diz respeito à capacidade de difusão de conhecimento e a velocidade com que as informações são consumidas e compartilhadas em tempos de redes sociais. Não obstante a isso, há grande preocupação com a qualidade da informação, visto que uma representativa gama de notícia é produzida com o propósito de influenciar o consumidor das notícias publicadas nas redes sociais, seja por questões políticas ou interesses particulares. Assim, algumas notícias vêm carregadas de objetivos e intencionalidades, por vezes, contrárias a uma convivência no contexto da democracia gerando desinformação sobre o que é a verdade contribuindo para um impacto social derivado do mau uso das tecnologias e informações falsas.

É preciso registrar que a desinformação está intimamente ligada à valorização do compartilhamento de postagens e de notícias nas redes sociais e a rápida velocidade da propagação destas postagens. Assim, ao falar de desinformação é importante contextualizá-la e conceituá-la. Segundo Pinheiro, o conceito de desinformação pode ser encarado da seguinte maneira:



O conceito desinformação traz subjacente uma amplitude de significados e de utilização diversas. É empregado para definir a ausência de informação e o ruído informacional, ao mesmo tempo em que faz às vezes de dar sentido a informação manipulada para as amplas massas com o papel de manter sua alienação. Mas também é aplicado, sobretudo na ciência da informação. norte americana, para definir a informação manipulada com o propósito de enganar alguém, especialmente um adversário. Esta definição traria em si uma dimensão mais profunda que as demais, pois significaria que um ator interviria para distorcer a percepção de realidade do alvo de sua ação com vistas a se beneficiar de seu logro. Enfrentar um indivíduo ou aparato de Estado agindo para ludibriar representaria um acentuado grau de complexidade, se comparado com o encontro casual com dados corrompidos, ou mesmo a ignorância cultural (Pinheiro, 2014, p. 6).

Ou seja, a desinformação tem diversos significados que podem ser utilizados de variadas maneiras, estando diretamente ligado à informação, mas sobretudo à informação manipulada, com o intuito de enganar.

Seguindo o pensamento de Pinheiro, Rodriguez acrescenta:

Desinformar seria em consequência (através da manipulação de informações de forma voluntária, inequívoca e intencional), o resultado desejado de um processo que emprega truques específicos seja semânticos, técnicos, psicológicos; para enganar, desinformar, influir, persuadir ou controlar um objeto, geralmente com a fim de obter benefícios próprios ou para outros (Rodriguez, 2011, p.4).

Diante disso, percebe-se que o ato de desinformar vem carregado de intenções que levam a manipulação de uma informação. Essa manipulação pode ser intencional e gera o recebimento de algo errôneo, podendo assumir a forma da má fé e a forma da divulgação de notícias falsas, cujo objetivo é a transmissão de informação que satisfaça a necessidade de quem divulga. Desta maneira a desinformação se conformaria como descreve no nosso autor:

Nesta abordagem desinformação é considerada uma ação proposital para desinformar alguém, de maneira a enganá-lo. Assim, o aspecto subjetivo da ação, a aspiração de enganar outrem é parte determinante do conceito. Não existe desinformação sem o propósito do desinformador, bem como o objeto da ação, o desinformado (Pinheiro, 2014, p. 6).

Desinformar, portanto, é uma ação com o propósito de gerar resultado que enganam, persuadem com vistas a obter benefícios próprios e para os outros.

Sabemos que a circulação de notícias falsas não é um fenômeno novo, é algo que está presente ao longo da história, March Bloch escreveu no ensaio “Reflexões de um historiador” (1998) sobre as falsas notícias da guerra, texto originalmente escrito em francês e publicado em

um periódico científico muito conhecido na época, ele afirmava que “Falsos relatos houve que sublevaram multidões. As falsas notícias em toda a multiplicidade de suas formas – simples boatos, imposturas, lendas preenchem a vida da humanidade” (Bloch, 1998, p.179).

As inverdades parecem caminhar junto com a civilização humana, a criação e implantação de conteúdo sem embasamento a fim de induzir a opinião pública, estimular a dúvida e implantar uma nova noção de realidade impacta a vida pessoal e política de pessoas, não é incomum as pessoas usarem de discursos de valores, usarem de seus próprios preconceitos a fim de difundir uma notícia falaciosa. Bloch (1998) acrescenta:

Estas nascerão porventura muitas vezes de observações individuais inexatas ou de testemunhos imperfeitos, mas este acidente original não é tudo; na verdade, por si só, nada explica. O erro só se propaga, só se amplia, só vive com uma condição: encontrar na sociedade em que se difunde um caldo de cultura favorável. Nele, inconscientemente, as pessoas exprimem os seus preconceitos, os seus ódios, os seus medos, todas as suas emoções fortes. Apenas grandes estados de alma coletivos têm o poder de transformar uma má percepção numa lenda (Bloch, 1998, p.).

As informações desencontradas vivenciadas hoje precisam ser enfrentadas e refletidas sobre o que de fato é real e isso requer uma compreensão ampla de como funciona e como a difusão de conhecimentos pode ser prejudicada pelo fenômeno citado.

O mundo virtual muda às condições de produção e distribuição de conhecimento, a internet nos permite criar, compartilhar e abriu espaços para os criadores, para a publicidade, como afirma Maccedo:

A internet é um ambiente de criadores e publicadores. Alguns chamam o seu conteúdo de novo jornalismo; uma revolução que tem como base a publicação livre em canais como blogs e redes sociais. E não é preciso ter licença, pois na internet as pessoas comunicam o que bem entendem, de coisas supérfluas e descartáveis a pensamentos mais profundos e tocantes. A web tem essa característica democrática, onde todos podem dizer o que pensam, como querem, na hora que desejam (Maccedo, 2017, p. 14).

Mas será que tudo pode ser dito, escrito, publicado compartilhado? Nem tudo pode ser considerado liberdade de expressão, direito consolidado pela Constituição Federal brasileira, tido como um direito fundamental. Não podemos ser censurados, mas a procura por informações verídicas também nos deveria ser assegurada, dado que estamos vivenciando um período em que a desinformação está nos levando à ignorância. Assim, os movimentos de difusão de notícias falsas que acometem a sociedade impactam diretamente a democracia, o acesso ao conhecimento e os valores da sociedade.

A história da tecnologia é caracterizada por diversas revoluções que mudaram a maneira como vivemos e compreendemos o mundo. A palavra tecnologia vem do grego “*tekhne*” que

significa “técnica, arte, ofício” juntamente com “*logia*” que significa estudo, temos, então, por tecnologia o estudo de técnicas, arte ou ofício de aprimorar, melhorar objetivos a fim de facilitar a vida ou processos. Para Álvaro Vieira Pinto há diversas acepções sobre o termo tecnologia, destacam-se quatro, mas nos aprofundaremos no conceito a seguir:

Se a técnica configura um dado da realidade objetiva, um produto da percepção humana que retorna ao mundo em forma de ação, materializado em instrumentos e máquinas e entregue à transmissão cultural, compreende-se tenha obrigatoriamente de haver a ciência que abrange e explora dando em resultado um conjunto de formulações teóricas, recheadas de complexo e rico conteúdo epistemológico. Tal ciência deve ser chamada tecnologia (Pinto, 2005, p.221).

A tecnologia, nesse sentido, é uma prática do conjunto de instrumentos, técnicas e métodos que permitem a humanização e materialização dos estudos a fim de que se concretizem projetos e alcancem objetivos. Para ele, toda época é histórica e foi tecnológica, pois a humanidade é capaz de projetar e executar projetos para que seus planos se concretizem.

A humanidade se adapta ao meio. Álvaro Vieira Pinto afirma que o ser humano é um ser que vive na natureza e independente de como ele usa as tecnologias ele sempre se adaptará às novidades.

O homem é um ser destinado a viver necessariamente na natureza. Apenas, o que se entende por “natureza” em cada fase histórica corresponde a uma realidade diferente. Se no início era o mundo espontaneamente constituído, agora que o civilizado consegue cercar-se de produtos fabricados pela arte e pela ciência, serão estes que formarão para ele a nova “natureza” (Pinto, 2005, p. 37).

A tecnologia, seja ela qual for, será sempre capaz de estabelecer relações de convivência e maneiras de produzir a vida. A tecnologia funciona como mediação de produção que, conseqüentemente, impulsiona as relações sociais, sendo assim, as formas de nos relacionarmos sempre nos leva a conviver com os outros e com a natureza.

O avanço da tecnologia altera diversos setores e um deles é a comunicação que, por sua vez, já passou por diversos momentos. Novas formas de comunicação vão surgindo e novas maneiras de linguagens surgem em decorrência desse processo. No passado as mensagens demoravam dias para chegar ao destinatário, atualmente basta apenas alguns milésimos de segundo ou ela acontece instantaneamente. A sociedade está em constante transformação seja social, moral e até tecnológica.

A difusão de informações utilizou-se da comunicação para chegar ao seu destino, os recursos tecnológicos foram primordiais para o êxito, desde a escrita até a era da internet.

Segundo Dias:

A escrita trouxe uma nova perspectiva para a comunicação, já que, nas sociedades orais, seus participantes (emissor e receptor de mensagens) partilhavam do mesmo contexto, isto é, a comunicação ocorria, por meio da linguagem, no mesmo tempo e espaço em que ambos se encontravam (Dias, 1999, p.1).

A comunicação se dava basicamente através de memórias e ela acontecia entre emissor e receptor no mesmo tempo e espaço, não havia certeza se as histórias seriam a mesma após várias transmissões de uma pessoa para outra, com a chegada da escrita passou-se a ser possível o registro de relatos feitos em outras épocas e “a comunicação puramente escrita elimina a mediação humana no contexto que adaptava ou traduzia as mensagens vindas de outro tempo ou lugar” (Dias, 1999, p.1).

Com a invenção da imprensa e da tipografia por Gutemberg e a criação da Bíblia de Gutemberg vimos o crescimento da comunicação escrita, os textos e a sua difusão passaram por grandes mudanças e a quantidade de acessos a eles aumentou consideravelmente.

Passamos da era dos manuscritos para a era do papel impresso. A comunicação escrita e o modo de transmissão dos textos sofreram profundas mudanças com a imprensa. A quantidade de livros e cópias produzidos aumentou significativamente, e o leitor passou a ter maior acesso a teorias e conhecimentos, antes restritos aos mestres encarregados de interpretar os manuscritos e repassar seu conteúdo aos discípulos (Dias, 1999, p.2).

Dos livros chegamos ao avanço da Era da Eletricidade que apresentou novos meios de comunicação como o alfabeto Morse, o telégrafo, o rádio. Todos esses novos meios difundiram conhecimento e auxiliariam no tempo e na maneira de a comunicação acontecer. Sobre o assunto, Dias assevera que:

A partir do século XIX, muitos foram os avanços tecnológicos no ramo da eletricidade. Vários inventos começaram a influenciar a forma de comunicação da sociedade. Em 1837, o alfabeto foi digitalizado no código Morse e, nos anos subsequentes, ainda no século XIX, foram inventados o daguerreótipo, o telégrafo, a máquina de escrever, o fonógrafo, o telefone e o rádio (Dias, 1999, p.3).

O mundo se abre as novas evoluções e chega à era do computador e da internet. Temos acesso a todo tipo de notícias na palma de nossas mãos, “a tecnologia, especialmente os dispositivos móveis e a internet, está influenciando diversos aspectos da vida em sociedade” (Vilaça e Araújo, 2016, p.17).

O processo de transformação da comunicação da sociedade está estreitamente ligado ao desenvolvimento da tecnologia ao longo dos anos. Todo processo tecnológico vinculado às técnicas buscadas pelo ser humano é gerado da vontade humana em desenvolver-se e expandir controle e poder principalmente sobre a natureza.

Castells defende que sociedade atual é organizada através as redes e afirma que:

Rede é um conjunto de nós interconectados. Nó é o ponto no qual uma curva se entrecorta... a distância (física, social, econômica, política, cultural) para um determinado ponto ou posição varia entre zero (para qualquer nó da mesma rede) e infinito (para qualquer ponto externo à rede) (Castells, 1999, p.566).

Diante disso, percebemos que atualmente há novidades nas formas de nos comunicar, principalmente porque a internet nos proporcionou que a comunicação passasse a ser online e em tempo real. Tudo isso fez com que houvesse dualidades, ao mesmo tempo em que estamos recebendo informação, estamos também recebendo muita desinformação. A falta de filtro dentro da net e principalmente das redes sociais, não nos permite – antes de checar – saber se o que estamos consumindo é algo construtivo ou não. Carvalho declara que:

O cenário se alterou e se deteriorou de forma significativa. As redes sociais se converteram em um espaço marcado pela polarização e pelo extremismo, no qual o livre fluxo de comunicação é constantemente corrompido por ‘ruídos’ que, muitas vezes, obstam qualquer forma efetiva de diálogo e de entendimento (Carvalho, 2020, p. 175).

Esses ruídos citados por Carvalho causam uma avalanche de fatos desencontrados que confundem e alienam a população. Muitas pessoas sem terem dado o seu consentimento passam a alimentar-se de desinformação crendo que estão bebendo de fontes confiáveis, e acabam por produzir e compartilhar narrativas irreais.

Um dos principais meios de divulgação de informação se deu através das mídias sociais, que segundo o Dicionário-Guia das Redes Sociais são:

Mídias sociais são sistemas projetados para possibilitar a interação social com liberdade de comunicação e conteúdos a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos. Abrangem atividades que integram tecnologia, interação social e a construção de palavras, fotos, vídeos e áudios (Medeiros e Medeiros, 2017, p.103).

As mídias sociais são, então, plataformas e tecnologias que permitem às pessoas criar, compartilhar e trocar informações, ideias, conteúdos em mídias conteúdos e mídia em formatos variados. Isso inclui plataformas de compartilhamento de vídeos (como o YouTube), blogs, fóruns, wikis e até mesmo mensagens de texto ou aplicativos de mensagens instantâneas. A mídia social é caracterizada pela interação e colaboração dos usuários.

Em um conceito mais específico temos as redes sociais:

Redes sociais são estruturas compostas por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relação, que compartilham valores e objetivos comuns, porém com manifestações diferentes. Existem vários tipos de redes sociais como as redes de relacionamentos, redes profissionais, redes comunitárias, redes políticas, redes militares etc. O objetivo principal das redes é compartilhamento de informações (Medeiros e Medeiros, 2017, p.119).

As redes sociais são um tipo específico de plataforma de mídia social. Elas são construídas em torno de perfis de usuário e conexões entre esses perfis. As redes sociais permitem que as pessoas criem perfis pessoais ou profissionais, conectem-se com outras pessoas e interajam com elas por meio de recursos como mensagens, comentários, curtidas e compartilhamentos. Exemplos populares de redes sociais incluem o Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn.

Em resumo, as mídias sociais englobam as redes sociais. Na primeira tem-se como um canal de distribuição e veiculação de notícias, já a segunda são ambientes de relacionamento entre pessoas cujo espaço funciona para partilha, troca e criação de conteúdos de interesses em comum.

## 1.2 Desinformação e notícias tendenciosas

Nos anos 2000 acompanhamos o avanço tecnológico que proporcionou a expansão dos meios digitais e da internet, graças a eles foi possível observar a brusca mudança na comunicação entre as pessoas, diferente das décadas anteriores nas quais as mudanças de comunicação ocorriam mais demoradamente. Os primeiros anos do século XXI foram caracterizados por essas alterações que se tornaram fator decisivo para o impacto das diferentes formas de relações sociais e do encurtamento de tempo no recebimento das informações e da comunicação.

Na sociedade atual, também chamada de sociedade da informação, existe um maior fluxo de conteúdos circulando nas diferentes mídias e em tempo real. No entanto, apesar de uma maior democratização da informação nos tempos atuais, nem sempre as informações publicadas são construtivas e visam gerar conhecimento, tendo em vista que um dos fenômenos mais nocivos atualmente é a desinformação disseminada através de notícias falsas.

Lucia Santaella (2018) afirma que “Notícias falsas costumam ser definidas como notícias, histórias, boatos, fofocas ou rumores que são deliberadamente criados para ludibriar ou fornecer informações enganadoras” (Santaella, 2018, p.21). Assim, as notícias falsas têm o

objetivo de “influenciar as crenças das pessoas, manipulá-las politicamente ou causar confusões em prol de interesses escusos” (Santaella, 2018, p.21).

O fenômeno das notícias tendenciosas não é considerado novo. Ele já existia no tempo dos gregos e principalmente em momentos históricos cruciais para a humanidade. Santaella discorre sobre o assunto ao falar:

De fato, se a expressão significar a criação de informação falsa movida pelo propósito de enganar, o conceito está longe de ser novo. Basta pensar na longa história dos tabloides, das fofocas acerca da vida das celebridades, das táticas de estilo das revistas para fisgar seu público. Sabe-se também como as estratégias de sedução e persuasão da publicidade sempre funcionaram. Em quaisquer dos casos, são mensagens de forte apelo visual, cujas chamadas são tão inacreditáveis que se tornam irresistíveis. Nas redes, esses mesmos princípios continuam presentes (Santaella, 2018, p.21).

Nas redes sociais, a proliferação e disseminação vinculada ao compartilhamento em massa proporcionam um ambiente favorável para a difusão dessas notícias. Se antes as notícias em geral eram produzidas por fontes restritas, detentoras de conhecimentos e responsabilidades, hoje procedem das mais diferentes fontes, tornando difícil confiar nas fontes e na veracidade do que se transmite. E cita Santaella:

As notícias procedem das mais variadas e múltiplas fontes e, muitas vezes por falta de compreensão dos modos pelos quais as redes funcionam, ou por confusão diante do acúmulo de informações, torna-se mais difícil saber se as histórias ou as notícias são confiáveis ou não (Santaella, 2018, p.21).

Advindas de variadas fontes e com mais detalhes de informações, as notícias tendenciosas geram um oceano de desinformação causando incertezas e até certezas aos mais desavisados ou desinteressados em buscar a verdade do que se vê e lê. A sedução e o rebuscamento de tais notícias contribuem para que os desatentos caiam no golpe de acreditar em tudo que está ao seu alcance.

Observa-se que uma das ferramentas da desinformação é causar confusão. Michiko Kakutani (2018, p. 91) nos alerta para o fato de que o objetivo de influenciar/persuadir as propagandas passaram a ser usadas no processo desinformativo da sociedade: “Na era digital, semear confusão on-line e meio a uma enxurrada de informações errôneas e desinformação está se tornando a principal tática de propagandistas em todo o mundo” (Kakutani, 2018, p. 91).

Essas informações desencontradas fazem com que o (des)conhecimento adquirido seja aceito como verdade e, em realidade, constituem fatos inventados, distorcidos com o objetivo de induzir a opinião pública.

Neste contexto, torna-se necessário que se tenha mais clareza e menos emoção ao que se tem acesso: é necessário que haja reflexão intelectual sobre notícias e fatos a fim de refletir de fato sobre a verdade. Sobre isso, Kakutani nos diz:

A verdade é um dos pilares da democracia. Como observou a ex-procuradora geral interina Sally Yates, a verdade é uma das coisas que nos separam de uma autocracia: ‘Nós podemos –e devemos– debater políticas e questões, mas esses debates devem se basear em fatos em comum, e não em apelações baratas à emoção e ao medo na forma de mentiras e de uma retórica polarizante.’ (Kakutani, 2018, p. 11).

Diante disso, é notório que tal tendência de informações inverídicas altera o curso da democracia: usa-se a emoção a fim de modificar resultados democráticos e nos separa ainda mais da verdade e nos aproxima de uma autocracia centrada no absolutismo e nos leva para a ignorância ou para a “autocracia”. Neste sentido, Kakutani entende que:

o tema da propaganda política, e seus discursos [...] acabariam formando uma espécie de cartilha para aspirantes a autocratas: apele para as emoções das pessoas, não para o intelecto; use ‘fórmulas estereotipadas’, repetidas várias vezes; ataque continuamente os oponentes e os rotule com frases ou slogans distintos que provocarão reações viscerais do público (Kakutani, 2018, p. 89).

Lúcia Santaella afirma que um dos grandes objetivos da criação das falsas notícias além de desinformar, causar desconfiança e manipular é de alimentar um programa político: “Elas são criadas para influenciar a visão que as pessoas têm dos fatos, para causar confusão desinteressada ou interessada ou para alimentar um programa político.” (Santaella, 2018, p.25).

Dessa forma, as notícias falsas são criadas com o intuito de promover uma narrativa específica que pode levar a uma visão errônea de algo, por isso, é importante verificar os fatos e o contexto no qual as informações são apresentadas e ter consciência sobre o objetivo por trás da divulgação dos fatos.

### 1.3 As novas ferramentas da hipermodernidade

A era pós-moderna foi substituída pela hipermodernidade. Vivemos um momento em que a sociedade está envolta no hiper:

Hipercapitalismo, hiperclasse, hiperpotência, hiperterrorismo, hiperindividualismo, hipermercado, hipertexto –o que mais não é hiper? O que mais não expõe uma modernidade elevada à potência superlativa? (Lipovetsky, 2004, p. 53).

Temos uma sociedade voltada para o hiperconsumo, uma população de excessos e cada vez mais voltada para o presente, para o prazer da liberdade e do imediatismo. Temos na



hipermodernidade uma sociedade, segundo Lipovetsky, voltada para a rapidez dos tempos, para a agilidade, conforme trecho abaixo:

Hipermodernidade –uma sociedade liberal, caracterizada pelo movimento, pela fluidez, pela flexibilidade, indiferente como nunca antes se foi aos grandes princípios estruturantes da modernidade, que precisam adaptar-se ao ritmo hipermoderno para não desaparecer (Lipovetsky, 2004, p. 25).

Para Lipovetsky, a era hiper apresenta na mídia e no que ela produz um dos principais meios de transmissão de valores que integram esta época. A mídia possibilita uma gama de acesso a informações e engloba vários pontos de vista dando liberdade e autonomia para os indivíduos. Acrescentando o referenciado autor:

E mais: ao possibilitar o acesso a uma informação cada vez mais diversificada e mais caracterizada por pontos de vistas diferentes, propondo uma gama extremamente variadas de escolhas, a mídia permitiu que se desse aos indivíduos maior autonomia de pensamento e ação (Lipovetsky, 2004, p. 43).

A hipermodernidade apresenta uma sociedade dos exageros e esta modernidade se apresenta juntamente com a era da informação midiática e tecnológica. Temos uma sociedade que supera os espaços físicos através do cibernético e se deixa seduzir e se vislumbrar pelo que a internet proporciona em termos de tempo, informação, visibilidade e novidades. Já era sabido que nesta nova era busca-se mais a própria satisfação, o próprio prazer do que o de outrem.

Sabendo disso, a mídias sociais se tornaram uma atração para a sociedade do prazer, da sedução, do hiperconsumismo, do individualismo e do superficial. Com o avançar das redes sociais a sociedade se mostra mais narcisista. Segundo Lipovetsky, este “narcisismo social” representaria onde as pessoas buscam ser reconhecidas pelas suas “redes sociais, tornando, assim, escravas da própria sedução”. (Lipovetsky, 2004, p. 44).

Surgiu uma nova forma de interação com as novas ferramentas da hipermodernidade, o avançar das mídias gerou novidade na comunicação, nos relacionamentos, eliminou distâncias e tempo. As redes surgem com a tecnologia e avançam na rotina das pessoas, trazendo vantagens, flexibilidade e troca de informações. Sobre isso acrescentamos as considerações de Villaça e Araújo:

As redes sociais, ao potencializarem a comunicação, não se limitam mais a ser apenas um meio de relacionamento entre os usuários, mas passam a ser também uma fonte de informação e uma ferramenta para mobilizar e promover mudanças na sociedade. Como fonte de pesquisa e notícias, as redes sociais promovem a interatividade e a participação dos seus usuários, possibilitando não só o acesso à informação, mas também a possibilidade de a divulgar a seu modo (Villaça e Araújo, 2016, p. 29).

A hipermodernidade se funda com o surgimento das mídias sociais e com as mídias sociais surgem, também, as redes sociais que, como já explicado anteriormente, são canais de relacionamento onde pessoas criam, divulgam, interagem e expõe suas ideias.

As mais usadas atualmente são: *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Instagram* e *Whatsapp*. A partir da popularidade dessas redes sociais, teceremos um breve histórico sobre elas.

O Facebook foi inicialmente pensado para ser utilizado pelos estudantes da Universidade de Harvard, a empresa é sediada em Menlo Park (Califórnia), EUA. Foi fundada em 4 de fevereiro de 2004, por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin (brasileiro), Andrew McCollum, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, em Cambridge, Massachusetts, e depois passou a ter o capital aberto, cotada na NASDAQ, com pouquíssimo tempo de funcionamento. Zenha acrescenta:

Essa rede social permite que qualquer usuário que declare ter pelo menos 13 anos possa se tornar usuário registrado do site. Para participar do Facebook, o usuário deve se registrar no site <http://www.Facebook.com/> e, em seguida, criar um perfil pessoal, só então o usuário cria seu grupo de contatos, adicionando outros usuários do Facebook como amigos (Zenha, 2014, p.37).

Os usuários da rede podem compartilhar e criar publicações com fotos e textos, somente textos, somente fotos. Cada perfil pode ser público ou privado, pode ser usado para fins comercial e pessoal. Os usuários podem participar de grupos de seu interesse e de interesse coletivo com os demais.

O *Twitter* é uma rede social fundada em 21 de março de 2006, sediada em São Francisco (Califórnia), EUA, cuja característica principal (imitando um breve tuíte de um pássaro) é a sua limitação a 250 toques ou caracteres por postagem. Fundada por Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone e Evan Williams. Dirigido desde 2015 por Jack Dorsey.

Essa rede social “é um sistema de comunicação instantânea na internet disponível para o uso em computadores, tablets e celulares, denominado um blog compacto em função da limitação da inserção do número de caracteres para o registro.” (Zenha, 2014, p.38).

O *YouTube* é uma empresa sediada na Califórnia. Foi fundada em 14 de fevereiro de 2005, em San Mateo (Califórnia), EUA, por Jawed Karim, Chad Hurley, Steve Chen. Hospeda vídeos e transmite-os ao vivo, dando azo aos youtubers, que passaram a dominar o mercado de mídia visual, perante os grandes pagadores de publicidade, enriquecendo os seus acionistas.

O *Instagram*, plataforma lançada em 6 de outubro de 2010, pelo Facebook, é uma rede social de compartilhamento preferencial para fotos e vídeos, difundindo-os *online*, e que permite boa variedade de serviços, junto ao próprio Facebook, ao Twitter, ao Tumblr ou ao Flickr (fotos).

O WhatsApp é um aplicativo “multiplataforma” de mensagens instantâneas e chamadas de voz para aparelhos celulares, lançado em fevereiro de 2009, que vem constantemente se aperfeiçoando. Além de mensagens de texto, os usuários podem enviar imagens, vídeos e documentos em pdf, além de fazer ligações por meio de uma conexão com a internet, economizando telefonemas.

As redes sociais, como vimos, oferecem uma variedade de recurso e funcionalidades que permitem aos usuários compartilhar informações, ideias, opiniões, fotos, vídeos e outros tipos de conteúdo. Os usuários podem criar perfis pessoais, adicionar pessoas, curtir, comentar, compartilhar publicações de outras pessoas.

Além disso, as redes sociais também têm sido usadas como ferramentas de conscientização e mobilização social. As populações já as usam para difundir informações rapidamente e mobilizar pessoas em torno de causas importantes. No entanto, algumas críticas são feitas em torno de problemas associados às redes, além da desinformação, temos casos de quebra de privacidade, *cyberbullyng* e outros. Ademais, o conteúdo compartilhado nas redes sociais pode ser amplificado, podendo gerar repercussões negativas na sociedade e levando à desinformação.

#### 1.4 Como chegamos à desinformação

Uma das conquistas adquiridas pelas sociedades democráticas foi a liberdade de expressão, cuja população adquiriu o direito de poder de expor seus pensamentos e ideias sem ter medo ou sofrer retaliação e censura, por isso, chegamos ao ponto de que, sem preocupação e sem receio de sofrer consequências, passou-se a utilizar este direito para propagar notícias tendenciosas que trazem desinformação ao invés de informar.

A expansão e popularização da internet auxiliaram para o advento das redes sociais e cada pessoa pode acompanhar a evolução das tecnologias, internet ao alcance das mãos em *smartphones*, *tablets*, *smart TVs*, computadores. Tudo isso facilitou e aumentou o consumo das redes sociais no cotidiano das pessoas. Essas redes, para muitos, tornaram-se um dos principais meios de comunicação e interação. Nelas vemos a disseminação de notícias, de histórias e discussões sobre temas que acontecem no cotidiano. Quando estamos em período eleitoral, acompanhamos tudo sobre a política diretamente da uma das redes quaisquer que ela: *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Tavernani expõe:

As redes sociais, como parte da cultura contemporânea que se desenvolve em torno da colaboração cumpre papel importante dentro desse contexto e está diretamente ligada à convergência midiática e às formas narrativas em rede.

Mundos online e offline não podem ser vistos como independentes: ambos incluem o uso da tecnologia para comunicar, compartilhar, socializar, expressar, e compreender o mundo. Para Hine (2000) a Internet pode ser tratada tanto como um espaço, com suas normas e práticas que devem ser estudadas separadamente do mundo não mediado, quanto como um artefato cultural, dentro de um contexto da sociedade plasmada pelas articulações midiáticas (Tavernani, 2011, p. 4).

As redes passam a ser um reflexo do que acontece em nossa sociedade “real”. Há pessoas que compartilham o que pensam e creem, porém, nem sempre o fazem de forma ética. Muitos dos compartilhamentos passam a usar mais que pensamentos agressivos e compartilham discursos de ódio. Robert Heinlein, escritor de ficção científica, já dizia que “você pode influenciar mais rápido mil homens apelarem para os seus preconceitos do que se tentar convencer apenas um pela lógica” (Heinlein, 2013 *apud* Kakutani, 2018).

Ao analisarmos os discursos atuais, vemos que carregam preconceitos e provocações, talvez com o intuito de provar, a base da “força”, que o meu pensamento é o certo. Observamos a presença e encontro de iguais, que se manifestam e exprimem das mesmas crenças, discursos e ódios até então reprimidos que passam a ser expostos.

Zeynep Tüfekçi (2017 *apud* Kakutani, 2018) afirma que:

Na esfera pública em rede, o objetivo dos poderosos muitas vezes não é convencer as pessoas da veracidade de determinada narrativa ou impedir que certa informação seja divulgada (o que é cada vez mais difícil), mas produzir resignação, cinismo e uma sensação de impotência nas pessoas. Ela observa que isso pode ser feito de várias maneiras: inundando o público com informações; produzindo distrações para diluir a atenção e o foco; deslegitimando a imprensa que fornece informações corretas; semeando a confusão, o medo e a dúvida deliberadamente; criando rumores ou alegando que determinadas informações são boatos; e incitando campanhas persecutórias destinadas a dificultar o funcionamento de canais confiáveis de informação (Kakutani, 2018, p.91).

Chegamos à desinformação quando é notório que os poderosos responsáveis pela mídia e pela difusão de conhecimento os usam apenas como mera manipulação de poder e jogos de interesses, por vezes, deixam de divulgar fatos importantes com o único intuito de produzir, confusão e desinformar.

Segundo Lipovetsky (2004), “a mídia se viu obrigada a adotar a lógica da moda, inserir-se no registro do espetacular e do superficial e valorizar a sedução e o entretenimento em suas mensagens” (Lipovetsky, 2004, p.44), ou seja, se população pensa sobre algo tendencioso ela tende a inserir nas mídias e há um crescente mundo de desinformação gerado pelos anseios e opiniões de quem não se limita a ter responsabilidade sobre a veracidade do que se escreve.

Um dos grandes responsáveis pela desinformação é o uso do Facebook, capaz de gerar uma enxurrada de desinformação. E sobre isso, Frenke e Kang (2021) afirmam que:

A raiz do problema da desinformação está, é claro, na própria tecnologia. O Facebook foi concebido para lançar gasolina na fogueira de qualquer mensagem que desperte uma emoção, mesmo que seja um discurso de ódio –os algoritmos favorecem o sensacionalismo (Frenke e Kang, 2021, p. 218).

Ainda acrescentamos Kakutani que afirma:

Escolha a sua metáfora: confundir alhos com bugalhos, lançar aos tubarões, criar uma cortina de fumaça, jogar areia nos olhos do público. Todas são táticas criadas para cansar e deixar todos exaustos de notícias, uma estratégia perfeitamente pensada para a nossa era de déficit de atenção e da hiperinformação (Kakutani, 2018, p. 90).

É nítido que as redes sociais, se não utilizadas com responsabilidade, funcionam como uma corrente de desinformação. Elas são capazes de gerar uma enxurrada de notícias que influenciam e são creditadas como certas para uma grande maioria de pessoas. Tudo isso é causado pelos novos meios de interação social e sobre as mudanças pelas quais a sociedade passa. McLuhan afirma que

Todos os meios agem sobre nós de modo total. Eles são tão penetrantes que suas consequências pessoais, políticas, econômicas, estéticas, psicológicas, morais, éticas e sociais não deixam qualquer fração de nós mesmos inatingida, intocada ou inalterada. O meio é a massa-gem. Toda compreensão das mudanças sociais e culturais é impossível sem o conhecimento do modo de atuar dos meios como meio ambiente (Macluhan, p. 54, s/d).

Este autor nos instiga a olhar para as mudanças sobre nossas relações atuais e, principalmente, sobre nossas relações com os meios de comunicação e de informação. Ele tece ainda uma crítica sobre como a tecnologia está mudando e reestruturando as relações e causando dependência nas tecnologias, modificando aspectos da vida social e coletiva, por isso, sugere que precisamos reexaminar e reconsiderar nossas ações, pensamentos e relações.

Ele acrescenta que “Tudo está mudando - você, sua família, sua vizinha, sua educação, seu emprego, seu governo, sua relação com os outros. E essa mudança é dramática.” (Macluhan, p. 36, s/d). Precisamos estar atentos às consequências das mudanças, ainda que ela esteja, conforme MacLuhan “reestruturando padrões de interdependência social e todos os aspectos de nossa vida pessoal”. Precisamos reconsiderar e reavaliar como nossas ações podem interferir no meio individual e social.

## SEÇÃO II- MÍDIAS SOCIAIS, PESSOAS EM REDE E CAMPANHA POLÍTICA

Com a diminuição do tempo para a chegada de informações, advindo dos avanços tecnológicos a sociedade passou a acessar as informações com maior dinamicidade pela facilidade trazida pela inovação digital e interação pelas redes sociais. Assim as relações entre as pessoas se tornaram mais próximas devido à conectividade através das mídias. As pessoas estão cada vez mais conectadas através das redes sociais, possibilitando a criação e o manejo de conteúdos pelas mídias,

O uso da tecnologia influenciará o formato das campanhas eleitorais nos Estados Unidos e no Brasil, tal como veremos nesta Seção.

### 2.1 As transformações da tecnologia e sua influência na dinâmica da sociedade

A tecnologia passou por grandes avanços e foi capaz de diminuir o tempo da chegada de informações, aproximar as pessoas e, com isso, modificar a dinâmica da sociedade. Carr afirma que “os avanços históricos não espelham simplesmente o desenvolvimento da mente humana. Eles auxiliam a impulsionar e guiar os próprios avanços intelectuais que documentam” (Carr, 2011, p. 51).

Toda transformação passa por momentos históricos, os processos comunicativos da informação e conhecimento acompanham esses momentos. A difusão de notícias permeia por esse campo, ela também segue os avanços da tecnologia e atualmente vemos novidade na maneira que chegam até nós.

Melo afirma que a evolução da comunicação começou com a “formação da linguagem e a evolução da escrita [...], através delas o homem chegou ao exercício da cidadania e à capacidade de expor ideias em público” (Mello, 2005, p. 26). Ela acrescenta que todo o processo de discussão de diversas maneiras já era comum aos cidadãos atenienses, eles utilizavam-se dos espaços públicos –que de acordo com Habermas *apud* Mello “espaço público, ou esfera pública, é o local ‘onde se formam as opiniões e as decisões políticas e onde se legitima o exercício do poder’” (Sousa, 2003, p. 51).

Ainda citando Mello (2005), a evolução da comunicação se deu “dos sons à discussão no espaço público. Hoje, esse espaço se deslocou: de início, para a imprensa escrita, e em seguida para o rádio, a TV e a Internet. Os debates, antes nas ruas, passam a ser mediados pela imprensa” (Mello, 2005, p. 27).

A comunicação chega à era da internet e vemos o avançar das mídias sociais com grande potencial de promover a informação e divulgar notícias. Segundo dados da Abacus Data, em 2018, o Facebook já é a segunda principal fonte de notícias, perde apenas para a televisão e diante disso, é necessário que as redes sociais sejam vistas como espaço importante para a divulgação de notícias.

Assim, retomamos as reflexões já registradas na Seção I no sentido de que as redes sociais estão cada vez mais inseridas no cotidiano das pessoas. A democratização da internet e o acesso a dispositivos eletrônicos móveis fizeram com que as notícias estivessem ao alcance de grande parte da população e em diversos lugares ao mesmo tempo, o tempo do processo comunicativo foi diminuído e passou a acontecer em tempo real graças ao avanço tecnológico e ao acesso de cada vez mais pessoas aos aparatos tecnológicos comunicacionais.

Embora vivenciemos diversos tipos de interação para a comunicação de notícias devemos estar atentos que a midiaticização, o acesso às redes trouxe vantagens e desvantagens para a sociedade em geral, na medida em que ela cresce e auxilia na propagação e divulgação de notícias, que em algumas vezes não é relevante e podem ser até prejudiciais, como no caso das *fake news*.

Com o advento da Globalização, após a Segunda Guerra Mundial, o mundo passou a viver com a Revolução Tecnológica (inclui-se a revolução da Comunicação) e o fenômeno capitalista alcançou mais força no mundo. O objetivo principal do capitalismo é o de facilitar o comércio mundial atingindo todos os países de forma rápida e em tempo real. Desta forma, criaram-se mecanismos que auxiliasse a comunicação, e um desses mecanismos foi a rede mundial de computador, que por sua vez causou o advento da internet, que permitiu a troca de informações e conhecimentos sem demora e ao alcance da maior parte da população. Neste sentido, afirma Soares (1997, p. 149) que: “O maior instrumento da globalização cultural na sociedade tem sido certamente o conjunto das redes de comunicação de massa. A abrangência, extensão e eficácia dessas redes estão na raiz das maiores transformações na virada do século” (Soares, 1997, p. 149).

Assim, a tecnologia deve ser compreendida nesse fenômeno global, pois a busca pelo crescimento econômico fez os investimentos e estudos nos setores tecnológicos com objetivo de acirrar os negócios e ter crescimento e lucro econômico. Carr acrescenta:

Toda tecnologia é uma expressão da vontade humana. Através de nossas ferramentas, procuramos expandir o nosso poder e controle sobre as circunstâncias — sobre a natureza, sobre o tempo e a distância, sobre o outro. Nossas tecnologias podem ser classificadas, a grosso modo, conforme a forma como suplementam ou amplificam as nossas capacidades naturais (Carr, 2011, p. 54).

Valendo-se disso, as transformações tecnológicas ao longo do tempo são cada vez mais visíveis e utilizáveis, Fernanda del Claro afirma que a tecnologia foi importante para o processo de modernização de muitas coisas, afirmando:

A tecnologia trouxe, com o passar dos anos, uma modernização nos utilitários de produção, comunicação, estudo e interação. O avanço nos aparelhos eletrônicos como telefones celulares, computadores, câmeras fotográficas, aparelhos de som são alguns exemplos dessa modernização obtida pela melhoria da tecnologia. Ela também veio a influenciar o mundo econômico, incentivando a competitividade global, já que as inovações tecnológicas servem de suporte para o desenvolvimento econômico, estando presente na administração e produção de pequenas e grandes empresas (Claro, 2009, p.2).

O desenvolvimento tecnológico nos apresentou a internet, a busca do mercado global avançou o sistema de informática na busca por economia financeira, de tempo e espaço tornando as transações virtuais, valendo disso, à internet passou a ser usada também como entretenimento e como fonte de informação. Tudo isso graças ao avançar e transformações da tecnologia. Carr cita as influências da tecnologia em nossa vida: “a tecnologia não é apenas uma ferramenta, inerte até que a peguemos, e inerte de novo quando a deixamos de lado” (Carr, 2011, p. 14). Ela influencia no modo de pensar e agir, sobretudo, as tecnologias intelectuais, pois “são [...] ferramentas mais íntimas, as que usamos para a autoexpressão, para moldar a nossa identidade pública e pessoal e para cultivar relações com os outros” (Carr, 2011, p. 70).

Muitas foram às transformações da tecnologia que ocorreram em vias distintas na busca de ferramentas especializadas ao que era importante na época que ocorreram:

Diferentes tecnologias avançavam segundo vias distintas, levando a uma proliferação de ferramentas especializadas. Livros e jornais podiam apresentar textos e imagens, mas não podiam incluir sons ou filmes. As mídias visuais, como o cinema e a TV, eram inadequadas para exibir texto, exceto em menores quantidades. Rádios, telefones, toca-discos e gravadores se limitavam à transmissão de sons. Se quiséssemos somar números, usávamos uma calculadora. Se quiséssemos procurar fatos, consultávamos um conjunto de enciclopédias ou um almanaque mundial (Carr, 2011, p. 97).

Percebe-se que as tecnologias avançam com a época e com as pessoas e se tornam ferramentas que facilitam e auxiliam na rotina, mas elas não ocorrem isoladas: várias tecnologias avançam em meios distintos seguindo a necessidade e procura da sociedade para uso e delas. Elas se transformam e se movem de acordo com o que a sociedade precisa. Tornar-se tecnológico é também uma forma de estar atualizado e, para muitos, é contar também com companhia, ainda que de forma online. Para muitos ela surge para facilitar, auxiliar e compartilhar experiências, a vida e diversas situações.



Observa-se que a sociedade se modificou com as transformações tecnológicas, antes vivenciávamos os arquivos e documentos sendo armazenados em papéis que eram arquivados em grandes caixas, passou-se a armazenar muita coisa em disquetes, depois em cds, após os cds surgiram *os pendrives e hds* externos, hoje já se armazena muita coisa na nuvem. Otimiza-se tempo e ganha-se espaço com os avanços tecnológicos, toda uma geração se transforma, beneficia e se apodera com os benefícios dela no cotidiano e nas relações que a tecnologia oferece.

## 2.2 Redes sociais

As mídias sociais estão inseridas no cotidiano das pessoas e com ela temos as redes sociais, estamos passando pela era tecnológica, era virtual, tudo e todos se encontram nas redes. Está ao alcance de nossas mãos, através de um celular mais potente, o vídeo do noticiário do dia, o áudio do pronunciamento político, as imagens das últimas manifestações, tudo a apenas um toque e um clique. Basta estarmos conectados que temos acesso a um mundo virtual que nos conecta uns com os outros e nos atualiza de tudo.

As redes sociais digitais possibilitam que os indivíduos interajam com outros usuários da rede, que leiam notícias, opinem, reivindiquem, produzam seu próprio conhecimento, divulguem informações e até mesmo se mobilizem coletivamente. São novas maneiras de compartilhar, usufruir e fazer parte da sociedade em que vivem (Vilaça, 2016, p. 18).

Ao permitir que haja toda essa interação as redes sociais se tornaram ambientes de relações entre pessoas, com o objetivo de conectar quem está distante, elas trouxeram e aproximaram os iguais, que pensam e têm os mesmos ideais, diante disso, é possível perceber que são um excelente meio de buscar mudanças na vida e na sociedade. A partir disso, Vilaça afirma:

As redes sociais, ao potencializarem a comunicação, não se limitam mais a ser apenas um meio de relacionamento entre os usuários, mas passam a ser também uma fonte de informação e uma ferramenta para mobilizar e promover mudanças na sociedade (Vilaça, 2016, p. 29).

Vemos então que as mídias, ao se tornarem ferramenta e promoção de mudanças, agem com um meio de transformação democrática, cuja população busca por meio delas o papel de ser protagonista e autor de transformações, com laços menos rígidos e compartilhando de valores e interesses iguais de forma assíncrona e síncrona como só as redes permitem.

Nas redes sociais os laços tendem a ser menos rígidos. Em geral, são formados a partir de interesses, temas e valores compartilhados, mas sem a força das

instituições e com uma dinâmica de interação específica (Martino, 2014, p. 55).

Ao contrário das outras relações, as redes permitem que o vínculo entre os usuários seja mais rápido, “nas redes sociais, os vínculos entre os indivíduos tendem a ser fluidos, rápidos, estabelecidos conforme a necessidade em um momento e desmanchado no instante seguinte” (Martino, 2014, p.55), notícias são compartilhadas a todo momento e podem tomar proporções gigantescas, por isso, relações podem ser desmanchadas de acordo com posição contrária ao que se esperava.

As mídias avançam com a mesma proporção que aumenta o número de pessoas conectadas à rede, a rede social mais usada atualmente no mundo, de acordo com o site resultadosdigitais.com é o Facebook com 2,91 bilhões de usuários, no Brasil temos como a rede mais utilizada o WhatsApp:

A pesquisa Digital 2022 Brazil aponta que 96,4% dos usuários de redes sociais brasileiros, de 16 a 64 anos, usam o WhatsApp, o que equivale a 165 milhões de usuários. Para muitos brasileiros, o WhatsApp é ‘a internet’. Algumas operadoras permitem o uso ilimitado do aplicativo, sem debitar do consumo do pacote de dados. Por isso, muita gente se informa através dele (Volpato, 2022, página online).

A democratização do acesso à internet nos leva ao uso das redes sociais no dia a dia, acessar as redes sociais se tornou tão natural que muitos consideram uma ação necessária do dia, cada vez mais a quantidade de tempo nas redes aumenta, cada vez nos expomos mais e compartilhamos mais notícias e fatos. Percebe-se que há uma dependência das redes sociais, elas se tornaram meios de comunicação e interação social.

Como na vida nem tudo é só vantagem, as redes sociais cada vez mais presentes e quase que inerentes acarreta alguns prejuízos, Carr (2011), alerta para o fato de o avanço das redes sociais com suas múltiplas mídias na vida da humanidade pode dificultar nosso poder de concentração:

Ao combinar muitos tipos diferentes de informação em uma única tela, a rede multimídia fragmenta ainda mais o conteúdo e dilacera a nossa concentração. Uma única página pode conter umas poucas porções de texto, um trecho de vídeo ou áudio, um conjunto de ferramentas de navegação, vários anúncios e várias pequenas aplicações de software, ou “*widgets*”, rodando nas suas próprias janelas. Todos nós sabemos o quanto de distração pode trazer essa cacofonia de estímulos (Carr, 2011, p. 100).

Embora tenha alguns pontos negativos como o citado acima e outros tantos tais como aumento da ansiedade, da comparação e discursos de ódio, entre outros, as redes sociais têm se fortalecido como um dos fenômenos culturais mais relevantes da atualidade.

Eagleton nos apresenta no livro *A Ideia de Cultura* parte da sua teoria, explicando que a Cultura pode ser definida como uma dinâmica com crescimento natural, na vivência de cada comunidade; então ela vive em dualidade: “se cultura significa a procura activa de crescimento natural, a palavra sugere, então, uma dialéctica entre o artificial e o natural, aquilo que fazemos ao mundo e aquilo que o mundo nos faz” (Eagleton, 2003, p.13).

Para o autor, Cultura é também considerada como cumprimento de regras, ela funciona como ideologia para moldar cada pessoa e a sua forma de se comportar em sociedade perante o Estado.

Mas cultura é também cumprimento de regras, o que envolve igualmente uma interacção entre regulado e não regulado. Cumprir uma regra não é obedecer a uma lei da física, dado que tal cumprimento implica uma aplicação criativa da regra em causa (Eagleton, 2003, p. 15).

A Cultura tem os seus vários significados, de natureza histórica, e para Eagleton ela pode estar na evolução e no evoluído, no natural e no artificial; “o termo ‘cultura’ é já, em si mesmo, essa desconstrução” (Eagleton, 2003, p. 13).

Discorrendo e apresentando as definições de cultura de vários teóricos, Eagleton faz uma crítica de que a cultura não pode ser considerada ao comportamento ou ideal de um único grupo e que nem todo comportamento pode ser considerado cultura:

A cultura exige aos que clamam por justiça que, para além dos seus próprios interesses, vejam o todo — isto é, tanto os interesses dos respectivos governantes quanto os seus próprios interesses. E, deste modo, nada pode fazer contra o facto de tais interesses poderem ser incompatíveis. A associação da cultura à justiça para os grupos minoritários, tal como tem sucedido na nossa época, é, assim, um novo e decisivo desenvolvimento (Eagleton, 2003, p. 31).

No pós-modernismo a visão de cultura deixa de se importar com o macro e passa a voltar para o micro, para si e só seu próprio estilo de vida importam, quando vista como identidade a individualidade basta como ideia de cultura:

A cultura enquanto identidade é avessa, quer à universalidade, quer à individualidade; em contrapartida, valoriza a especificidade colectiva. Na perspectiva da Cultura, as culturas aproveitam-se perversamente das peculiaridades acidentais da existência —o género, a etnia, a nacionalidade, a origem social, a orientação sexual, etc.— transformando-as em portadoras de uma necessidade (Eagleton, 2003, p. 77).

Ao citar T. S. Eliot, ele afirma que a elite é responsável pelo desenvolvimento complexo da cultura e pela sua consciência e sua transmissão ao povo, visto que massa, segundo ele, é incapaz de pensar:

Todas as classes sociais partilharão a mesma cultura, mas a tarefa da elite será ‘provocar um novo desenvolvimento da cultura na sua complexidade

orgânica — cultura a um nível mais consciente, mas ainda a mesma cultura’ (Eagleton, 2003, p. 151).

Eagleton busca desmistificar o significado de cultura como banalizada ou da ideia que temos de cultura de grupos individuais, minorizados. Ele afirma que cultura é aquilo que vivemos e para que vivemos, no mundo pós-moderno a cultura passou a ser comercializada e individualizada e ele alerta para o fato de a política ter se tornado um espetáculo cultural, sem bases sociais e sem consciência do coletivo.

Neste contexto, há uma nova mania cultural da atualidade: o uso das redes sociais. Antes inseridas apenas como meio de distração e conexão com pessoas, hoje elas se tornaram ambientes de compartilhamento de informações e notícias pessoais, profissionais, políticas, etc. Elas deixaram de ser apenas uma ferramenta de interação e passou a exercer uma função social importante, seu uso não é somente para entretenimento, utilizada com mais seriedade, apresentam várias funções sérias e importantes para a sociedade.

### 2.3 Pessoas em redes sociais

Com o avançar das mídias, aplicativos de redes sociais – ambientes virtuais que reúnem pessoas em redes – tornaram-se rotineiros na vida atual. É através deles que temos grande interação e comunicação de notícias atualizadas e de entretenimento. As mídias ofertam às pessoas novas maneiras de interação social e tornou-se essencial para nosso dia a dia nos conduzindo a uma nova transformação social.

Num mundo em que a vida social é cada vez mais tecida com os fios da comunicação mediatizada, em particular aquela que tem lugar na e através da Internet, os indivíduos, instituições e comunidades que não conseguem tornar-se visíveis através da informação que circula na rede assumem, cada vez mais, o estatuto de não existentes (Serra e Canavilhas, 2009, p. 83).

Essa busca, por visibilidade e o medo de se tornarem invisíveis frente à tecnologia, faz com que a comunidade em rede incentive os indivíduos a buscarem meios de serem vistos. Muitos são conscientes do seu papel social e encontram nas redes maior facilidade de se comunicar e disseminar discussões responsáveis de suas ideias, como cita Miranda:

Os indivíduos consciencializam-se do seu papel, pois encontram nos diversos pilares da sociedade uma forma de comunicar mais eficaz e eficiente, apelando ao mesmo tempo a um maior incremento da sua aludida consciencialização. Quer através da disseminação e discussão das suas ideias, quer tendo em vista a aprendizagem que poderá, até passar do foro individual para o coletivo (com particular ênfase para o profissional), pois as formas das ligações que articulam e estabilizam a ‘realidade’ estão a mudar, e nisso as tecnologias

digitais desempenham um papel essencial, que virá previsivelmente a aumentar (Miranda, 2005, p. 58).

Mas nem todos são seres conscientes diante do coletivo, a tecnologia, como cita Carr, dá certa alienação ao homem que acredita que variados estímulos existentes nas redes causa uma espécie de diminuição das nossas capacidades naturais que impactam diretamente a percepção, a memória e a emoção. Carr nos esclarece sobre isso:

O preço que pagamos para assumir o poder da tecnologia é a alienação. O tributo pode ser especialmente alto com as tecnologias intelectuais. As ferramentas da mente amplificam e por sua vez amortecem as mais íntimas, as mais humanas das nossas capacidades naturais — aquelas da razão, percepção, memória e emoção (Carr, 2005, p. 211).

Esse é um dos malefícios das pessoas em rede, pois o excesso de estímulo causa estresse e incapacidade de diferenciação do que é bom do ruim, pode provocar esquecimento, falta de concentração, além do mais, o excesso de informação pode nos deixar incapazes de diferenciar o que é verdadeiro e causar efeito rebote: ao invés de nos alimentar de mais conhecimento pode nos tornar ainda mais ignorantes, pois podemos chegar ao ponto de não saber mais distinguir o que é verdade do que é mentira, como cita Vaidhyathan:

Nesta época de conectividade constante e distribuição barata de imagens, textos e sons, será que estaremos sofrendo de algum tipo de doença cultural global? Estaremos afogando em dados, incapazes de distinguir o que é bom do que é ruim e de diferenciar o verdadeiro do falso? Estaremos paralisados por nossas obsessões de consumir, de ser conscientes ou estar conectados? Que ferramentas nos ajudam a lidar com essa abundância? Que mecanismos impedem que nossas aptidões deem o melhor de si? (Vaidhyathan, 2011, p. 191).

Neste contexto, é possível gerar reflexões sobre a condição da pessoa imersa na sociedade das redes sociais. Vivemos presos ou escolhemos estar presos nessas redes que nos hiperestimulam diante de variados sons, imagens, textos e recursos que nos fazem ao mesmo tempo buscar o coletivo e nos levam para o individualismo. As redes nos impactam e nos apresentam aos excessos não só de informações, mas de buscas por novidades, por diminuição de tempo, de encurtamento de distâncias. Estamos, como afirma Lipovetsky presos no individualismo que nos libertou de conceitos tradicionais e buscamos sempre mais novidades e o agora.

O individualismo se liberta das normas tradicionais, e em que emerge uma sociedade cada vez mais voltada para o presente e as novidades que ele traz, cada vez mais tomada por uma lógica da sedução, esta concebida na forma de uma hedonização da vida [...] (Lipovetsky, 2004, p. 23).

As redes causam essa sedução na sociedade. As pessoas utilizam-se das delas para a busca do prazer próprio e essa busca é que as movem e as fazem permanecer presas na procura por satisfação privada e por reconhecimento social. Enxergam que essas ferramentas ao torná-las visíveis podem trazer felicidade, mas perdem-se diante dos exageros da nova era.

Lipovetsky (2004, p. 26) nos alerta sobre essa característica dos indivíduos hipermodernos ao dizer que estes são “mais informados e mais desestruturados, mais adultos e mais instáveis, menos ideológicos e mais tributários das modas, mais abertos e mais influenciáveis” (Lipovetsky, 2004, p. 26). Estamos na chamada “era do vazio”, nela temos a busca pelo desejo individual, Jesus (2021, p.73) afirma que essa era “possui como base o consumismo e o individualismo exacerbados, deixando de lado os discursos sociais, constituindo a indiferença para o bem comum, priorizando o agora e se importando menos com o que tem por vir, o futuro” (Jesus, 2021, p. 73).

Observamos que a nova era informatizada e ligada em redes nos transforma em paradoxos, não conseguimos nos aprofundar, nos tornamos rasos e as relações que deveriam ser aproximadas se tornam distantes e cheias de armadilhas que nos afastam do mundo real e nos deixa submersos ao virtual. Silverstone (2002, p. 96) acrescenta que: “Contudo, num mundo cada vez mais baseado numa ideologia do direito do individualismo ao consumo, há inúmeras vozes para defender e legitimar todo e qualquer prazer e os direitos da mídia de dar às pessoas o que elas querem” (Silverstone, 2002, p. 96).

As mídias através das redes sociais trazem novidades em vários campos à sociedade e ao “sujeito coletivo”, todos – sem exceção – correm para estar ativos nas redes sociais. É perceptível quando vemos o jornal impresso sendo cada vez mais inserido no virtual, não precisamos mais ter as notícias impressas e folheadas, podemos tê-las no tablete, smartphone. As redes sociais tornaram-se também palanque eleitoral e mostraram-se um importante meio de comunicação e debate político.

Se as pessoas estão cada vez mais nas redes sociais é comum que pontos importantes do cotidiano também estejam presentes nas redes sociais e, por isso, tal como a política, a ascensão e inserção da política também ocorreu de forma linear nas redes sociais. Debates e campanhas eleitorais também passaram a ocorrer neste mundo virtual.

#### 2.4 As campanhas políticas: O uso das mídias sociais nas eleições dos Estados Unidos

O grau de importância das mídias sociais na vida do indivíduo hipermoderno já foi apresentado e agora esboçaremos alguns aspectos relacionados ao impacto da internet e das

mídias na campanha política dos Estados Unidos, visto que a mídia impressa ainda desempenha grande responsabilidade sobre os resultados das eleições americanas.

Acreditava-se que jornais e revistas eram os maiores responsáveis por alavancar o resultado das urnas, mas como crescente uso das aplicações tecnológicas, dentre eles as mídias sociais e seu uso inserido no cotidiano das pessoas. Percebeu-se que as mídias sociais se tornaram promissoras e fundamentais para expor os candidatos em campanha eleitoral.

O precursor do uso da internet nas campanhas eleitorais foi Barack Obama. Ele trouxe novidade na maneira de usufruir da internet em sua campanha de 2008, pioneiro no assunto, muitos cientistas políticos o colocam como marco na história das Campanhas Políticas devido ao uso sábio da internet. Oliveira acrescenta:

Recordes históricos de participação foram alcançados, quer ao nível da organização e mobilização dos cidadãos, quer na participação nas acções de campanha *online*, quer na angariação de fundos e, essencialmente, no momento mais importante de uma campanha eleitoral, no voto. Estes valores têm despertado o interesse das mais variadas ciências na análise das razões inerentes a este fenómeno eleitoral ao nível político, sociológico, psicológico ou das várias disciplinas da Comunicação (Oliveira, 2011, p. 104).

Atenado na importância da internet e no seu uso na vida das pessoas, o presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, deu um salto vitorioso, quando surgiram os resultados das eleições no seu segundo mandato (2013-2017), dada a sua estratégia na busca por financiamento online, uma interatividade maior com os eleitores e com postagens que os aproximavam da presidência, foi fundamental para o sucesso nas urnas.

Depois dessa vitória, nas eleições de 2016, Donald Trump venceu a disputa contra Hilary Clinton através de uma campanha que teve como pontos fortes muitas declarações agressivas, recheadas de insulto e demonstração de intolerância às minorias ou aos vizinhos mexicanos, trazendo como promessa a “reconstrução” da nação, o avanço econômico, um discurso de recuperação do “sonho americano” de grandeza (“*Making America Great again*”), ressaltando o amor à pátria. Sua vitória foi possível devido ao enorme uso rebarbativo das redes sociais e do discurso indo e vindo para a rede de televisão Fox. A sua equipe soube se posicionar em ferramentas como o Twitter, e aproveitar-se das redes sociais para ganhar as eleições:

Pela primeira vez, um processo eleitoral para o cargo mais importante da política internacional teve o destino selado nas redes sociais. Ao longo da campanha, escândalos, boatos e notícias falsas envolvendo o nome dos candidatos à presidência dominaram a internet (Memória Globo, 2021).

Assim, Donald Trump utilizou massivamente também o Facebook, maior rede em número de usuários na época pelos norte-americanos, segundo o site BBC noticia: “156 milhões de americanos têm contas no Facebook e, de acordo com pesquisas, pelo menos dois terços

deles usam a rede social como fonte primária de notícias”. Desta maneira, Trump obteve a vitória e mostrou ao mundo que as redes sociais estão inseridas na tomada de decisões importantes devido ao seu uso na busca e compartilhamento de informações e notícias.

Diferente das outras mídias, as redes sociais funcionam como uma teia, cada usuário tem um grupo de amigos que compartilha e mantém, mais ou menos, o mesmo tipo de notícias e ideias, isso influencia o que será visto, funciona como uma bolha:

Mas o que cada usuário vai ver dependerá de quem são seus amigos e do que eles compartilham. Daí vem a noção de uma ‘bolha’: pessoas que estavam inclinadas a votar em Trump na eleição da última terça-feira apenas viram histórias que refletiam sua visão do mundo. E o mesmo se deu com aqueles que simpatizavam com Hillary (Jonnes, 2016, página online).

As bolhas permitem que apenas convivamos com os iguais, compartilhando das mesmas vontades e temas semelhantes, isso não nos permite viver fatos opostos, ficamos presos às mesmas pessoas e assuntos, nos tornando incapazes de refletir sobre outras coisas e sair do círculo vicioso da mesmice.

Diante disso, podemos dizer que a campanha de Trump em 2016 serviu do aparecimento das fake news. Naquela eleição, as notícias falsas tinham por objetivo convencer e manipular as pessoas a fim de alcançar o resultado positivo nas eleições. A internet, como já vimos, através das redes sociais, foi responsável por esse resultado nesse ano eleitoral. Sobre o assunto, Serra e Canavilhas, em “Arte e Persuasão na web”, afirmam que:

As emissões noticiosas podem manipular o resultado de uma eleição. Uma coluna numa revista financeira pode determinar que ações compramos. As nossas experiências na Internet podem persuadir-nos a comprar e fazer coisas (Serra e Canavilhas, 2009, p.16).

É importante atentar ao fato de que ao nos manter em bolhas somos impedidos de argumentar e defender ideias. Ser apresentado apenas a uma opinião nos impede de sair da ignorância e de conhecer outras verdades, não há abertura para discussão. Ficamos expostos apenas a aceitar os fatos e tomá-los como verdade absoluta.

Desidério Murcho (2012, p. 130) nos alerta sobre tal viés, exemplificando com um momento, quando Peter Singer, filósofo australiano defendeu buscar a coerência prática com o que pensamos e o que dizemos defender. Diante do impedimento de discursar nos países falantes do alemão, percebeu que tal impedimento não se fundamentava no fato de ele estar certo ou errado, mas tratava-se apenas de impedir que ele apresentasse os seus argumentos sobre o nazismo. Neste caso, diante de pensamentos contrários somos obrigados a pensar, refletir e talvez discordar, forçando uma voz sobreposta com bloqueio discursivo, ainda que o bloqueio se baseasse em norma legal derivada de fato histórico destrutivo incontroverso. Assim, verifica-



se que é justamente isso que os ditadores querem: o tormento de uma falsa contradição que leve a acabar com a possibilidade de argumentação, tal como se pode ler neste trecho:

Argumentar é defender ideias com razões –e por isso o pior inimigo das sociedades fechadas. Quando Peter Singer foi sistematicamente impedido de proferir conferências nos países de língua alemã o que estava em causa não era saber se tinha ou não razão. O que estava em causa –e é isso que provoca horror e permite compreender a raiz do nazismo– era impedir que os seus argumentos fossem expostos e discutidos. Nenhum ditador quer defender as suas ideias com razões, ou mostrar com razões que as ideias a que se opõe são falsas. O que os ditadores querem é acabar com a possibilidade da argumentação, isto é, da discussão de ideias. A ‘Verdade’ é apenas para ser anunciada, e compete aos súbditos adoptá-la sem pensar muito (Murcho, 2012, p. 130).

Portanto, o uso das falsas notícias nos abre duas possibilidades: a de desmoralizar o oponente e a de manter-nos na ignorância e nos desviar do que realmente importa. Como Melo afirma:

O pior de tudo é pensar que os alvos dessas campanhas de assassinato de reputação são meras peças na estratégia de comunicação digital do governo. Os ataques são lançados para distrair as pessoas, fazer com que elas não prestem atenção em fatos realmente importantes (Melo, 2020, p. 88).

Diante disso, a campanha presidencial americana de 2018 marcou enormes mudanças na democracia advindos das tecnologias digitais de comunicação, as campanhas desde Obama (2008) até Trump (2016) trouxeram novas relações entre internet e eleições com a ascensão das redes sociais e o surgimento – na era Trump - dos discursos falaciosos e *fake news*.

## 2.5 As campanhas políticas nas eleições do Brasil no ano de 2018

O ano de 2018 contou com a eleição presidencial brasileira tendo como candidatos principais uma dualidade do tipo maniqueísta, devido em grande parte ao circuito discursivo de judicialização da política, Jair Bolsonaro (representante da extrema direita) e Fernando Haddad (esquerda). Assim como nas eleições estadunidenses de 2016, esta campanha eleitoral trouxe fatos inéditos para o Brasil, e este período, pode ser considerado o período do incremento das *fake news*, do discurso de ódio e da divisão dos brasileiros entre esquerda e direita (petistas e bolsonaristas).

Observa-se também que a eleição presidencial no Brasil nos apresentou um cenário atípico em relação à sua dinâmica anterior ao descentralizar as propagandas políticas televisionadas e abrir o debate nas redes sociais, tal como havia acontecido nos Estados Unidos e no processo de saída do Reino Unido da União Europeia, o Brexit.

Em uma campanha recheada de notícias falsas, discursos odiosos, difamações, observamos que as *fake news* passaram a ter fácil proliferação, pois circulam no meio virtual, entre pessoas que trazem consigo pensamentos similares de criticar a má política nacional, e tendem a acreditar nas notícias que compartilham sem analisar, até porque elas apresentam uma formação tão bem estruturada e rebuscada, com tons fortes de agressividade, que permite pouco espaço a dúvidas. Nesta situação mora o perigo, porque, se tratando de âmbito político, levam-se em consideração as questões ideológicas, que auxiliam na crença da veracidade da (des) informação exposta.

O líder político que surgiu dessa vez como o “salvador do Brasil”, Jair Bolsonaro, que representou a nova direita da política do País, evocava em seus discursos o grande amor pela pátria e pelo militarismo, daí saiu vitorioso. Durante a campanha, a sua maneira de falar do orgulho pela nação remetia à ditadura, e a maioria dos seus eleitores não haviam tido contato direto com aquele período histórico, e divisaram nele valores tradicionais que estariam esquecidos, ou até mesmo perdidos, e que poderiam e seriam resgatados. Estes valores eram Deus, Pátria e Família, retomando o manancial publicitário da Era Mussolini da década de 1930, na Itália.

Durante e após a campanha, foi possível identificar a resignificação da ditadura e de momentos tortuosos como sendo um dos aspectos do bolsonarismo, uma legião de pessoas que acreditavam e seguiam o “Mito”, fizeram campanha, o idolatravam e passaram a compartilhar as suas ideias e ordens que trazem o alerta de *como e porque* tantas pessoas se voltam se veem representadas por uma pessoa que, aparentemente, não tem nenhuma qualidade extraordinária em sua vida social e política. É um fenômeno que carece de estudos para que haja maiores entendimentos:

O mais interessante no fenômeno do autoritarismo político não é o ‘líder’ em si, mas o tipo de comoção e mobilização que ele produz em larga escala em pessoas que podem ser, como nos lembra Hannah Arendt, absolutamente comuns, ou mesmo bastante superficiais e medianas (Bogéa, 2021, p.7).

A identificação de grande parte da população brasileira com esse líder nos apresenta como o Eu se estrutura a partir das ideologias, como a psicologia do indivíduo está ligada ao seu meio social. Na falta do Eu ou a busca do eu ideal nos leva para o narcisismo existente em todo ser, Diogo Bogéa cita que:

A identificação com o líder é sempre narcísica. No primeiro caso, uma espécie de narcisismo projetivo: aquilo que me falta, o ‘ideal de eu’ ao qual estou bem longe de corresponder na realidade está lá, neste outro que o encarna com perfeição (Bogéa, 2021, p. 23).

A construção do líder se dá pela escolha de um nome/alguém, invenção de uma ideologia, um conjunto de regras e grandes semelhanças com as ideias que possuem em si e que precisam ser ditadas e expressadas. O líder, como afirma Bogéa (2021), possuirá

Aquelas características que julgo possuir e das quais muito me orgulho e vanglorio em eterna autocomplacência estão também justamente lá, neste outro que se candidata a ser meu líder, só que nele essas características estão elevadas à enésima potência. Ele é como um espelho hiperbólico que ressalta com nitidez e perfeição aqueles traços que mais amo em minha própria personalidade (Bogéa, 2021, p. 22).

Percebe-se que o que ligaria algumas pessoas ao bolsonarismo é uma espécie de “lente de aumento”, na qual Bolsonaro representa publicamente o que cada um internaliza e acredita: ele é a “voz” do que querem ser e das relações sociais e crenças. De modo que estas pessoas podem assumir a ideia de que “o meu ideal deixa de ser individual e solitário e passa a ser plural e a ecoar ao País”.

Acredita-se que o perfil dos eleitores é um reflexo da sociedade histórica na qual o Brasil foi colonizado: fomos sempre colônia e sempre “vivemos uma realidade senhorial”. Assim, Bogéa sinaliza que:

A convivência prolongada nessa situação social colonial, senhorial e escravista – tendo a escravidão uma configuração bem específica quanto à descendência dos senhores e dos escravizados – acabou por gerar uma sociedade extremamente autoritária, machista, racista e classista (Bogéa, 2021, p. 7).

Neste contexto, o candidato Bolsonaro era pouco mais do que uma representação daquilo que internalizam as pessoas como valores para si, apesar de todas as barbaridades ditas e pregadas por ele. De modo que todo o seu discurso nada mais é exteriorização do que se manifesta no plano individual de muitos, e ele foi escolhido como o porta-voz de tudo que acreditam:

Bolsonaro não está lá ‘apesar’ de todas as atrocidades que diz e representa. Ele está lá *por causa de* todas as atrocidades que diz e representa. Está lá porque soube – ou souberam para ele – capturar e capitalizar em cima das forças agressivas e violentas que, por um lado, construíram a história extremamente agressiva e violenta do nosso país. As mesmas forças agressivas e violentas que, por outro lado, pelo cultivo de uma imagem idealizada e ilusória de humano associada a uma educação baseada em repressão, seguiram ‘proliferando no escuro’, famintas por expressão. Ele é a voz dessas forças. Seja pelo sadismo ou pelo masoquismo. E enquanto for esse o tesão, será difícil nos livrarmos do bolsonarismo (Bogéa, 2021, p. 24).

Bogéa cita que a sustentação da fantasia nega a realidade. Percebe-se que os bolsonaristas negam fatos históricos, evidências científicas e vivem de irrealidades ditas por

seu líder. Identifica-se que a negação e a irresponsabilidade com o real trouxeram à sociedade o fenômeno das *fake news*, dado que uma parte desta sociedade mesma sociedade acredita nelas como se fossem reais.

Como mencionara há mais de dois milênios o filósofo Aristóteles, o homem, embora tenha “o desejo de conhecer”, torna-se escravo das suas fantasias e poderá, em muitos momentos, negar a realidade:

Nossa lida com as circunstâncias e informações que recebemos não parece ser primariamente racional, no sentido de avaliação distanciada, comparação, exame minucioso de possíveis causas e consequências, num trabalho exclusivamente intelectual sempre orientado para a verdade e a realidade, que só depois de um bom tempo gera uma *decisão bem fundamentada*. Nossa lida com a realidade parece ser primariamente afetiva, preconceituosa e toda atravessada por ilusões – isto é, remodelações de parcelas mais ou menos amplas da realidade para que corresponda um tanto mais aos nossos desejos de onipotência (Bogéa, 2021, p. 29).

Assim, a pessoa não nega a verdade por razões racionais, mas por acreditar no que vê através das notícias mentirosas e também por acreditar nas ilusões vistas e no valor afetivo que elas têm:

Abraçam com total confiança a *fake news* mais tosca que receberam no grupo do trabalho ou da família no *whatsapp*. É o que o *poder* das redes afetivas, dos desejos e das fantasias é muito maior do que o limitado poder da articulação racional. Vivemos imersos em fantasias entrelaçadas em complexas redes afetivas. No entanto, nossas fantasias e nossas redes afetivas podem ser mais ou menos limitantes, mais ou menos inclusivas, mais ou menos reprodutoras de valores socialmente estabelecidos, mais ou menos, criativas (Bogéa, 2021, p. 32).

Desta forma, percebe-se que há um mundo fantasioso e imaginário diante do bolsonarismo. Este movimento todo é um emaranhado de crenças e ideais que prevalece um fascínio ao fascismo e ao seu líder, onde seus seguidores cultuam e defendem essa figura de forma exagerada, não levando em consideração a realidade, chegando ao ponto de não saberem diferenciar fatos de *fakes*.

### **SEÇÃO III- A SOCIEDADE DO COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES**

Como já dito as redes sociais vêm desempenhando um papel significativo na sociedade, as relações entre pessoas estão sendo cada vez mais comuns através das redes sociais. Expressar ideias, opiniões compartilhar fotos, viagens, localização, tudo hoje está nas redes. A sociedade do compartilhamento de informações em tempo real, no contexto da interatividade e socialização de conteúdos on-line, passou a compartilhar tudo o que faz inclusive suas opiniões.

Muitos precisam compartilhar para serem vistos, outros precisam expressar suas opiniões e há, ainda, os que precisam lucrar com os compartilhamentos.

Com isso, discorreremos sobre alguns temas que surgiram a partir desse fenômeno que envolve tecnologias e vida social.

### 3.1 O Compartilhamento de informações

A busca por informações principalmente em tempo real está nos transformando em uma sociedade que procura o conhecimento. Estamos o tempo inteiro sendo bombardeados por notícias e informações, imagens e mensagens, tudo tem um significado e podemos acessá-las na hora que quisermos.

A mudança na dinâmica da transmissão de informações, o fato de qualquer pessoa ter capacidade de produzir tudo e qualquer coisa, em que muitas notícias e fatos se misturam com meias-verdades e inverdades traz consequências desastrosas para o mundo a depender do grau de verdade proferido.

O acesso a informações nunca esteve tão fácil de ser alcançado, assim como ficou fácil informar erroneamente sobre qualquer tema. A liberdade na criação de conteúdo para as redes sociais dá abertura para que pessoas possam produzir notícias com conteúdo falso, uma vez que não cumprem a deontologia do jornalismo, tal como indica Santaella:

Tradicionalmente, na era hegemônica da comunicação de massas, as notícias eram fabricadas em fontes restritas, relativamente confiáveis na medida em que deveriam seguir práticas baseadas em códigos estritos de deontologia, ou seja, o conjunto de deveres, princípios e normas adotadas por um determinado grupo profissional, nesse caso, a profissão de jornalista (Santaella, 2018, p. 22.).

À medida que a publicação de tais conteúdos gera interesse de quem se identifica o próximo passo, depois de familiarizar-se com o assunto é o compartilhamento. Santaella acrescenta que “A internet e as redes sociais instauraram uma lógica inédita imensamente facilitadora para a publicação e o compartilhamento. Tal lógica atingiu seu pico a partir das mídias móveis que permitem a publicação e interação de qualquer ponto do espaço, no momento em que se desejar” (SANTAELLA, 2018, p. 23).

As fontes de informações estão mudando e a utilização das redes sociais se tornou uma fonte bastante buscada e acessada. Assim, além da conexão entre pessoas, as redes se tornam esse meio de conhecimento. Não obstante isso, o alto número de publicações nesse ambiente e

a facilidade de qualquer pessoa produzir informações faz com que muita coisa nos chegue sem ser verdade: alguma notícia falsa pode parecer verdade e pode conter até uma parte da verdade para parecer verdadeira.

A rapidez e falsa concepção de que a internet é “terra sem lei” estimularam a produção e compartilhamento de tudo e qualquer coisa, talvez o fato de termos acesso à muita informação nos faça crer e não prever que nem tudo deve ser acreditado. É importante ressaltar que é necessário que haja preocupação “com o que produzo e compartilho”.

Em 2014 foi criada a Lei nº 12.965, mais conhecida como Marco Civil da Internet, que “dá garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil”. Isso significa que usar a internet não dá direito absoluto e é necessário ter em mente que o que se faz nas redes pode e deve ser de feito de maneira idônea porque produz e cabe responsabilização cível ou criminal daquele que excede o que é permitido.

Entender que há leis e regulamentos que visam garantir a segurança dos usuários é um grande passo para frear irresponsabilidade de diversos compartilhamentos e conteúdo nos espaços virtuais. Desta forma, o compartilhamento de informações deve seguir processos de responsabilidades que visem, antes de tudo, ter consciência sobre o que se divulga e compartilha.

É necessário que os juízos de valores não sejam tomados como base e que nossas emoções não nos levem a ofender e diminuir ninguém. Além disso, é preciso ter responsabilidade, bom senso a fim de que não produzamos discursos odiosos ou *fake news* para serem compartilhadas.

### 3.2 *Fake news*: postagens

A utilização das redes sociais, mídias e dos veículos digitais é uma marca da sociedade atual, já mencionamos anteriormente que nem toda notícia é confiável, visto que, a internet é um mundo em que encontramos de coisas boas e ruins. É importante ressaltar que os internautas acessam as mídias para diversos fins, pode ser para obter informações pessoais, para acesso de notícias, para criação de conteúdos de entretenimento, divulgação de opiniões, etc.

Devido isso, muitas informações podem se misturar e confundir o internauta, levando-o a consumir informações que não lhe agregam valor, muitas são as intenções de quem usa a internet, e ela se torna uma ferramenta para variados fins e, segundo Ferreira e Matoso, ela nos encaminha para o lado econômico e político também, nessas palavras:

Diga-se de passagem que a exposição dos internautas às informações possuem finalidades das mais diversas, mas, notadamente, vinculadas ao espectro

econômico e político, e vale considerar que a evolução tecnológica propicia, cada vez mais, o direcionamento e a exposição de internautas a determinados conteúdos (Ferreira e Matoso, 2022, p. 3).

Com a revolução tecnológica, chegamos ao chamado algoritmos, que nos direcionam para determinados assuntos, “algoritmos e inteligências artificiais mapeiam e rodam rotinas, com base em dados disponíveis na rede mundial de computadores para determinar perfis de destinatários da informação” (Ferreira e Matoso, 2022, p.2). Uma vez identificado o perfil, os conteúdos afins serão sempre mostrados, ou seja, o internauta sempre estará exposto aos mesmos ou a semelhantes assuntos.

Os direcionamentos de conteúdos funcionam como um filtro que direciona determinado conteúdo para a pessoa: “Os algoritmos determinam, quanto ao conteúdo, o que vai aparecer, quando e para quem, essa multiplicidade de variáveis, suas combinações e interações, que são reguladas pelos algoritmos.” (Nogueira, 2019, p. 5).

Sabendo disso, os algoritmos servem também como cúmplice das *fake news*, muitas delas circulam em virtude dos “trabalhos dos algoritmos”, há preocupação em como as programações influenciam sobre a consciência do ser humano, Gilder alerta que:

O novo sistema de mundo precisa reverter essas posições, exaltando as singularidades da criação: a mente acima da matéria, a consciência humana acima dos mecanismos, a inteligência real acima da mera busca algorítmica, o aprendizado com propósito acima da evolução irracional, e a verdade acima da possibilidade. Um novo sistema é capaz de abrir um era heroica de conquistas humanas (Gilder, 2021, p. 276).

O autor mostra-se preocupado porque as notícias falsas são um grande mal para a sociedade, Sanchez denomina *fake news* como sendo uma informação falsa que pode aparentar várias características e estar em diversos locais, como se descreve abaixo:

...mentiras, informações falsas ou duvidosas, total ou parcialmente inventadas com objetivo de calúnia, boato ou difamação. Não necessariamente aparecem no formato de gênero noticioso, já que podem ser encontradas como mensagens e postagens compartilhadas em mídias sociais ou aplicativos de mensagens. Também encontramos fakes News em imagens manipuladas (fatos ou vídeos) e áudio, principalmente utilizando a técnica do deep fake, que imita imagens e sons humanos a partir de inteligência artificial (Sanchez, 2021, p. 3).

Assim como podem aparecer em diversos locais, elas também podem apresentar em diferentes maneiras, Wardle defende que há sete tipos de *fake news*: falsa conexão, falso contexto, manipulação de conteúdo, sátira ou paródia, conteúdo enganoso, conteúdo impostor, conteúdo fabricado.

## O ecossistema da desinformação



Fonte: Claire Wardle/ First Draft News

Os sete tipos de *fake news* existem e têm por objetivo disseminação de boatos. É um problema real e precisa ser combatido, pois causa danos, por vezes, irreversíveis. No ambiente político elas podem alterar os rumos da democracia. Geralmente os discursos são exagerados, sensacionalistas e podem ou não aparentar ser falsos. O acesso à informação é o ponto fundamental para o fortalecimento da democracia, se as notícias são falsas a transparência e os benefícios da verdadeira e justa informação caem por terra.

A velocidade da disseminação de notícias falsas e o poder destas notícias de alcançar um grande número de pessoas constituem um problema, porque circulam mais rápido que as verdadeiras e desmenti-las é quase impossível. Assim merece razão Mello quando escreve que:

Como sabemos, *fake news* circulam com muito mais velocidade que as notícias verdadeiras. Segundo um estudo do Massachusetts *Institute of Technology*, notícias falsas têm probabilidade 70% maior de serem retuitadas do que as verdadeiras. E as notícias verdadeiras levam seis vezes mais tempo que as *fake news* para atingir o número-padrão de 1500 pessoas (Mello, 2020, p. 195).

### 3.3 Realidade *versus* alienação

Manter-se informado é buscar, além do conhecimento, satisfação própria. Busca-se o que se considera relevante para si, muitas das notícias procuradas dizem respeito ao cotidiano e a assuntos relacionados com a sociedade. A política é um dos temas que mais geram interesse



na população, mas ela se torna controversa quando, agora na era da informação, em que muitos se tornaram agentes na produção de notícias, alguns temas abordados passaram a ser produzidos com o intuito de manipular, transmitir falsas notícias, confundindo as pessoas e tornando-as alienadas quanto à realidade.

O papel essencial que a propaganda política desempenhou ao confundir e manipular as populações [...] num mundo incompreensível e em constante mudança, as massas chegaram a um ponto em que acreditavam, ao mesmo tempo, em tudo e em nada, achavam que tudo era possível e que nada era verdade (Arendt, 2013, p. 332).

A propaganda política é usada como tática para estreitar relações entre os grupos iguais e angariar votos dos que pensam diferentes. Jean-Marie Domenach no livro “A Propaganda Política” cita que “Um dos fenômenos dominantes da primeira metade do século XX é a propaganda política. Sem ela, os grandes acontecimentos da nossa época: a revolução comunista e o fascismo, não seriam sequer concebíveis” (Domenach, 1963, p. 3.)

Percebe-se que a propaganda política é relevante para os resultados, no mundo eleitoral tudo passa a ser válido vão desde o ataque aos adversários até a confecção de falsas notícias, sem preocupar-se com os impactos e gravidades que atitudes como essas causam. A arma mais vista para angariar votos é o uso da manipulação psicológica das massas, procura-se centrar, também nisso, para o alcance de resultados. Arendt realiza interessante reflexão sobre isto:

Os líderes totalitários basearam a sua propaganda no pressuposto psicológico correto de que, em tais condições, era possível fazer com que as pessoas acreditassem nas mais fantásticas afirmações em determinado dia, na certeza de que, se recebessem no dia seguinte a prova irrefutável da sua inverdade, apelariam para o cinismo; em lugar de abandonarem os líderes que lhes haviam mentido, diriam que sempre souberam que a armação era falsa, e admiraríamos líderes pela grande esperteza tática (Arendt, 2013, p. 333).

Alienados os eleitores enxergam-se no outro, personificado no que ele não pode ser e vê a realização de seus desejos mais íntimos expressados no seu candidato.

A alienação ocorre em razão da variante (vertente) da vontade orgânica, ou seja, o já citado desejo, o desejo do homem unidimensional. Um desejo de ser o outro porque não se consegue ser você mesmo, porque sua maneira de ver e interpretar o mundo está reprimida por si e também pela representação dos coletivos (Rodrigues, 2006, p. 69).

Utilizando-se de tais facetas os líderes, através de suas propagandas, fazem com que eleitores que não procurem veracidade de informações, fiquem alienados diante da realidade. Em muitos casos já não conseguem distinguir o que é realidade. O sujeito alienado não distingue o que é fato ou real, é como se perdesse a consciência ou se quisesse perdê-la.

Silva e Silva afirmam que a alienação tem algumas definições, variando conforme a área:

Do ponto de vista filosófico o sujeito alienado é aquele que não reconhece a si mesmo, que não compreende a sua força e, portanto, acredita que não a possui individualidade suficiente para ele ter o poder, e sempre se coloca como subalterno de outrem. Ele passa a ver o mundo pela perspectiva do outro e não pela sua própria e por menos é independente. Esse sujeito acredita ser outra coisa que ele não é, já que o dominante o manipula (Silva & Silva, 2020, p. 10).

No Brasil, ficou muito nítida a alienação de parte dos eleitores quando notícias começaram tendenciosas, mentirosas começaram a ser divulgadas principalmente pelo aplicativo do WhatsApp. Um dos candidatos se tornou e se autoproclamou o “Mito”, prometendo que traria a ordem, acabaria com a corrupção, reacenderia os valores familiar, divino e o amor e respeito à Pátria. Muitos, assolados pelo período de divulgação de muitas corrupções, viram refletidos nele valores que guardavam apenas para si.

Um mundo privado de alegria é entregue ao império dos mitos A função desses é de aproximar o desejo obscuro, informulado, de sua satisfação: entre aquele e essa não subsiste mais que diminuto intervalo que a luta e o sacrifício preencherão; essa distância já fora abolida pelas imagens, pelos cantos, pelos discursos, pelas bandeiras desfraldadas e desfiles ameaçadores: o alvo está quase ao alcance de nossas mãos e nos regozijamos de antemão pela felicidade que nos proporciona; milhões de homens "vivem" a terra prometida graças a essa exaltação poética da multidão, que decuplica a fé, antecipando sem dores o futuro. O mito é uma participação antecipada, que preenche um momento e reaviva o desejo de felicidade e o instinto de potência; o mito é indissolavelmente promessa e comunhão (Domenach, 1963, p. 36).

Diante dessa realidade aproveitou-se também para alavancar os discursos de ódio, a campanha Bolsonaroista foi vista como uma das que mais incentivou o ódio contra as minorias, ela parece tem muitas semelhanças com a propaganda hitlerista que

mergulha suas raízes nas mais obscuras zonas do inconsciente coletivo, ao gabar a pureza do sangue, ao glorificar os instintos elementares de violência e destruição, ao renovar por meio da cruz gamada remotíssima mitologia solar (Domenach, 1963, p. 15).

Tendo como objetivo ganhar as eleições independentes de como se chegaria a essa vitória, muitos políticos usam como tática provocar o ódio contra os adversários. Tática já usada por Lênin, como cita Kakutani.

Lênin explicou certa vez que sua terminologia era calculada para provocar o ódio, a aversão e o desprezo – esse tipo de palavreado era calculado não para convencer, mas para desmobilizar o adversário; não para corrigir o erro do inimigo, mas para destruí-lo, mas para varrê-lo da face da Terra (Kakutani, 2018, p. 83).

Todos os meios utilizados perpassam pelo mesmo objetivo: alcançar a vitória. Antes de alcançá-la, a propaganda pode de tal modo convencer o eleitor que ele passa a não só acreditar como também produzir e compartilhar por conta própria propagandas para seu candidato, ele torna-se uma espécie de cabo eleitoral, mas por livre escolha e passa a compartilhar dos mesmos valores de seu candidato.

### 3.4 O alto consumo de *fake news*

O alto consumo das *fake news* vistos nos últimos anos, principalmente nas campanhas políticas, nos alerta para os motivos que levam a esse fenômeno. A busca pelos resultados reflete na divulgação de notícias falsas com objetivo de aumentar a reputação de um candidato prejudicar o outro. Applebaum (*apud* Kakutani) observa que

a maioria dos neobolcheviques de maior sucesso criou ‘mídias alternativas’ próprias, especializadas na disseminação de desinformações, na propagação do ódio e na provocação de adversários. Suas mentiras são tanto respostas automáticas como uma questão de princípios: eles acreditam “que a moralidade comum não se aplica a eles... Em um mundo podre, a verdade pode ser sacrificada em nome ‘do Povo’ ou, como uma forma de direcionamento, os ‘Inimigos do Povo’. Na luta pelo poder, qualquer coisa é permitida (Kakutani, 2018, p. 88).

Acredita-se que o consumo das falsas notícias vem de um fenômeno chamado “viés de confirmação, ou seja, a nossa tendência a concordar com a informação ou leitura da realidade que mais se aproxime do que acreditamos sempre existente, tende a ser intensificado nesse processo comunicacional, o que favorece a desinformação” (Corsalette, 2018, áudio).

Acreditamos no que está mais de acordo com as nossas opiniões, à medida que vamos formando opinião ficamos mais concentrados no que é mais ligado a ela, quando recebemos informações que não sustentam o que vai de encontro com o que pensamos, tendemos a desqualificá-la e descartá-la. Dessa forma, o psicólogo Cristiano Nabuco do que “se eu recebo uma fake que está de acordo com o que eu acredito eu vou valorizar essa fake” e, com isso, o compartilhamento em muitos casos será inevitável.

Tudo isso é potencializado pelos algoritmos que evidenciam os conteúdos com maiores engajamentos, e nisso, as notícias falsas ganham em disparado:

Os algoritmos das redes sociais –que mostram às pessoas as notícias que são mais populares em vez das corretas ou importantes– estão ajudando a promover teorias da conspiração. Esse tipo de conteúdo extremista pode afetar a maneira como as pessoas pensam e se infiltrar nos debates sobre políticas públicas em assuntos como vacinas, leis de zoneamento territorial e fluoretação da água. De acordo com Diresta, parte do problema é uma ‘assimetria de paixões’ nas redes sociais: enquanto a maioria das pessoas não

dedica horas a escrever posts que reforcem o óbvio, ‘seguidores fanáticos e extremistas produzem um sem-fim de conteúdo no seu compromisso de ‘despertar o rebanho’ (Kakutani, 2018, p. 55).

Como o indivíduo busca fundamentar as suas próprias opiniões (embora posteriormente às conclusões escolhidas), o viés de cada (des)informação e o impulsionamento pelos algoritmos o manterá em uma bolha que o levará a sempre estar a par de certas notícias que vão ao encontro da sua própria opinião. Superestimamos o que vai ao encontro das nossas crenças e desvalorizamos o contrário. Neste contexto, a opção ideal de “buscar informações” ficará na seara de cada pessoa que decidirá a forma como quererá confirmar ou combater a (des)informação.

Deixamos, em muitos momentos, que a vontade de enxergar o próprio ideal no outro, a minha opinião sendo a principal, o significado das coisas reais perdido ou minorado, pois somos levados em grande parte pela emoção. Como diz Rodrigues:

Caminhos do significado até ser interpretado pelo homem - o da razão e o da emoção. Ou o homem aprende o *signifié* de Descartes tendo em vista o que se considera lógico e racionalmente aceito pelos padrões do organismo social a qual pertence ou o apreende através do irracional, tratado pelo filósofo como o núcleo das emoções e sentimentos apaixonantes da alma (Rodrigues, 2006, 32).

O alto consumo de *fake news* gera certo dano ao entendimento das pessoas, o jornalista Rogério Galindo (2023, página online), na reportagem intitulada “O bolsonarismo virou caso de psiquiatra”, nos mostra que, após o resultado das eleições de 2022, os bolsonaristas não aceitaram a derrota diante das urnas. Neste contexto, houve um alto consumo de notícias falsas pelos bolsonaristas que resultou na não aceitação acerca da vitória de Luiz Inácio Lula da Silva nas urnas. Ampliando a sua análise, Galindo compara a reação da extrema direita com a cena do grupo de comediantes britânicos Monty Python:

[Há uma] luta entre dois cavaleiros medievais, que o Benett gosta de citar. Um deles decepa os braços do outro, depois as pernas, o sujeito fica só tronco e cabeça e, mesmo assim, não se rende. Diz que talvez possa aceitar que foi um empate. O bolsonarismo, como mostra a charge genial do Benett, está mais ou menos nessa situação (Galindo, 2023, texto online).

Em conexão com o dito até este momento, percebe-se a informação falsa ou *fake news* como propiciadora de criação de bolha capaz de tornar o real irreal pela crença construída pelo consumo excessivo em redes sociais, seja a negação da ciência, a crença na existência de conspiração até a negação do resultado eleitoral mais recentemente na eleição presidencial de 2022. Assim, pode-se constatar que os eleitores do Bolsonaro parecem não acreditar em fatos, ou simplesmente não aceitam os fatos. Ao contrário das evidências da ciência, preferem ser

contrários baseados fundamentalmente em notícias falsas que se retroalimentam pelo compartilhamento de *fake news* nas bolhas sem filtros dos grupos e das redes sociais. Transcrevemos citação na qual estão reunidos os temas escolhidos para combate pelos eleitores como reflexo das ideias do ex-presidente do Brasil recente:

A gestão Messias Bolsonaro elegeu a cultura como inimiga, em conjunto com educação, ciências, artes, universidades públicas e temas relativos às mal denominadas minorias, em especial às suas manifestações de gênero, afro-brasileiras, LGBT e dos povos originários (Rubim, 2020, p. 3).

Atribuímos o apoio de uma parte dos brasileiros a sua vivência nas bolhas de informação dos grupos de extrema direita divulgadoras de *fake news* facilitando que a gestão administrativa de Bolsonaro negligenciasse as minorias, as mulheres, os indígenas, os contagiados por covid. Assim, mostrou-se o lado mais insensato e desumano do bolsonarismo, principalmente porque um presidente está obrigado a governar para todos os brasileiros, embora não tivesse sido eleito pelas minorias.

Neste contexto, é preciso vincular a proliferação das *fake news* com a ignorância [na ciência, na urna eletrônica, por exemplo] e a crença na realidade construída pelos artífices do bolsonarismo. O resultado atual é pessoas que participam dos grupos bolsonaristas que ostentam credibilidade zero na sociedade mais esclarecida e não consumidores de *fake news*. Assim as coisas, os bolsonaristas passaram a ser vistos como doentes acometidos de males psiquiátricos, pois, como citado por Galindo “esse pessoal parece que simplesmente se recusa a entender as coisas” (Galindo, 2023, texto online).

Desacreditar a verdade é no mínimo se tornar uma pessoa vivente de um mundo em que só o que eu penso existe. Joel Birman, no livro “Freud e a Filosofia”, narra como foi à descoberta da psiquiatria e a busca por ser reconhecida como uma especialidade médica, a grande indagação era sobre os sintomas que os adoecidos apresentavam, visto que, para a medicina as enfermidades tinham que ser vistas e apresentáveis, “as enfermidades se materializariam sempre por uma lesão anatômica a qual explicaria os diferentes sintomas presentes nas diversas doenças somáticas, mesmo que estas pudessem ter causas diferentes e múltiplas” (Birman, 2003, p. 18).

Podemos fazer uma comparação com o período em que a psiquiatria buscava ser inserida na medicina com a busca por tentar descrever quais são os males que acometem os bolsonaristas. Pois, diante de tantas evidências, notícias e fatos eles escolhem ficar na ignorância de suas ideologias. As suas ações demonstram que, mesmo diante de dados, eles insistem e dizer que tudo é conspiração.

O que se colocou como um real impasse teórico para a psiquiatria foi a sua impossibilidade de inscrever a alienação mental nessa exigência epistemológica, de forma a se legitimar como uma especialidade médica. Isso porque o corpo anatômico dos ditos alienados se mostrava silencioso em relação à questão, não evidenciando qualquer lesão capaz de justificar a pretensão médica da psiquiatria. Com efeito, os cérebros dos supostos doentes, definido pela psiquiatria como sendo o órgão onde as lesões deveriam ocorrer, não indicavam absolutamente sinais das mesmas. Como legitimar então que fosse uma enfermidade? (Birman, 2003, p. 18).

Assim como surgiu a dúvida de como legitimar a enfermidade psiquiátrica na medicina, surge também em nós interrogações sobre se o comportamento dos extremistas da direita é passível de ser considerada uma enfermidade psíquica, pois, ao contrário dos tempos antigos, cujo conhecimento era mais limitado, hoje se tem acesso a informações em tempo real e em qualquer lugar.

Ainda que consideremos o excesso de informações um fator de dificuldade, uma vez que separar o que é verdadeiro, o que é relevante pode ser um tanto trabalhoso, mesmo assim, as informações estão disponíveis e bastam interesse e vontade de conhecer a verdade para que se separe o que é real do que não seja real.

Muitas foram às teorias surgidas após o resultado das eleições, segundo o site BBC “teorias sobre o que poderia acontecer passaram a circular nas redes sociais. Algumas mensagens previam a prisão de Lula antes da cerimônia de transmissão do cargo, enquanto outras confabulavam sobre um golpe militar em planejamento”, mas, como é sabido, nada era real. Tudo não passava de um conglomerado de notícias com intuito de confundir ou alimentar os desejos dos antidemocráticos insatisfeitos com o presidente que foi eleito.

Todo esse comportamento gera a onda de aceitação aos que pensam iguais e uma irrefutável descrença dos que enxergam diferentes. As ideias vão além das divergências, pois, é impossível aceitar que pessoas deixem seu ego e desejos tomar conta da realidade comprometendo o bem-estar e a harmonia social.

### 3.5 O excesso de informação e os limites de leitura

Será que a sociedade está gerando conteúdo demais? O excesso de informação e a livre produção na internet pode gerar uma espécie de patologia que afeta a todos nós: é praticamente impossível reter tudo que lemos, vemos, ouvimos na memória. As informações em excesso acabam nos tornando desmemoriado e desconcentrado, como afirma Daniela Ingui:

Mais recentemente, as falhas no processo de consolidação da memória em jovens passaram a ser associadas à falta de concentração durante a leitura de

um texto digital. A explicação seria de que o excesso de informações e estímulos da internet estaria produzindo um usuário multitarefa e, portanto, menos concentrado, o que acabaria por prejudicar a memorização da informação (Ingui, 2011, p. 12).

Não são somente as muitas informações que nos deixam assim, mas também o excesso de estímulos contribui consideravelmente para o enfraquecimento de nossa memória, não lemos mais como antes, Carr (2011) acredita que o “deslocamento do papel para a tela não mudou apenas o modo como navegamos um escrito. Também influencia o grau de atenção que dedicamos a ele e a profundidade da imersão nele” (Carr, 2011, p. 99). Não temos mais a mesma qualidade de memorização, ele acrescenta que

Ao combinar muitos tipos diferentes de informação em uma única tela, a rede multimídia fragmenta ainda mais o conteúdo e dilacera a nossa concentração. Uma única página pode conter umas poucas porções de texto, um trecho de vídeo ou áudio, um conjunto de ferramentas de navegação, vários anúncios e várias pequenas aplicações de software, ou ‘*widgets*’, rodando nas suas próprias janelas. Todos nós sabemos o quanto de distração pode trazer essa cacofonia de estímulo (Carr, 2011, p. 100).

Os livros, antigamente, nos prendiam o foco, conseguíamos nos concentrar e aprofundar em apenas um tema, assunto, por amplo lapso de tempo, e agora, rodeados de hipertextos, nos vemos cada vez mais distraídos, menos seletivos e incapazes de discernir o que realmente importa. O mundo anda cada vez mais apressado, a gama de informações nos leva ao novo o tempo todo, Renan Rodrigues, no livro *A desconstrução da informação*, cita que “A era da informação é uma época em que sempre se está em busca de algo novo, original; algo criativo e ao mesmo tempo lúcido” (Rodrigues, 2006, p. 21).

Vemo-nos diante de muita produção. Diante de tantas informações, tantas dúvidas do que é real, a sociedade passou, cada vez mais, a desconfiar e acreditar nas notícias. Faz-se necessário saber separar informações sensatas das que em nada nos acrescenta, pois os limites do que se lê deve ser levado em consideração, visto que nem tudo que está nas mídias deve ser aproveitado.

Todo caminho percorrido é importante para que seja um caminho de conhecimento. Transformar pessoa desde a formação escolar em pessoas críticas no meio virtual é um processo que demanda anos em crescente conhecimento do ambiente virtual como inerente aos nativos digitais. O fato é que incentivar os mais jovens nesse processo pode ser um papel complicado, mas passível de sucesso e mudanças.

O efeito democratizador da internet é de suma importância em diversos aspectos. O primeiro deles é que o ambiente informacional se tornou acessível a quase todos. Mais e mais pessoas podem participar do ato de informar, publicar, editar e promover qualquer material

online, por isso, voltar-se para a formação de leitores que compreendam o que leem é importante para que haja qualidade de informação.

Muitos ainda não possuem senso crítico suficiente para desconfiar do que se lê nas notícias e informações da internet. Fomos de leitores de livros a leitores de pequenas postagens nas redes sociais. Os textos passaram a vir acompanhado de imagens, de sons, de animações que nos levam a vários estímulos.

A internet nos apresenta novos meios e precisamos estar atentos à qualidade disso tudo, alguns ainda acreditam que se “tá na net, é verdade”. Estes parecem não perceber ou não querer perceber sobre como a qualidade da informação pode ser um problema, em muitos casos, eles só passam a se importar quando sofrem algum prejuízo dela, seja por compartilharem algo ruim a seu respeito, seja por pesquisarem e divulgarem notícias erradas.

Avaliar a qualidade da informação é difícil para qualquer um. Para os mais jovens torna-se ainda mais difícil, pois ainda não estão com seu cérebro e nem senso crítico totalmente desenvolvido.

Para crianças, os processos de avaliação são ainda mais difíceis do que para os adultos. A distinção entre informação de alta e baixa qualidade é mais difícil para as crianças do que para os adultos, por várias razões. A razão mais simples é que seus cérebros ainda não estão totalmente desenvolvidos. Outra é que muitos jovens têm uma amplitude de atenção mais curta do que muitos adultos. A atenção é essencial para a avaliação cuidadosa da qualidade da informação (Palfrey & Grasser, 2011, p. 187).

O fato de estarem ainda se desenvolvendo e de ainda não terem experiências próprias para comparar informações que estão avaliando dificulta o poder de seleção na qualidade da informação. Os autores Palfrey e Grasser traçam os seguintes esclarecimentos:

Os neurocientistas têm mostrado que os adolescentes não têm um córtex pré-frontal em pleno funcionamento, uma área do cérebro fortemente envolvida na seleção, na interpretação, na avaliação, na modificação e na ordenação de informações semânticas. Isso sugere, entre outras coisas que os adolescentes não estão tão bem equipados para prever as consequências de suas ações e planejar antecipadamente (Palfrey & Grasser, 2011, p. 186).

Diante disso, percebe-se que ainda não conseguem sentir o impacto e nem prevenir os riscos que uma desinformação pode causar em longo e curto prazo e nem em grande ou pequena escala. Daí surge à importância da leitura e compreensão das informações construídas para a divulgação na internet, as pessoas precisam ser educadas para que suas ações não lhes prejudiquem e nem prejudiquem os demais, além de torná-las protagonistas das próprias ações para que façam escolhas conscientes.



Trata-se de aprender a ler as notícias na era digital. A leitura sempre foi de grande importância para a sociedade. A leitura é uma conquista do ser humano em seu processo evolutivo e todos precisam sentir identificação com aquilo que leem. Além disso, a leitura pode, muitas vezes, estar diretamente relacionada à vida e experiências da pessoa. Visto dessa maneira, podemos enxergar a internet como aliada, pois ela fornece um grande material de leitura, por isso é muito importante desenvolver o senso crítico de todos para que saibam diferenciar o que é bom do que é ruim.

## SEÇÃO IV- UM MODELO DE ANÁLISE DE ALGUMAS POSTAGENS PÚBLICAS

Com o intuito de analisar as postagens encontradas na internet partimos do pressuposto de analisar imagens disponíveis nas redes sociais - em grupos de *WhatsApp*, que por questões de privacidade não citaremos nomes – com viés voltado para temas políticos que tratam sobre negação da realidade, discursos de ódio, paralelismo entre negacionismo e veracidade científica e desinformação. Chamamos de postagens públicas porque nos remetem, em sua maioria, a personalidades do meio político como o ex-presidente Jair Bolsonaro, além de jornalistas e filósofos e foram disponibilizadas em aplicativos (mídias sociais) de livre acesso, ou seja, públicos.

Analisamos, nesta seção, como todo discurso, segundo Perelman e Breton, se direciona a um público e será esse público, ávido de crenças que irá consumir e dará razão de o ser, porque se veem diante do que querem escutar. Partindo desse pressuposto, discorreremos sobre a questão da ética, defendida por Aristóteles, e a argumentação como instrumento de convencer e persuadir.

Dentro das análises, é possível perceber a fragilização de direitos, da moral e de instituições e isto nos fez refletir sobre como a viralização de notícias de cunho tendencioso e preconceituoso pode enfraquecer a democracia e mudar os rumos de decisões sociais importantes.

### 4.1 Argumentação e Lógica na base do convencimento ou da persuasão

Todo discurso tem como objetivo influenciar o outro para Amossy: “toda troca verbal repousa sobre um jogo de influências mútuas e sobre a tentativa, mais ou menos consciente e reconhecida, de usar a fala para agir sobre o outro.” (2011, p.1). Sobre a argumentação, Óleron afirma que

a argumentação é a maneira pela qual uma pessoa – ou um grupo – esforça-se para levar um auditório a adotar uma posição por meio de apresentações ou asserções – argumentos – que visam a demonstrar sua validade ou pertinência (Oléron, 1987, p. 4).

Para Perelman, “Dentre as condições prévias da argumentação, deve-se levar em consideração o desejo de persuadir, o de escutar e de se deixar convencer, [e] existência de uma linguagem comum ao orador e ao auditório” (1968, p. 505). Acredita-se que uma pessoa convencida se comporta conforme as razões pelas quais foi convencido, o ato de argumentar envolve convencer.

É possível perceber que o autor realiza reflexão sobre a posição de orador e auditório, cujo discurso do orador se encaminha de acordo com o seu auditório e é esse que irá determinar o modo de proceder do orador. O auditório torna-se uma construção do orador e será direcionado por ele, que buscará através de meios a alcançar o objetivo de influenciar, tal como se percebe no trecho transcrito:

Para influenciar mais o auditório pode-se condicioná-lo por meios diversos: música, iluminação, jogos de massas humanas, paisagem, direção teatral. Tais meios foram conhecidos em todos os tempos, foram empregados tantos pelos primitivos como pelos gregos, pelos homens da Idade Média; os aperfeiçoamentos técnicos possibilitaram, em nossos dias, desenvolvê-los poderosamente; de modo que se viu nesses meios o essencial da ação sobre a mente humana (Perelman, 1968, p. 25).

A fim de convencer, o discurso do orador traz consigo elementos que auxiliam na construção de sua argumentação. Assim, o orador busca meios que direcionam sua plateia a acreditar no que diz.

Esta teoria de Perelman, em conexão ao tema desta dissertação, nos mostra como age a argumentação em relação a um auditório: “Para influenciar mais o auditório pode-se condicioná-lo por meios diversos: música, iluminação, jogos de massas humanas, paisagem, direção teatral”. Nestes termos, verifica-se a mesma estratégia estabelecida nas postagens públicas, cujo objetivo é centrado em alcançar um público escolhido e selecionado por ideias que pudessem criar um elemento de conexão. As postagens públicas analisadas nesta seção possuem público que as consomem e se identificam com o teor de suas mensagens e terminam acatando as intenções do produtor de conteúdo e passam a acreditar na informação recebida, fazendo assim, com que o orador –produtor da publicação– possa atingir o objetivo de disseminar sua ideia através de suas postagens. Mas isso só é possível porque o orador conhece sua plateia e sabe os argumentos que as convence.

Sobre a argumentação, Breton afirma que “a argumentação pertence à família das ações humanas que têm como objetivo convencer. [...] [Sua especificidade é] pôr em ação um raciocínio em uma situação de comunicação” (Breton, 1996, p. 3). Para ele, a argumentação é considerada com um conteúdo ou uma forma de comunicação. O argumento se desenvolve na relação de inter-relação entre o orador e o ouvinte.

A Retórica, como ciência por um lado, pode ser entendida, por outro lado, como uma prática da argumentação:

A retórica, entendida como um saber técnico, quando aplicada às situações cotidianas da vida dos indivíduos, alterará o curso dos acontecimentos interferindo não só nas suas relações sociais dialógicas, bem como no íntimo de cada um que a compartilha. Definitivamente, sem o entendimento correto

da função própria da retórica, ou com a desvalorização dessa arte, corre-se o risco de perder um instrumento eficaz para a busca da verdade, condenando o uso da linguagem a um exercício sórdido de mascaramento dos fatos com discursos pomposos, porém falaciosos; pueris, vazios, sem beleza e sem arte (Lima, 2011, p. 10).

Aristóteles, seguindo o levantamento histórico desse nosso autor, “idealizou a sua Retórica como um saber útil ao desenvolvimento da ética e à ciência política, inclusive favorecendo ao exercício democrático” (Lima, 2011, p.17). Os dois movimentos atitudinais devem ser uma constante de ação coordenada. Lima acrescenta que a persuasão não deve ultrapassar a ética:

Defende-se que a arte da persuasão não deve ser desprovida de ética, para que não se torne instrumento perigoso nas mãos de homens sem virtudes, e completa a tríade propondo que o bom orador deve saber conhecer as paixões inerentes ao ser humano, a fim de, na condição de retor, operar sobre os sentimentos de seus ouvintes, conduzindo-os de acordo com o encaminhamento do próprio discurso persuasivo (Lima, 2011, p. 20).

Importante citar que a prática da argumentação não deve se desvencilhar da ética, da boa conduta do cidadão em relação ao caminho do que é certo e o desvia ou aponta o que é errado. Quando Aristóteles cita que a retórica “quando aplicada às situações cotidianas da vida dos indivíduos, alterará o curso dos acontecimentos”, percebemos que a arte de saber falar, convencer fica enraizada na plateia, ela é capaz de seguir os passos e confiar no que é dito através da argumentação.

Para Aristóteles, as virtudes da ética são adquiridas em função do hábito, ou seja, do costume e do aprimoramento social de cada pessoa:

É nesse dever do aprimoramento social do homem, do desenvolvimento de suas potencialidades, que a Retórica de Aristóteles se encaixa como instrumento para facilitar o movimento entre o que o homem é e o que este mesmo homem está prestes a ser, tendo em vista a possibilidade de aperfeiçoamento das virtudes éticas. Dentro desse quadro, o saber lidar com a oratória é de fundamental importância na orientação do humano frente ao mundo das opiniões (Lima, 2011, p. 73).

Nesse sentido, a argumentação passa a ser usada como meio de persuadir e, se separada da ética, funciona como meio para propósitos não tão nobres ao violar a ética. Assim, a argumentação não deveria fugir da verdade, do certo e, por isso, um mau argumento tem por resultado a manipulação, como cita Desidério Murcho no livro “Pensar outra vez filosofia”:

Se considerarmos uma ingenuidade pensar que se possa argumentar melhor ou pior, bem ou mal, porque tudo o que conta é o resultado conseguir-se ou não persuadir o auditório — domesticámos a argumentação e retirámos-lhe a sua força libertadora. De instrumento de procura de verdades, a argumentação

transforma-se em instrumento de manipulação irracional (Murcho, 2012, p. 130).

Um argumento enganador é aquele que aparenta ser verídico. Se ele aparenta ser e não é isso o torna mentiroso. Murcho cita que relativizar um argumento pode torná-lo bom ou mau, vai depender do poder de convencimento: “Do ponto de vista do autor, aquele argumento é bom, mas, claro, tudo depende do ponto de vista — e de outro ponto de vista, aquele argumento é mau”. Os dois lados do argumento perpassam pela persuasão: se preciso manipular, eu não estou em busca de argumentar, mas sim, de manipular o interlocutor a fim de convencê-lo como acontece nas publicidades e no ambiente político. Transcrevemos as palavras de Desidério Murcho (2012, p. 130):

Um argumento é falacioso quando é mau, mas parece bom. Esta noção central para a compreensão da argumentação não pode ser definida se aceitarmos o relativismo cognitivo na argumentação — pois nesse caso qualquer argumento será bom, desde que convença o interlocutor. Mas se qualquer argumento é bom desde que convença o interlocutor, o trabalho a desenvolver não é argumentativo, mas sim manipulador e até psicológico — basta pensar nos artifícios usados na publicidade e pelos políticos menos honestos para ver onde nos conduz o relativismo cognitivo em matéria de argumentação (Murcho, 2012, p. 130).

A manipulação é uma forma de persuasão que, de acordo com Lima é “mover pelo coração, pela exploração do lado emocional (as paixões)”, desta maneira, ele acrescenta que “convencer é apenas a primeira fase – o essencial é persuadir, ou seja, abalar a alma para que o ouvinte aja em conformidade com a convicção que lhe foi comunicada” (Lima, 2011, p. 30).

Diante do exposto, faremos apresentaremos algumas postagens públicas de cunho político, retiradas de grupos de WhatsApp, cujo objetivo é analisar como postagens podem ser direcionadas a um determinado público com o intuito de dar veracidade e de convencer o outro articulando argumentação preparada para esta finalidade, expondo como os juízos de valor podem ser manipulados direcionados a uma verdade embasada a uma ideologia que a ética.

#### 4.2 Análise de Postagens Públicas

Ao analisar algumas postagens públicas observa-se o poder da palavra e o que ela causa a quem com ela se vê representado ou não se sente vinculado de forma alguma. Nota-se a presença do Eu freudiano, do narcisismo existente e pode-se fazer uma reflexão acerca daquilo que o outro habita no eu. No livro *A Análise do Eu e a Psicologia das Massas*, Freud analisa como o eu se estrutura a partir da configuração das massas (o coletivo), como funciona a

construção do individual com todos os reflexos que o estar inserido no coletivo, na cultura, nas ideologias podem influenciar na formação do eu.

Além dessas reflexões, nota-se nas postagens a presença de discursos carregados de ódio, de mentiras, notícias tendenciosas que objetivam influenciar pessoas que estejam carregadas de conservadorismo irracional e que em muitos momentos perdem as suas identidades individuais. Freud no citado livro afirma que “na multidão, todo sentimento, todo ato, é contagioso, e isso é em um grau tão elevado que o indivíduo muito facilmente sacrifica seu interesse pessoal ao coletivo” (Freud, 2013, p.15).

Diante desta orientação teórica, de Freud, e das outras já citadas na seção anterior, como Perelman (1968), iniciamos a análise de algumas postagens públicas a fim de apresentar o desvendamento de modos como se articulam os relacionamentos de alguns sentimentos existentes coletivamente nas redes sociais e que são compartilhadas por pessoas que passam a acreditar diretamente no dito e creditam veracidade no dizer, de modo pouco questionador, uma vez que se sintonizam às suas bases de pensamentos.

É importante salientar, que as postagens foram direcionadas a um determinado público, reforçando a premissa de Perelman (1968) que diz que todo discurso de direciona a alguém que o queira ouvir, conforme apresentamos na Seção anterior.

Para melhor compreensão das postagens, realizou-se uma categorização a partir do seu conteúdo. Assim, as postagens apresentadas são aqui divididas em: 1) Negação da realidade; 2) Discursos de ódio; 3) Negacionismo e Veracidade e 4) Desinformação:

#### 4.2.1 Negação da realidade

Figura 2 – Mito da Caverna



**Fonte:** WhatsApp, grupo em Porto Velho, 2022.

Fenômeno bastante visto nas redes sociais, principalmente nos grupos dos chamados bolsonaristas, a repetição e o compartilhamento de mensagens, memes, notícias de cunho desinformativo e negacionista presta um desserviço à população que o consome. A postagem acima ironiza o fato de os membros de um grupo de *WhatsApp* serem consumidores de inverdades e, caso alguém tivesse clareza dos fatos e enxergasse a verdade, o grupo a descreditar e agiria com violência.

O Mito da Caverna de Platão, retratado metaforicamente na charge, trata de parodiar um diálogo entre Sócrates e o seu público, segundo atualização de Glauco:

Sócrates constrói um exercício de imaginação com Glauco, falando para o jovem figurar em sua mente uma situação passada no interior de uma caverna em que prisioneiros foram mantidos desde o seu nascimento. Acorrentados em uma parede, eles somente podiam ver a parede paralela à sua frente. Nessa parede, sombras formadas por uma fogueira num fosso anterior aos prisioneiros eram projetadas. Pessoas passavam com estatuetas e faziam gestos na fogueira para projetar as sombras na parede frontal aos prisioneiros, e esses achavam que toda a realidade eram aquelas sombras, pois o seu restrito mundo resumia-se àquelas experiências. Um dia, um dos prisioneiros é liberto e começa a explorar o interior da caverna, descobrindo que as sombras que ele sempre via eram, na verdade, controladas por pessoas atrás da fogueira. O homem livre sai da caverna e encontra uma realidade muito mais ampla e complexa do que a que ele julgava haver quando ainda estava preso.

(<https://www.historiadomundo.com.br/curiosidades/mito-da-caverna.htm>).

A comparação da imagem com o famoso Mito da Caverna nos leva a refletir que um grupo de pessoas reunidas a ouvir (o filósofo ou a ler uma postagem de mídia social) pode ser comparado com um grupo de ignorantes. Segundo a postagem, estão alienados de tal modo que não procuram saber a verdade e não creem em quem tenta fazê-los enxergar. Refletimos imediatamente sobre a facilidade que o acesso à leitura de (des)informação dá às pessoas, pois elas poderiam ler uma imensa gama de meios informativos e não o fazem. Não parecem interessados em procurar a veracidade dos fatos ou em buscar um contraditório, ficando todos como que presos a uma bolha de desinformação.

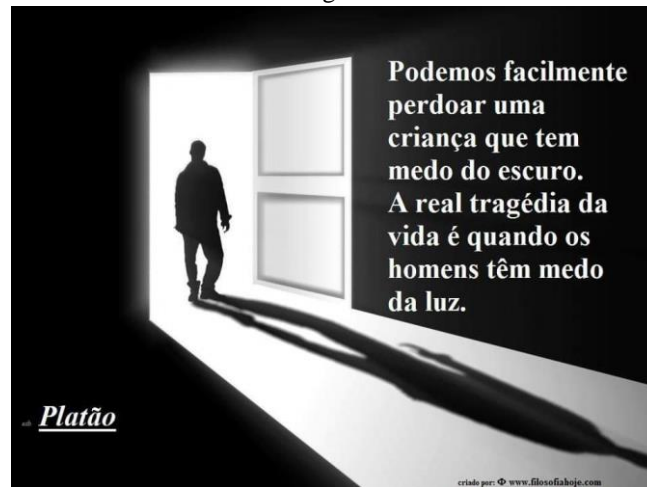
Muito estudiosos consideram que o ex-presidente Jair Bolsonaro como negacionista, e muitos dos seus discursos no governo, segundo Sadocco e Silva (2021), sobretudo utilizou uma estratégia da equipe, voltado a estimular o consumo e a difusão de informações que são proveitosas e contribuíram para fortalecer os seus ideais que queria fazer crer que fossem “da direita”:

Está associado ao êxito das estratégias comunicacionais criadas diretamente por seus assessores, principalmente no formato digital que fomentariam narrativas plausíveis para uma parcela da população, ou se seriam fruto de devaneios psíquicos em pessoas que já estariam predispostas a aceitarem quaisquer que fossem essas historiólas, ou ainda, se seriam uma combinação dos dois (Sadocco & Silva, 2021, p. 3).

Não sabemos ao certo quais motivos levam a população a dar crédito em notícias falsas ou duvidosas, podemos acreditar que elas colocam suas emoções acima de suas reflexões. Ao analisar o público que consome e compartilha tais postagens e pensamentos, percebemos que pode haver falta de interesse em buscar o que é verdade de fato, a verdade que vai além do que acredito causa um mar de ignorância e prejudica a sociedade na busca pelo real. É, isso, os permitem ficar presos a uma bolha, projetados na mesmice do que creem.



Figura 3 - Platão



Fonte: WhatsApp, em Porto Velho, 2022.

Nessa outra postagem, continuando com Platão, percebemos que o fato de o homem ter medo da luz faz com que se torne prisioneiro e nunca conheça a realidade, vivendo sempre preso à sombra e ouvindo ecos do que considera-se ser real, mas sem buscar o “verdadeiro” conhecimento. Tal filósofo acreditava que a ignorância era responsável por todos os males da sociedade, e que as pessoas deveriam buscar a verdade para que alcançar a virtude e a sabedoria.

A nossa atualidade nos mostra pessoas que podem não buscar a verdade devido ser contrária à suas crenças e valores, evitam enxergar que existem outras verdades e que pode pô-las a frente de seus preconceitos e limitações, enxergar outros posicionamentos coloca essas pessoas em desconforto, podendo, por isso, escolherem não sair da ignorância por comodismo ou falta de interesse.

Figura 4 – Diálogo do presidente e a sua equipe



Fonte: WhatsApp, em Porto Velho, 2022.

Durante a gestão do ex-presidente Bolsonaro, percebemos que a manipulação de dados reais se tornou uma estratégia de desinformação do governo. Foi comum nos depararmos com dados alterados, trocados e, alguns fatos reais ao serem expostos, como o caso das queimadas divulgadas pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, trouxeram informações sobre como a gestão se comportava diante de fatos que os colocassem em posições ruins. Na postagem, vemos de forma vexatória e irônica, que se busca diversas maneiras de esconder as informações e, quando alguém dá a solução para a resolução do problema ele é jogado do prédio.

Percebemos que a postagem é direcionada ao público contrário ao Bolsonaro e pode-se analisar, segundo a intenção do produtor de conteúdo, que é muito mais fácil negar os fatos e escondê-lo do que buscar resolver. A política de fraudes, maquiagem e manipulação de dados se destacam sobre a verdade e a veracidade de informações e fatos.

#### 4.2.2 Discursos de ódio

As postagens nas redes sociais trazem um levantamento acerca da maneira como as expressões e opiniões devem ser descritas e retratadas. Postagens que rechaçam, zombam ou que trazem teor de opiniões que desprezam e inferiorizam minorias devem ser revistas e erradicadas. Os chamados discursos de ódio possuem essas características que visam diminuir ou inferiorizar.

Discursos carregados de ódio foram comuns nos últimos anos e as pessoas que emitem tais discursos dizem que estão usando de liberdade de expressão, que é uma opinião e que deve ser respeitada. Porém, Ruediger e Grassi dizem que:

Tão importante quanto a possibilidade de livre expressão de cada sujeito é a manutenção de um ambiente democrático no qual discursos que representam um ataque à diversidade sejam adequadamente contidos, como os discursos de ódio ou violentos (Ruediger & Grassi, 2021, p. 8).

Desta forma, é necessário que os discursos deixem de conter teor discriminatório. É imprescindível que opiniões revestidas de ódios sejam combatidas. Na postagem abaixo, percebe-se a ironia em torno dos povos indígenas e seus direitos.

Figura 5 – Ódio contra indígenas

Aqui de boa sem trabalhar,  
tirando selfie com a filha e curtindo  
meus 300 hectares de terras



Fonte: WhatsApp, em Porto Velho, 2022.

Na Declaração Universal dos Direitos Humanos, constam normas no seu Artigo 6º e 7º dizendo-se que:

Artigo 6º

Todo ser humano tem o direito de ser, em todos os lugares, reconhecido como pessoa perante a lei.

Artigo 7º

Todos são iguais perante a lei e têm direito, sem qualquer distinção, a igual proteção da lei. Todos têm direito a igual proteção contra qualquer discriminação que viole a presente Declaração e contra qualquer incitamento a tal discriminação.

Embora a Declaração Universal dos Direitos Humanos cite que todos são iguais perante a Lei, é necessário que seja levantado o direito à diferença, cuja ideia é baseada no fato de que somos diferentes entre si, e as singularidades de cada povo devem ser levadas em consideração. Vemos que os povos originários há muito tempo lutam pelo direito ao seu espaço. No Brasil existem diversas comunidades indígenas espalhadas em todo o território e a busca por igualdade diante da sociedade é uma luta que vem se arrastando há décadas. Suas terras são muitas vezes invadidas por fazendeiros, madeireiros, mineradores e todo tipo de gente que busca o enriquecimento por meio da exploração dos recursos naturais das terras demarcadas.

Além de enfrentarem as invasões e desmerecimento, eles sofrem com problemas relacionados à falta de educação, saúde e acesso aos serviços básicos. Ademais disso, vemos comunidade serem dizimadas por conta da exorbitante violência, gerada não só pela busca por enriquecimento como também pelo preconceito diante dos indígenas. Os problemas existentes no que tange aos indígenas é de fundamental preocupação principalmente porque envolve não só questões políticas e jurídicas, como também culturais, sociais e ambientais. É necessário que o Estado reconheça e tome medidas que traga respeito à diversidade e a importância das terras indígenas para a preservação da história, cultura, biodiversidade e meio ambiente.

José Afonso da Silva, jurista brasileiro e estudioso sobre direito constitucional e, em especial, sobre a proteção dos direitos dos povos indígenas, destacava sempre a importância do artigo 231 da Constituição Federal, que mostra o reconhecimento aos indígenas sobre a posse permanente das terras que ocupam:

Art. 231- São reconhecidos aos índios sua organização social, costumes, línguas, crenças e tradições, e os direitos originários sobre as terras que tradicionalmente ocupam, competindo à União demarcá-las, proteger e fazer respeitar todos os seus bens.

Para o estudioso, os povos originários eram tratados como pessoas sem direitos e o citado artigo representa mudança na maneira que o Estado e o direito brasileiro passam a ter em relação aos povos indígenas. Com as palavras citadas, os direitos dos povos passaram a ser reconhecido, o que automaticamente passa a valer de proteção e busca por respeito em todas as esferas do poder público e a garantia do direito de suas terras.

Não se vai tentar definir o que é habitação permanente, modo de utilização, atividade produtiva, ou qualquer das condições ou termos que as compõem, segundo a visão civilizada, a visão do modo de produção capitalista ou

socialista, a visão do bem-estar do nosso gosto, mas segundo o modo de ser deles, da cultura deles (Silva, 1993, p. 43).

Percebe-se que o autor procura a valorização cultural do indígena a partir da preservação do direito às suas terras. Esse cuidado é importante para a busca e preservação da identidade e dos modos de vida, além da proteção aos recursos naturais e diversidade no país através da cultura e história dos povos indígenas.

O processo de povoamento do território brasileiro trouxe aos povos originários a invalidação de seus direitos seja pela invasão de suas terras e/ou de seus modos de viver. Desde o início da colonização as comunidades indígenas lutam por espaços e terras em busca de sobrevivência, muitas batalhas foram travadas e os resultados contam com muitos avanços e retrocessos.

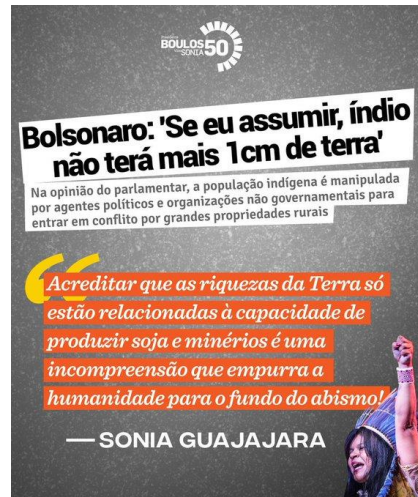
Ironizar o fato de os povos originários terem direito a terra é ir contra o artigo 231 da Constituição Federal. Além disso, é preciso lembrar que o Brasil é signatário da Convenção n. 169, da Organização Internacional do Trabalho, e precisamos levantar a questão de que as tradições permanecem apesar da tecnologia. O incômodo sobre o uso das tecnologias demonstra o preconceito contido no imaginário de que os indígenas não podem se modernizar. Eles podem e devem usar tecnologias para promover e preservar sua cultura e língua.

A tradicionalidade está caracterizada no valor cultural da terra para a comunidade silvícola, de acordo com as suas especificidades e hábitos. Tais valores são aferidos em face das atividades produtivas exercidas, da necessidade de preservação dos recursos ambientais necessários a seu bem-estar e, de sua reprodução física e cultural, segundo seus usos costumes e tradições (Silva, 2011, p. 9).

Outro fator a ser analisado é sobre a falácia de que “índio é preguiçoso”. Este mito foi construído carregado de preconceito, pois os indígenas, de acordo com Lilian Brandt do site Conflitos ambientais, possuem uma lógica:

A lógica indígena, tradicionalmente, não se interessa em acumular, e sim em desfrutar. Portanto, se antes do sol chegar ao alto do céu, o homem já pescou peixe para a família toda se alimentar naquele dia, ele pode voltar para casa e descansar, pois sua obrigação já foi cumprida (Brandt, 2014).

Limitar os direitos indígenas e impedi-los de viver conforme sua cultura, vontade e necessidades e preconceito perpassam os séculos.



**Fonte:** WhatsApp, em Porto Velho, 2022.

O encontro de discursos de ódios contra minorias e a política institucionalizada, sem haver procedimentos de autocrítica empreendida pelo Judiciário nem por grande parte da imprensa ou de parlamentares, incentivou a estabilização desse formato discursivo. Sem haver movimento para coibir tal criminalidade, observou-se que o até então candidato à Presidência da República passou a poder exibir abertamente na sua fala pública a discriminação e o preconceito, além de repassar com maior soltura a desinformação sobre os direitos indígenas sobre as terras.

A vinculação espiritual e de identidade do indígena em relação a terra é um dos elementos de sua cultura e tradição. Para ele a terra não é vista somente como um bem de subsistência, mas como um elemento fundamental para sua existência física e espiritual. A terra é vista pelos povos indígenas como um elemento que está intrinsecamente ligado à sua identidade cultural e à sua história. Eles têm uma relação ancestral com ela e com os lugares sagrados que habitam, e essa relação é passada de geração em geração por meio da transmissão oral de histórias, rituais e práticas culturais.

O senso comum que menospreza e trata o indígena como um ser inferior, onde muitos ainda enxergam o indígena como alguém para ser escravizado e dependente do governo, e o pensamento da extrema direita é que eles não são humanos, como o comentário dito pelo ex-presidente Jair Bolsonaro: “Com toda a certeza, o índio mudou, tá evoluindo. Cada vez mais o índio é um ser humano igual a nós” (UOL Notícias, 23 Janeiro, 2020). Quem escuta Bolsonaro são os grandes latifundiários que buscam o enriquecimento e poder à custa do extermínio e degradação do meio ambiente. É necessário que haja educação para os direitos humanos e é importante salientar que essa é anterior à educação tecnológica.

Diante de tantos discursos de ódio vemos também o desrespeito ao Supremo Tribunal Federal, destinatário dos discursos odiosos tomarem proporções gigantescas principalmente quando ele é contrário aos ideais da direita.

Figura 7 – A desqualificação odiosa contra o STF



Fonte: WhatsApp, em Porto Velho, 2022.

Discursos de ódio possuem sempre um interesse. No caso, como se trata de um poder acima do Executivo, responsável por controlar os seus excessos, o STF passou a ser atacado pelo chamado Gabinete do ódio como um grade vilão. As postagens são produzidas, criadas e difundidas de modo industrial, repassadas a perfis identificados previamente como “cavalos de Troia”, que compartilham às vezes sem saber dos interesses e da lucratividade por trás dessa mobilização, interessados muitas vezes no formato humorístico ou no caráter vulgar da postagem –carreando junto toda a carga de propósitos destrutivos da instituição combatida.

Tal política bolsonarista também trouxe um discurso agressivo ao mencionar a mulher, porque muitas pessoas do seu circuito de inteligência preferia essa maneira de catalisar “comandos” domésticos. Pode-se assim usar tal tipo de postagem para levantar a violência política de gênero na política, que, mesmo com todo o avanço e empenho na luta para manter-se nesse espaço de poder mais igualitário, construído recentemente, sobrepõe-se o interesse de proteger homens, por homens e para homens, restando às mulheres conformar-se a sofrer com os assédios e com os abusos.

As mulheres claramente ainda se veem passando por situações preconceituosas geradas pela cultura do machismo, do patriarcalismo, da misoginia, da reação contra a ascensão aos espaços sociais ocupados com enorme dificuldade por mulheres, em todos os setores. A postagem também retrata um desrespeito às mulheres, na imagem da ministra.



O espaço político, embora seja preenchido em sua maioria por homens, nos retrata que as mulheres que buscam adentrá-lo sofrem com o desrespeito, diversos tipos de assédio e, nas mídias sociais não é diferente. Percebe-se que os discursos machistas deixaram de estar presentes somente nas falas através de piadas sexistas e passaram também para serem objeto de postagens nas redes sociais:

...temos, com o avanço da globalização e massificação das mídias sociais, mais um ponto de exclusão: o fato do machismo velado ou até mesmo ‘escancarado’ com piadas e falas sexistas que inferiorizam as mulheres adentrando, não somente na fala como também nas postagens escritas, onde muitas vezes ficam documentadas e passam a ser compartilhadas em escalas grandiosas diminuindo e rechaçando ainda mais as mulheres (Rocha, Pinto & Severo, 2023, p. 3).

Observa-se a misoginia e o machismo acompanham as mulheres, os discursos odiosos contra o sexo feminino parecem não ter fim e percebe-se que algumas publicizações, quando voltado à mulher, vêm carregadas de preconceitos sexistas, desumanizadores, abertamente machistas.

#### 4.2.3 Negacionismo e Veracidade

Figura 8 – *Modus operandi*



Fonte: WhatsApp, em Porto Velho, 2022.

Conhecidos como “gados”, os bolsonaristas são assim chamados devido ao fato de fazerem tudo que o líder Jair Bolsonaro faz, sem questionar. Acredita-se ser alguém fácil de ser enganado, persuadido, manipulado. A postagem compara os eleitores aos gados e a troca da nova ferramenta de controle: o berrante pelo *WhatsApp* como nova maneira de controlá-los.



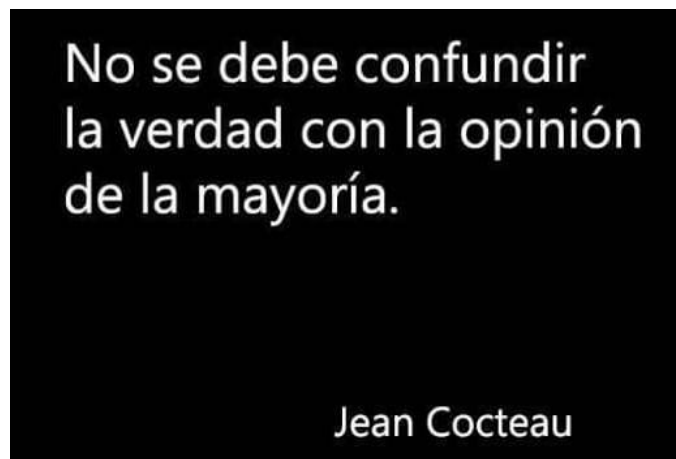
O efeito manada gerado pelas postagens faz com que o grupo se limitasse e deixasse de duvidar de fatos, as novas ferramentas de difusão de informações se tornaram meios de divulgação e também de alienação aos grupos, todos seguem da mesma forma e reagem iguais.

Efeito manada influência com que várias pessoas sigam um mesmo caminho, uma mesma ideia e creem que se estão indo nesta direção porque isso é o melhor a fazer, na maioria dos casos, muitos não têm opinião própria ou não possuem conhecimento de distinguir o certo do errado, por isso, o ambiente passa a dirigir nossos pensamentos e influenciar nossas atitudes e escolhas.

O poeta francês Jean Cocteau alerta para o fato de que nem sempre uma sentença proferida pela maioria é verdadeira, não devemos deixar que algo dito por muitas pessoas se torne uma verdade. Há um perigo nas repetições, no ambiente político, uma mentira contada repetidamente se torna uma verdade, é o que chamamos de ilusão da verdade.

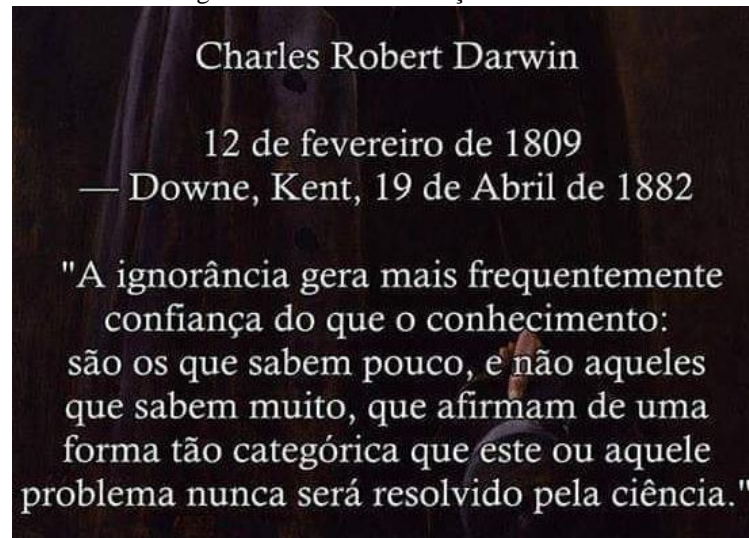
As pessoas tendem a avaliar fatos que já ouviram antes e tomá-los como verdade, ainda que seja falso isso porque lhes soa familiar devido à repetição da escuta, por isso, é necessário buscar conhecimento e checar os fatos antes de acreditar e compartilhar.

Figura 9 – Frase de intenção educativa



Fonte: WhatsApp, em Porto Velho, 2022.

Figura 10 – Frase de intenção educativa



Fonte: WhatsApp, em Porto Velho, 2022.

Charles Darwin, na afirmação acima, reflete sobre o fato de que a ignorância nos dá mais confiança do que o conhecimento, pois pessoas sem conhecimento são mais propensas a terem certezas e superestimar suas habilidades, quanto menos se sabe sobre um determinado assunto mais se acredita saber, desta forma, quem sabe muito está em constante dúvida e sempre busca novos meios de aprender.

#### 4.2.4 Desinformação

As mídias sociais potencializaram o acesso à informação, mas trouxeram uma gama de notícias não verdadeiras e não apuradas, gerando um vasto campo de desinformação, a educação pode ser uma aliada para que haja interrupção no ciclo de desinformação. Devido ao grande número de *fake news* espalhadas durante a campanha política brasileira de 2018, o candidato eleito à época, teve seu acesso a algumas contas de redes sociais ligadas ao *Facebook* bloqueadas. Tais medidas mostraram que as inverdades espalhadas irresponsavelmente não podiam ficar impunes.

Na figura 11 vemos que as medidas adotadas levaram à comparação de Bolsonaro com o Pinóquio, personagem infantil criado pelo italiano Carlos Collodi. Como sabido, o clássico personagem é um boneco de madeira que se transforma em humano por conta do amor de seu inventor e posteriormente pai, Gepeto, porém, Pinóquio tinha o grande defeito de mentir e à medida que mentia, seu nariz crescia.

Tal comparação se torna ainda mais convincente com o fato de que o personagem Pinóquio possuía algumas atitudes irresponsáveis, que segundo eleitores contrários ao ex-presidente, Bolsonaro também tinha. Por tais razões, a analogia é total aceita e fundamentada, uma vez que compartilhar notícias falsas é um ato de tamanha irresponsabilidade.

Figura 11 – O empresário Zuckerberg censura Bolsonaro  
REDE DE FAKE NEWS: FACEBOOK REMOVE 73 CONTAS LIGADAS AOS BOLSONARO

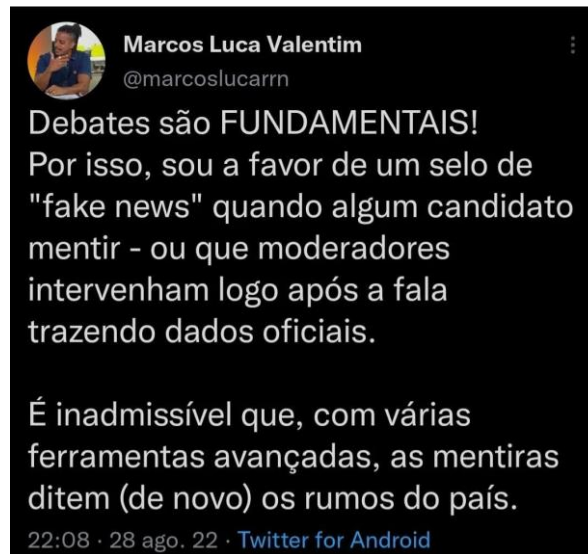


Fonte: WhatsApp, em Porto Velho, 2022.

Diante da situação retratada, uma das medidas adotadas nas redes sociais para o enfrentamento do compartilhamento de mentiras é a de banir os falsificadores de notícias e discursos de ódio, porém, somente proibir a disseminação desse tipo de notícias não é o suficiente, é necessário que haja um processo de educação para que as pessoas comecem a duvidar, investigar e produzir seus próprios meios de chegar a veracidade das informações.

Verifica-se a necessidade de criar meios de educar a sociedade para acabar com isso. A educação é um dos pilares para que haja diminuição das *fake news*, o impacto que notícias falsas causam na sociedade é enorme. Elas estão cada vez mais sofisticadas e revestidas de boa produção para dar ainda mais veracidade. As *fake news* se mantêm como uma praga e os perigos e os prejuízos causados por elas são incalculáveis, por isso, os meios de propagação e difusão delas devem se responsabilizar para que notícias deixem de ser compartilhadas.

Figura 12 – Proposta educativa

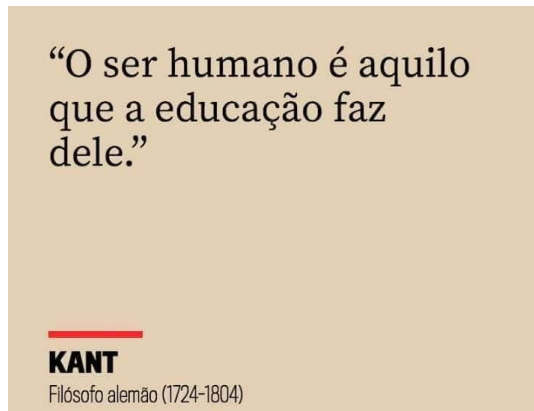


Fonte: WhatsApp, em Porto Velho, 2022.

É necessário descrever bem as postagens de modo a perceber o centramento na Linguagem para o combate às *fake news*. Assim, a descrição visa identificar uma busca social que existe em direção à erradicação dos discursos de ódio e de desinformação por meio de plataformas digitais direcionadas à detecção de *fake news* e de identificação das empresas que as nutrem. O fato de a democracia abrir várias fontes de base de fatos faz com que as pessoas operem em diversos campos e informações completamente diferentes umas das outras, desta forma, é necessário criar meios mais amplos de trazer a verdade para os dias de hoje.

As disseminações, ainda, de notícias desse cunho sem prévia filtragem é motivo de revolta para muitos, como é o caso do jornalista Marcos Valentim na figura 12. Muitos não acreditam que mesmo com uma gama de tecnologias e ferramentas disponíveis e sendo criadas a cada dia, as mentiras compartilhadas sem honestidade e preocupação ainda podem ditar decisões, como por exemplo, o resultado de uma eleição presidencial.

Figura 13 – Filosofia educativa



**Fonte:** WhatsApp, em Porto Velho, 2022.

Kant, filósofo prussiano nascido no século XVIII, acreditava que a educação é um processo que deve iniciar ainda na infância e uma das partes diz respeito à educação moral, cujo processo é adquirido a cada geração e tem por objetivo uma sociedade melhor. Guimarães afirma que

Kant chama de educação prática a formação da moral no sujeito autônomo. Este é o propósito da educação e finalidade da educação, fazer com que o homem seja responsável e ciente das suas ações. E também realiza o projeto da humanidade, afinal, o agir moralmente diferencia o homem de outro animal (Guimarães, 2013, p. 21).

Se tivermos uma nação educada com base na ética e na moral teremos uma sociedade que busca por conhecimento e por verdade. Desta maneira, viveríamos em conformidade com o conhecimento e ele seria transmitido de forma real e idôneo.

#### 4.3 Como as redes sociais alteram o percurso das informações

Os impactos da internet e das mídias sociais ocasionaram grandes mudanças no cotidiano da população, os meios influenciam a sociedade e, através das redes sociais os indivíduos se personificam, tornam-se reflexo do que são e do que pensam.

A formação do indivíduo está entrelaçada com o social e juntas respondem uma a outra, o que difere é que quando pensa sozinho o homem consegue reprimir seus desejos, falas, mas em comunidade elas se soltam e se desencadeiam no grupo. Nesse sentido, o homem sozinho responde por si e controla seus pensamentos, em conjunto, na massa ele passa a ter comportamento de manada e não consegue mais reprimir seus desejos e pensamentos, a internet fez as pessoas exporem o que estava reprimido no individual e passou a ficar aberto à massa, Freud afirma que

A massa é extraordinariamente influenciável e crédula. É desprovida de crítica, para ela o improvável não existe. Ela pensa por imagens que se evocam associativamente umas às outras tal como ocorre ao indivíduo nos estados do livre fantasiar e nenhuma instância razoável afere sua correspondência com a realidade (Freud, 2013, p.18).

Nas redes, os iguais encontram-se e passam a compartilhar dos mesmos comportamentos “tem de haver algo que os ligue” e os mantém unidos compartilhando do mesmo propósito. Muitas das vezes este propósito está em causar constrangimento e discriminar determinadas pessoas ou grupos através de discursos de ódio.

No mundo das redes sociais a palavra se tornou uma das ferramentas principais para a comunicação. Elas têm o poder de aproximar ou afastar sentimentos e situações, através dela podemos expressar verdades e inverdades, cessar ou iniciar discussões. A comunicação, por sua vez, passa por grandes transformações, desde o advento das mídias sociais vemos as palavras recheadas de intensões – a nem sempre boas – mas que refletem pensamentos e ideais que, até então, eram individuais e tornaram-se coletivos. Santaella afirma que:

Pessoas que procuram notícias e informações nas mídias sociais têm mais risco de cair na armadilha das bolhas coletivas do que aquelas que usam os motores de busca. Essa diferença também evidencia um crescimento das bolhas coletivas compartilhadas por indivíduos com a mesma forma mental. Dada a importância do consumo de notícias para o desenvolvimento do discurso cívico, essa evidência é especialmente relevante para a hipótese da influência das bolhas no fortalecimento de preconceitos (Santaella, 2018, p. 14).

O encorajamento de pertencer a um grupo pode auxiliar o indivíduo a expressar um exprimível (algo que estava para ser dito e não havia coragem para dizê-lo), desta forma, a palavra escrita pode servir de estímulo para a massa estimulando a propagação de discursos odiosos buscando o objetivo de disseminar o sentimento além de causar sensações negativas aos que não compartilham do mesmo pensamento:

#### 4.4 O valor verdade e a veracidade dos fatos informados

Percebe-se que as postagens públicas em redes sociais, para um funcionamento saudável da sociedade, em termos políticos e mais, deveriam estar revestidas de valor verdade para obter uma resultante social que favoreça o crescimento da consciência das sociedades. Pode-se dizer que é preferível defender, educacionalmente, a percepção de postagens públicas cujo valor verdade tenha destaque qualificado. Um exemplo explicativo provém de um debate filosófico:

Por exemplo: caso um retor defenda publicamente ideias absurdas que demonstrem um suposto desvio ético, uma visão deturpada [...], (isso) significa dizer que, ao ouvir teses contrárias à sua, ele terá a chance de reavaliar o próprio discurso, chegando, possivelmente, a novas conclusões norteadoras de conceitos aprimorados e deliberações mais justas (Lima, 2011, p. 59).

Após um levantamento de postagens publicadas em mídias sociais abertas, percebemos existirem diversas argumentações cujo valor verdade não é procurado pela sua agilidade: “Como sabemos, *fake news* circulam com muito mais velocidade que as notícias verdadeiras” (Mello, 2020, p. 194).

Frente a um turbilhão de notícias falsas, meias verdades ou inverdades, vemos que o valor do que é verdade tomou dinanismos diferentes, o que é verdade deixou de ser absoluto e passou a funcionar com valores de emoções e crenças de pessoas que não se importam com o que é real, pois é mais vantajoso para a sociedade da produção de notícias que haja confusão e difusão do que se obtém através de falsas notícias:

As notícias falsas se transformaram em verdadeira indústria de alta produtividade, tornando-se terreno fértil para o império da pós-verdade. A autora menciona três fatores que colaboram para isso: (a) a alta polarização política que trabalha contra o debate racional e o apreço pelo consenso até o ponto de colocar os nervos à flor da pele e causar tumulto, principalmente em períodos de campanhas eleitorais; (b) a descentralização da informação, que a internet distribui por muitos canais de comunicação diferenciados, alternativos e independentes. Isso seria louvável, caso muitos desses canais não se estreitassem em uma agenda política ligada a tendências propagandistas e ideológicas, sem marcar seus compromissos com a informação factual; (c) o ceticismo generalizado do público em relação às instituições políticas e democráticas representadas pelo governo, os partidos e a mídia tradicional. Esta última sofre constantes ataques das mídias alternativas que a desqualifica como mentirosa e, principalmente, cooptada com o sistema, o que alimenta o sentimento de desconfiança generalizada em relação às mídias convencionais (Santaella, 2018, p. 37).

Podemos acreditar que estamos vivendo em meio a um conjunto de valores sendo deturpados pela ética e moral da sociedade, utilizando-nos da crítica de Platão em relação aos sofistas quando o primeiro acreditava que os sofistas não promoviam um ensino embasado no conhecimento verdadeiro, eles apenas se limitavam ao ensino de falar bem e falar o que era convincente. “Logo, o sofista se nos revelou como possuidor de um conhecimento aparente sobre todos os assuntos, não do verdadeiro conhecimento” (Platão, 2003, p. 32).

#### 4.5 Como funcionam algumas postagens públicas

Com o intuito de angariar votos mais que promover a disseminação de projetos eleitorais, algumas postagens públicas se tornaram meio de disseminação de discursos de ódio e de valores pessoais, sem que haja preocupação com o valor do coletivo. Para muitos, a imprensa tem obrigação de informar e difundir informações com veracidade e sem discurso de valor, ela deve ser imparcial.

De valor social, a mídia –principalmente jornalística– tem o poder de influenciar na formação da opinião pública, o avanço do uso das mídias sociais para a veiculação de notícias públicas com o objetivo de divulgação do trabalho, de ideias e de ações políticas vem se tornando cada vez mais comum.

O Brasil vem tendo um grande embate político desde 2014, neste cenário de grandes conflitos políticos como o processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff, escândalos de corrupção e a campanha presidencial de 2018 que mostrou a nítida polarização entre direita e esquerda, temos a mídia no cotidiano do cidadão propagando valores, debates e embates.

A retórica, assim como antigamente, continua sendo usada para persuadir e convencer na política. Segundo Lima (2011, p. 14), “A retórica não é um privilégio reservado aos povos antigos, nos dias de hoje ela ainda continua enraizada na política, nas campanhas publicitárias, em mensagens midiáticas, no comércio”.

Para Aristóteles, “retórica consiste na capacidade de persuadir o ouvinte, fazendo com que ele formule um juízo sobre a situação que a ele se apresenta” (Lima, 2011, p. 11), e acrescenta que “hoje a retórica é vulgarmente compreendida como um conjunto de regras relativas à eloquência e é mais valorizada no exercício da política, do direito e da comunicação” (Lima, 2011, p.11), desta forma, percebe-se que algumas postagens públicas tem o objetivo de convencer através de um conjunto de técnicas que leve a uma sensibilização ou união de ideias que tenha o mesmo propósito do autor.

As palavras, postagens, publicações políticas geram a quem consome a realização de um desejo, ele se vê representado pelo que vê e age conforme solicitado pelo orador, o discurso se torna penetrante ao ponto de ser cativado e as ideias serem incorporadas às suas crenças e ela permanece nele.



## SEÇÃO V- O CENTRAMENTO NA LINGUAGEM PARA O COMBATE ÀS FAKE NEWS

A linguagem desempenha um papel crucial no combate às *fake news*, pois é por meio dela que a desinformação é disseminada e também pode ser desmascarada. Através da análise da linguagem empregada em uma notícia é possível observar as nuances da linguagem utilizada, podem-se perceber expressões que carregam generalizações e a falta do embasamento para dar veracidade na notícia. Podemos observar o contexto na qual a informação se apresenta, levando em consideração se a fonte é confiável, se há indícios de qual é a intenção do texto. Além de tudo isso, podemos, através da linguagem, identificar a transparência do texto, cuja linguagem precisa ser transparente e clara, fator fundamental para fornecer informações precisas e confiáveis. Na atualidade, o leitor necessita cada vez mais ter o olhar treinado para as argumentações enviesadas que permeiam o campo das redes sociais, sem perder de vistas o sistema de referência dos grupos sociais envolvidos.

### 5.1 O centramento na linguagem no estudo das *fake news*

Diante da análise das postagens, podemos afirmar que a linguagem exerce papel fundamental para influenciar as pessoas. As *fake news* possuem campo para o estudo embasado na linguagem, pois diante das postagens, percebemos que toda e qualquer expressão linguística vem tomada de significado, conforme Geraldi afirma “... para tudo que se tem a dizer há uma expressão adequada, pronta e disponível: com ela vamos representando o mundo e as ações que nele praticamos” (Geraldi, 1997, p.9).

Os discursos das *fake news* são dependentes das crenças e sentimentos de quem os recebem e há que se pensar que todo discurso tem seu significado e o significado é tomado de crenças que envolvem tanto locutor como o interlocutor, podendo gerar diferentes significados. Estudando o relacionamento entre pessoas que reconstruem o seu modo de ver pelos significados emitidos, um linguista busca observar a criação de embates no diálogo:

...os discursos aproximam os sujeitos pelo significado e este remete a um sistema de referência. Se, por um lado, é no interior destes sistemas de referências que os recursos expressivos se tornam significativos, por outro lado, no embate das relações interlocutivas, a construção dos modos de ver o mundo não é sempre harmônica. Ainda que os interlocutores possam compartilhar algumas de suas crenças, sempre se está reorganizando, pelos discursos, as representações que se fazem do mundo dos objetos, de suas

relações e das relações dos homens com o mundo e entre si (Geraldi, p. 27, 1997).

Nas postagens analisadas percebemos que quando a linguagem é voltada para os bolsonaristas, ela inclui uma linguagem mais contundente, enfática, que em muitos momentos carrega tom irônico e de ódio. Percebemos que o público a ser conquistado utiliza-se desse tipo de linguagem, em contrapartida, ao analisarmos o adversário dos bolsonaristas, percebemos o uso de palavras mais voltadas às minorias, uma linguagem distanciada de discursos preconceituosos, machistas e mais vinculada às pautas de cidadania e dos direitos humanos.

Geraldi explica que ações buscadas pela linguagem são de acordo com os objetivos pretendidos. O emissor sabe o que seu público quer e gosta, ele sabe o que pretende alcançar, por isso, utiliza-se da linguagem que é voltada para o seu interlocutor, tal como se confirma no trecho abaixo:

Em consequência, as ações praticadas com a linguagem são, a cada passo, ‘ditadas’ pelos objetivos pretendidos, o que pode levar um locutor a representar de modo distinto uma mesma realidade em função dos interlocutores a que dirige suas falas ou em função da ação que sobre eles pretende realizar. Dado que a fala se realiza entre os homens, as ações que com ela praticamos incidem sempre sobre o outro, pois através delas representamos e apresentamos a nossos interlocutores uma certa construção da realidade, para com isso interferirmos sobre seus julgamentos, opiniões e preferências (Geraldi, 1997, p. 27).

Cada texto, cada postagem carrega um sentido, um ideal que é representado através da linguagem. Assim, a mensagem transmitida através linguagem nunca será única se for analisada por públicos diferentes: “a adesão dos sujeitos a suas crenças e a suas representações do mundo é sempre de intensidade variável” (Geraldi, 1997, p.28), ou seja, cada um se vê representado de acordo com suas crenças e ideologias.

A linguagem expressa o pensamento humano e através dela é possível convencer, persuadir. Assim, o cuidado na construção da informação poderá servir de apoio para o embasamento de visões e valores positivos, sempre e quando tenha marcadores humanistas. O uso consciente da linguagem, cujo parâmetro seja o referencial humanista, propiciará por um lado, um discurso capaz de construir argumentos racionais e ao mesmo tempo fundamentado no consenso da sociedade relacionado, por exemplo, aos direitos humanos. Em termos mais próximos dos resultados do uso da argumentação, Geraldi alcança a seguinte conclusão:

Os estudos das ações que se fazem com a linguagem, respondendo a diferentes interesses de pesquisa, têm em comum o fato de ressaltarem que através destas ações alteram-se as relações entre os sujeitos envolvidos no processo: os

estudos sobre a argumentação, especialmente aqueles vinculados à Retórica, têm ressaltado as formas pelas quais os sujeitos, argumentando, tornam o possível necessário; o permitido, obrigatório; o inaceitável, aceitável (Geraldi, 1997, p. 29).

Percebe-se que o poder da linguagem, quando utilizada para alcançar um público, se torna essencial, pois através dela, como dito por Geraldi, argumentando, se consegue mudar as regras e o caminhar de uma situação. A linguagem torna-se um importante instrumento de controle, pois ao ser bem direcionada ela alcança o público a quem se destina influenciar e consegue, com isso, mudar decisões, opiniões e resultados.

Por isso a importância da linguagem voltada a uma criticidade contra as *fake news*, principalmente, no ambiente escolar, cujos alunos estão em plena formação e desenvolvimento para a cidadania e valores sociais para a convivência no coletivo. O Referencial Curricular do Estado de Rondônia, Anos iniciais e Anos finais, afirma que o aluno nos anos finais do ensino fundamental assume-se como autor da suas práticas linguísticas.

A continuidade da formação para a autonomia se fortalece nessa etapa, na qual os jovens assumem maior protagonismo em práticas de linguagem realizadas dentro e fora da escola. No componente Língua Portuguesa, amplia-se o contato dos estudantes com gêneros textuais relacionados a vários campos de atuação e a várias disciplinas, partindo-se de práticas de linguagem já vivenciadas pelos jovens para a ampliação dessas práticas, em direção a novas experiências (Referencial Curricular do Estado de Rondônia, 2020, p. 181).

Dessa forma, podemos enxergar que o aluno mantém contato com vários gêneros textuais nos mais diversos campos de sua vida, e a educação, através de projetos, já faz um levantamento sobre como podemos direcioná-los para uma visão crítica, ou seja, a educação pode ser uma aliada ao combate à desinformação e alienação.

Aprofunda-se, nessa etapa, o tratamento dos gêneros que circulam na esfera pública, nos campos jornalístico-midiático e de atuação na vida pública. No primeiro campo, os gêneros jornalísticos – informativos e opinativos – e os publicitários são privilegiados, com foco em estratégias linguístico-discursivas e semióticas voltadas para a argumentação e persuasão. Para além dos gêneros, são consideradas práticas contemporâneas de curtir, comentar, redistribuir, publicar notícias, curar etc. e tematizadas questões polêmicas envolvendo as dinâmicas das redes sociais e os interesses que movem a esfera jornalística midiática. A questão da confiabilidade da informação, da proliferação de *fake news*, da manipulação de fatos e opiniões têm destaque e muitas das habilidades se relacionam com a comparação e análise de notícias em diferentes fontes e mídias, com análise de sites e serviços checadores de notícias e com o exercício da curadoria, estando previsto o uso de ferramentas digitais de curadoria (Referencial Curricular do Estado de Rondônia, 2020, p. 182).

Diante do exposto, podemos afirmar que as escolas, os projetos pedagógicos, a formação do professorado passam a ser requisitos principais nesta sociedade da informação veloz das redes sociais. Assim, há a exigência desde cedo de uma formação escolar política consciente nas escolas voltadas para o combate às *fake news*.

### 5.2 A necessária formação docente para o combate às *fake news*

A formação docente é importante para o combate às notícias falsas porque o professor é mediador no preparo dos estudantes para serem cidadãos críticos e informados. Assim, é importante formar professores capazes de compreender as interações sociais e as práticas discursivas na sociedade hipermoderna. Carneiro e Rocha asseguram ser relevante a formação docente nas Universidades e citam: “neste contexto, a formação docente nas Licenciaturas pelas Universidades deve atender às exigências constitucionais de uma educação mais plural e humanista” (Carneiro & Rocha, 2021, p. 36).

Desta forma, é preciso que as licenciaturas de Letras atuem positivamente numa formação docente, que deverá ser fomentada pelos poderes públicos como secretarias de educação e outras instituições de educação. De modo que esta formação deve ser contínua e adaptada às mudanças no panorama da informação e da tecnologia. Os educadores devem estar abertos a aprender e se atualizar constantemente para melhor equipar os alunos na luta contra as *fake news*. Ao investir na formação docente, podemos construir uma sociedade mais informada e crítica à desinformação. Nesse mesmo assunto, Freire afirma que:

Esta atividade exige que sua preparação, sua capacitação, sua formação se tornem processos permanentes. Sua experiência docente, se bem percebida e bem vivida, vai deixando claro que ela requer uma formação permanente do ensinante. Formação que se funda na análise crítica de sua prática (Freire, 1997, p. 19)

Ante o exposto e buscando formar bons professores atuantes na educação, não há como deixar de pensar na escola como ambiente propício para a educação digital, ainda que nos deparemos com a falta de inclusão completa. É importante pensar em meios de envolver a comunidade escolar na busca pelo combate ao que é ruim nas redes e também conscientizar para o senso crítico e para o aprendizado de habilidades necessárias para identificar as notícias falsas ou *fakes*, das armadilhas discursivas e de tantas coisas negativas existentes no ambiente virtual.

Proporcionar o ensino aos estudantes sobre leitura nas redes é um dos pontos chaves para o êxito das interações comunicativas de forma consciente, auxiliar e provocar o aluno a distinguir entre fatos e opiniões, mentiras e fraudes ajudará no equilíbrio acerca da verdade

sobre as notícias compartilhadas, ainda que se depare com informações falaciosas. Eles terão embasamento, discernimento e consciência para não acreditar e até não compartilhar uma *fake news*, discurso de ódio ou qualquer outra notícia de cunho tendencioso.

Em entrevista David Buckingham, professor, jornalista e estudioso na área de tecnologia e Educação midiática para a juventude e infância, afirma que “se realmente queremos que os cidadãos sejam alfabetizados em mídia, precisamos de programas abrangentes, sistemáticos e sustentáveis de educação para a mídia como um direito básico para todos os jovens” (Calixto, Carvalho, Catelli, 2020, p.128).

Os referenciados autores afirmam que o objetivo da educação é

preparar as crianças para a vida adulta – ajudá-las a entender o mundo no qual estão crescendo e a se tornarem participantes ativas (ou cidadãs) nesse mundo. Isso implica no fato de que a educação precisa estar orientada para o futuro (Calixto, Carvalho & Catelli, 2020, p. 129).

Assim, os autores alertam para a abrangência da mídia em vários setores da vida como economia, política, vida pública, artes, entre outras. Torna-se impossível separar as redes da vida cotidiana de crianças, jovens e adultos, por essa razão, Santaella é categórica ao afirmar que “ao criar um perfil nas redes sociais, as pessoas passam a responder e a atuar como se esse perfil fosse uma extensão sua, uma presença extra daquilo que constitui sua identidade” (Santaella, 2013, p.115). A ideia do perfil atrelado ao sentimento de extensão da própria da pessoa em contexto de revolução tecnológica encontramos também no clássico livro *Os meios de comunicação como extensões do homem*, de Marshall Macluhan, escrito em 1964, quando este afirma que:

Numa cultura como a nossa, há muito acostumada a dividir e estilhaçar todas as coisas como meio de controlá-las, não deixa, às vezes de ser um tanto chocante lembrar que, para efeitos práticos e operacionais, o meio é mensagem. Isto apenas significa que as consequências sociais e pessoais de qualquer meio – ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos – constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos (Macluhan, 1964, p. 21).

Em vista disso, é de suma importância a busca pela formação educacional na área tecnológica compreendendo como esta tecnologia influencia a vidas das pessoas e como pode ser utilizada de forma positiva. Isto poderá contribuir para que cada vez mais usuários jovens saibam, diante de informações recebidas e enviadas, tomar a melhor decisão baseada em um conhecimento crítico e reflexivo quanto à relevância disso para si e para a sociedade, é importante criar meios de educar para comunicar.

Diante do exposto, imprescindível investir em uma formação docente que contemple o combate às *fake news*. Diante da evolução da sociedade é necessário sair da zona de conforto e começar a trabalhar nessas novas informações tecnológicas e da nova linguagem das redes sociais que estão disponíveis para os alunos. Não há mais como retroceder. É importante utilizar das ferramentas midiáticas para instigar os alunos a interrogar tudo que têm a disposição e ensiná-los a manter uma relação de busca pela veracidade e responsabilidade, principalmente acerca da desinformação, discursos de ódio e *fake news*. Neste contexto, parece-nos certo que:

A arma mais forte que temos, hoje, para enfrentar esse desafio de enormes proporções é quase singela. Ela envolve ensinar as crianças e jovens a interrogar as informações e estabelecer com elas uma relação inquisidora e reflexiva. E isso se aprende na escola. Só assim estaremos imunizados contra o vírus da desinformação e, ao mesmo tempo, protegidos do cinismo de ‘não acreditar em nada’ (Ferrari, Machado & Ochs, 2020, p. 42).

O papel do professor em relação ao aluno envolve o fato de “criar as possibilidades para a sua produção ou a sua construção” (Freire, 1996, p.13). Além disso, é necessário que ocorra de forma efetiva o papel formador do docente. É preciso ter consciência de que a educação é uma forma de intervenção no mundo, pois através dela podemos transformar a realidade por meio da formação de pessoas que buscam serem mais críticas e conscientes.

Ensinar é também contribuir para a formação de seres humanos que consigam tomar decisões justas e conscientes, que se tornam autores de suas próprias opiniões e conseguem filtrar, diante de tanta informação, o que julgam ser mais acertado. É também estimular o conhecimento quanto ao senso crítico e auxiliar na formação de cidadãos que ajudarão na construção de uma sociedade mais justa e igualitária. Neste sentido, acompanhamos Freire quando diz:

Faz parte das condições em que aprender criticamente é possível a pressuposição por parte dos educandos de que o educador já teve ou continua tendo experiência da produção de certos saberes e que estes não podem a eles, os educandos, ser simplesmente transferidos. Pelo contrário, nas condições de verdadeira aprendizagem os educandos vão se transformando em reais sujeitos da construção e da reconstrução do saber ensinado, ao lado do educador, igualmente sujeito do processo. Só assim podemos falar realmente de saber ensinado, em que o objeto ensinado é apreendido na sua razão de ser e, portanto, aprendido pelos educandos (Freire, 1996, p. 15).

Ressaltamos que a Base Nacional Comum Curricular (BNCC) já engloba em seu documento reflexões sobre a importância da escola em contribuir com o aluno para “as diversas práticas sociais permeadas/constituídas pela oralidade, pela escrita e por outras linguagens nas mídias e redes sociais.” (BNCC, 2017, p. 66).

A inclusão do tema na BNCC se torna fundamental na medida em que temos um documento normativo para escolas públicas e privadas ditando propostas pedagógicas a fim de despertar a autonomia e criticidade dos estudantes no que diz respeito à sua atuação quanto autor e consumidor nas mídias. Além de incentivá-los e direcioná-los na busca por informações confiáveis, combate à *fake news* e outros assuntos correlatos, conforme citado no trecho abaixo do documento:

A questão da confiabilidade da informação, da proliferação de fake news, da manipulação de fatos e opiniões tem destaque e muitas das habilidades se relacionam com a comparação e análise de notícias em diferentes fontes e mídias, com análise de sites e serviços checadores de notícias e com o exercício da curadoria, estando previsto o uso de ferramentas digitais de curadoria. A proliferação do discurso de ódio também é tematizada em todos os anos e habilidades relativas ao trato e respeito com o diferente e com a participação ética e respeitosa em discussões e debates de ideias são consideradas. Além das habilidades de leitura e produção de textos já consagradas para o impresso são contempladas habilidades para o trato com o hipertexto e também com ferramentas de edição de textos, áudio e vídeo e produções que podem prever postagem de novos conteúdos locais que possam ser significativos para a escola ou comunidade ou apreciações e réplicas a publicações feitas por outros. Trata-se de promover uma formação que faça frente a fenômenos como o da pós-verdade, o efeito bolha e proliferação de discursos de ódio, que possa promover uma sensibilidade para com os fatos que afetam drasticamente a vida de pessoas e prever um trato ético com o debate de ideias (BNCC, 2017, p. 139).

A busca pelo desenvolvimento do aluno como cidadão consciente e formador de opiniões, entendendo seu papel real no mundo, estimulando para que ele seja porta voz de boas ideias e gerando interesse que mostra a importância dele diante de decisões políticas e sociais, faz com que o professor se torne instrumento que leva o discente a pensar na importância de seus atos no mundo, por isso, investir na formação docente deve ser um imperativo para a sociedade.

Além do mais, a formação docente precisa ser contínua e atualizada, uma vez que as estratégias de desinformação também evoluem rapidamente. Os professores devem ser incentivados a buscar recursos, participar de capacitações e compartilhar experiências com outros educadores para aprimorar sua abordagem nessa área.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa estudou postagens públicas nas mídias sociais, ditas aqui hipermodernas, ou seja, subordinadas a uma temporalidade entendida em perspectiva para além da Modernidade, sem que se admitam termos chegado a uma pós-modernidade. Essa admissão, desenvolvida em alguns projetos de pesquisa trabalhados na Universidade, de onde partiram estes estudos, considera relevantes as posturas de Gilles Lipovetsky, para quem é preciso compreender os tempos atuais vinculados ao processo de consumo, mais rápido, embora sem que se modifiquem de modo determinante as variáveis para elencar motivos para uma virada no funcionamento das circunstâncias produtivas.

Com os avanços das tecnologias de comunicação e de informação, surgiram subprodutos inusitados, como a desinformação. O aumento da desinformação carrou consigo o medo, e então, o ódio tornou-se mercadoria de importante remuneração, através da monetização dos canais de YouTube que passaram a atrair cliques por meio de notícias tendenciosas. Noutras palavras, as ferramentas da hipermodernidade, dentre elas, o Facebook, o Twitter, o Instagram, o Telegram, o YouTube e o WhatsApp, edificadas nos primeiros quinze anos do século XXI, e passaram a dar outro encaminhamento para a análise dos discursos, relegando a mídia tradicional a um papel secundário, no processo de informação.

Assim, na primeira Seção, acreditamos ser importante considerar uma aproximação aos conceitos de Redes, de Mídias e de Desinformação, porque passaram a ser um item primordial para a compreensão da sociedade dessas décadas subsequentes, até porque interesses eleitorais passaram a preponderar sobre a própria paz social e a segurança jurídica, antes pauta programática inafastável, provocando um caudal de argumentações, discursos e posturas, reproduzidas em postagens publicadas a partir de um impulsionamento originário do que se convencionou chamar de “Gabinete do ódio”, demonstrando-se que chegamos à desinformação devido a esses interesses políticos especiosos.

Na segunda Seção, percebe-se que as mídias sociais entregaram a pessoas em rede uma importância especial direcionada a campanhas políticas, para as quais as transformações da tecnologia elevaram a sua influência na dinâmica da sociedade a um patamar diferenciado, quanto ao seu referencial anterior. Nesse sentido, é de ressaltar que não foram os países pobres as primeiras vítimas dessa manipulação de palavras, postagens, mídias digitais e enorme parcela da sociedade. As campanhas políticas em alguns países, em 2016, assim como eleições presidenciais nos Estados Unidos, no mesmo ano, implicou esse uso desbordado das tecnologias da (in)comunicação e da (des)informação. Foi somente em 2018 que as campanhas



políticas no Brasil atingiriam a sua apoteose, não obstante fosse fruto de diversas tentativas que as precederam, havendo casos de ensaios fadados, em países periféricos, pelas ações da Cambridge Analytica, sendo as experiências aproveitadas para identificar os erros da condução dos argumentos, chegando-se, aparentemente, a conclusões de que quanto mais obtusa fosse à retórica, se bastante difundida, ganharia mais holofotes eleitorais.

A terceira Seção trouxe o estudo acerca dos discursos políticos e reflexões sobre como o compartilhamento das falsas notícias fizeram surgir também os discursos de ódio. Assim, essas pessoas passaram a compartilhar aquilo que recebiam, sem maiores necessidades de pensar por si mesmas, nem dispendendo o tempo (agora mais escasso) lendo nada mais além do título das notícias e as postagens curtas e odiosas, das mídias sociais. Observamos que passamos todos a viver em uma “sociedade do compartilhamento de informações”, com grande arraigo em postagens com as *fake news*, opondo-se, ao invés de informações fundadas em fatos, uma situação dita de pós-verdade em que a realidade se alimenta de alienação pelo compartilhamento automático, gerando-se um alto consumo de *fake news*, e aquela utopia de plenitude de conhecimento passou a sofrer o predomínio do excesso de informação, sendo os horizontes da possibilidade de leitura os limites impostos pela (des)educação e pela falta de tempo bem utilizado na coleta de dados reais.

Aqui nasce o núcleo do presente modelo dessa dissertação, cuja quarta Seção apresenta algumas postagens publicadas nas mídias digitais que pudessem indiciar essa situação inovadora para a argumentação discursiva do brasileiro, tão consumidor de notícias quanto à cidadania inglesa, escocesa e estadunidense. A nova tecnologia passava a alterar a própria verossimilhança das informações propagandeadas e foi preciso estabelecer um modelo de análise para aplicar sobre algumas postagens publicadas nas mídias digitais. A evolução da tecnologia implicou essa verdadeira alteração ética do percurso das informações e deixou explícitos os discursos odiosos.

Ressaltamos a importância da veracidade dos fatos informados para a busca pela verdade e o combate a *fake news*, pois, o comportamento do compartilhamento de informações sem preocupação com a verdade, podem alterar os resultados da democracia. Por esse motivo, estudou-se aqui, ainda na Seção quatro, um par de modos e maneiras para aferir como funcionam algumas postagens políticas publicadas nesta voragem, bem como se passou a compreender a argumentação e a Lógica, funcionando nas bases do convencimento e da persuasão, uma discussão originada ainda na Antiguidade Clássica, que foi recuperada tanto neste texto dissertativo como nos projetos de pesquisa que enfeixaram algumas de suas conclusões.

De um modo ou de outro, a última Seção focou no centramento na linguagem e no processo educativo que residirá o ponto de apoio para combater as *fake news*, havendo no papel da formação do professorado um caminho necessário para empreender o combate ao discurso sem compasso na ética pública. Desta forma, pode-se concluir que esta pesquisa logrou levantar alguns pontos importantes sobre essa situação da comunicação discursiva política na virada destas últimas décadas, prevalecendo debates sobre o compartilhamento de notícias falsas, demonstrando-se que elas influenciam a sociedade profundamente, pela forma de pensar fora da bolha da verdade factual, permitindo-se uma reflexão sobre a importância de preservar espaços que defendam a propagação de informações carregadas de veracidade, uma vez que essa será a própria forma de manter equilibrada a frágil democracia em que se apoia o mundo capitalista atual.

Sem esse equilíbrio, vê-se que as alterações do curso da vida e da cultura da pessoa humana movem-se perigosamente para uma fronteira da incerteza, diante de fatos nem sempre carregados de interesses coletivos em defesa mútua das populações. Percebe-se haver necessidade de defender a responsabilização de quem compartilha ódio e desinformação nas redes sociais. O consumidor de informação, usuário das redes, precisa ter consciência da possibilidade de involução da Cidadania, e não deixar-se envolver no comportamento de manada, sendo o fator educação o mais atuante para revelar uma saída a esse impasse que, já se disse acima, envolve não países pobres e periféricos, mas, ao contrário, todos aqueles cuja população ensaia dirigir-se a uma trajetória do pleno emprego e da prevalência de uma comunicação plena e permanente ao que deseje, no mundo com menos fronteiras.

Consideramos, em conclusão, que a área de Letras assume, então, um papel nuclear no combate às *fake news*. Desta forma, é preciso que as licenciaturas de Letras atuem positivamente para a formação docente, a ser fomentada pelos poderes públicos a partir das secretarias de educação e de outras instituições educacionais. Essa formação deverá, portanto, ser um processo contínuo de adaptação e readaptação às mudanças no panorama da informação e da tecnologia, em rápido movimento. Os educadores devem, assim, estar abertos a aprender e a se atualizar constantemente para melhor acompanhar o alunado na sua luta contra as *fake news* e o ódio. Ao investir na formação docente, podemos construir uma sociedade mais informada e mais crítica, contrária a essa onda de desinformação e de incomunicação.

## REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. **Argumentação e Análise do Discurso Perspectivas Teóricas e Recortes Disciplinares**. In: Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação. Referência do texto fonte desta tradução: AMOSSY, Ruth. Argumentation et Analyse du discours: perspectives théoriques et découpages disciplinaires. Argumentation et Analyse du Discours [En ligne], Tel-Aviv, n. 1, 2008, mis en ligne le 06 septembre 2008. Disponível em: <http://aad.revues.org/index200.html>.

ARISTÓTELES. **Arte Retórica, Arte Poética**. Tradução de Antônio Pinto de Carvalho e Estudo Introdutório de Gofredo Telles Júnior. São Paulo: Ediouro, s/d.

AZEVEDO, José Carlos. Semântico-Textuais do Nome e da Nominalização. In: VALENTE, André (Org.). **Aulas de Português**. Perspectivas Inovadoras. Petrópolis: Editora Vozes: 1999.

AZEVEDO, Daniela, SILVEIRA, Aleph, LOPES, Carla, AMARAL, Ludmila, GOULART, Ilsa, MARTINS, Ronei. Letramento Digital: uma reflexão sobre o mito dos “Nativos Digitais”. **Revista Novas Tecnologias na Educação**. V. 16 N° 2, dezembro, 2018. DOI:10.22456/1679-1916.89222. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/index.php/renote/article/view/89222/51474> Acesso em: 12/04/2023.

BECKER, ADRIANA. **Linguística Aplicada**. 2010. Disponível em: <http://www.slideshare.net/adrianabecker74/lingstica-aplicada>. Acesso em: 29/04/2018.

BECKER, Valdecir; GAMBARO, Daniel; SOUZA FILHO, Guido Lemos. O impacto das mídias digitais na televisão brasileira: queda da audiência e aumento do faturamento. **Palavra Chave**, v. 18, n. 2, p. 341-373, 2015.

BENCHIMOL, Augusto. **Uma breve história da eletrônica**. Interciência, 1995.

BIRMAN, Joel. **Freud & a filosofia**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2003.

BLOCH, Marc. Reflexões de um historiador sobre as falsas notícias da guerra. In: História e historiadores. Textos reunidos por Étienne Bloch. Lisboa: Editorial Teorema, 1998.

BOGÉA, Digogo. **Psicologia do Bolsonarismo. Por que tantas pessoas se curvam ao mito?** Rio de Janeiro: Oficina de Filosofia, 2021.

BRANDT, LÍlian. **As 10 mentiras mais contadas sobre indígenas**. Minas Gerais, 2014. Disponível em: <https://conflitosambientaismg.lcc.ufmg.br/noticias/as-10-mentiras-mais-contadas-sobre-os-indigenas/> Acesso em: 12/04/2023.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988.

\_\_\_\_\_. Marco Civil da Internet. Lei 12.964/14. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm). Acesso em: 12/04/2023

\_\_\_\_\_. **Base nacional comum curricular.** Proposta Preliminar. Segunda Versão. Brasília, DF, SEB/MEC, 2016.

BRETON, Philippe e GAUTHIER, Gilles. **História das Teorias da Argumentação.** Tradução Maria Carvalho. Lisboa: Editora Bizâncio, 2001.

CALIXTO, Douglas; LUZ-CARVALHO, Tatiana Garcia; CITELLI, Adilson. David buckingham: a Educação Midiática não deve apenas lidar com o mundo digital, mas sim exigir algo diferente. **Comunicação & Educação**, v. 25, n. 2, p. 127-137, 2020.

CARNEIRO, Patrícia Helena dos Santos e ROCHA, Júlio César Barreto. um retorno às humanidades pela literatura: o diálogo sem fronteiras entre a américa latina e o brasil florentino, Nádia Nelziza Lovera de; CARNEIRO, Patrícia Helena dos Santos; MALDONADO; Reny Gomes e COSTA, Rosinete Vasconcelos (orgs.) **Charlas sin Fronteras: reflexões sobre língua, literatura e tradução.** Porto Velho, RO. Coleção Pós-Graduação da Unir – EDUFRO, 2021.

CARVALHO, Lucas Borges de. A democracia frustrada: fake news, política e liberdade de expressão nas redes sociais. (2020). *In: Internet & Sociedade*, v. 1, n. 1.

CARR, Nicholas. **A Geração Superficial.** O que a Internet está fazendo com os nossos Cérebros. Tradução Mônica Gagliotti Fortunato Friaça. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira / Agir, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede: A Era da informação: Economia, Sociedade e Cultura.** 9.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

CHAGAS, Viktor (Ed.). **A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital.** SciELO-EDUFBA, 2020.

CORSALETTE, Conrado. **Pós-verdade, fake news e as eleições no Brasil.** *Nexo Jornal*, 27, mai 2018. (PodCast) Disponível em <https://www.nexojornal.com.br/podcast/2018/05/27/P%C3%B3s-verdade-fake-news-e-aselei%C3%A7%C3%B5es-no-Brasil>. Acesso em: 12/04/2023.

DEL CLARO, Fernanda. O avanço tecnológico no mundo econômico. **Revista FAE**, Vitrine da Conjuntura, v. 2, n. 8, 2009.

DE JESUS, Osvaldo Freitas. Educação e Leitura na Era Digital. **RPD – Revista Profissão Docente**, Uberaba, v.13, n. 27, p.4-28, jan/jun. 2013 – ISSN 1519-0919. Disponível em: <https://revistasdigitais.uniube.br/index.php/rpd/article/view/594/668> Acesso em: 12/04/2023

DE PAULA, Luciane; ZANDONADI, Raquel Santos. Fanfiction: leitura e escrita na era digital. **Línguas & Letras**, v. 21, n. 49, p. 4755.20200005-4755.20200005, 2020.

DIAS, Cláudia Augusto. Hipertexto: evolução histórica e efeitos sociais. **Ciência da informação**, v. 28, p. 269-277, 1999.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura.** Trad.: Sofia Rodrigues. Lisboa, Actividades Editoriais Ltda, 2003.

FERRARI, Ana Claudia; MACHADO, Daniela; OCHS, Mariana. **Guia da educação midiática**. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2020.

FERREIRA, Marcel Chaves; MATOSO, Mariana Campos. Fake news e o comportamento de manada: a influência social para a aceitabilidade do conteúdo falso. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 5, p. e55311528132-e55311528132, 2022.

FREUD, Sigmund. **Psicologia das massas e análise do eu**. L&PM Pocket, 2013.

GALINDO, Rogerio. **O bolsonarismo virou caso de psiquiatria**. Curitiba, 2023. Disponível em: <https://www.plural.jor.br/colunas/caixa-zero/o-bolsonarismo-virou-caso-de-psiquiatra/> - Acesso em: 12/04/2023.

GERALDI, João Wanderley. **Portos de passagem**, Martins Fontes, São Paulo, 1997.

GONÇALVES, Maria I. R. **Internet –Diferencial Proporcionado pelas Linguagens Digitais e pela Telemática**. In: RIBEIRO, Ana Elisa et al. Linguagem, Tecnologia e Educação. São Paulo: Editora Peirópolis, 2010.

GUIMARÃES, Sônia Maria Sousa. **O conceito de Educação em Kant baseado na obra sobre Pedagogia**. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2013.

INGUI, Daniela. Excesso de informação e as (des) memórias no mundo contemporâneo. **Ciência e Cultura**, v. 63, n. 2, p. 12-14, 2011.

JONNES, Rory Cellan. **Como o Facebook pode ter ajudado Trump a ganhar a eleição**. São Paulo, 2016. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-37961917>. Acesso em 12/04/2023.

JUNIOR, Isaias Montanari. Terra Indígena E A Constituição Federal: Pressupostos Constitucionais Para A Caracterização Das Terras Indígenas. Roraima, S/Ano. Disponível em: [http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/manaus/estado\\_dir\\_povos\\_i\\_saias\\_montanari\\_jr.pdf](http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/manaus/estado_dir_povos_i_saias_montanari_jr.pdf). Acesso em 12/04/2023.

KAKUTANI, Michiko. **A morte da verdade: notas sobre a mentira na era Trump**. Editora Intrínseca, 2018.

LIMA, Marcos Aurélio de. **A Retórica em Aristóteles: da orientação das paixões ao aprimoramento da eupraxia**. Natal, IFRN, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. e CHARLES, Sebastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo, Barcarolla, 2004.

MACCEDO, Paulo. **A Arte de Escrever para a Web e Produzir Conteúdos Poderosos**. São Paulo: DVS Editora, 2017.

MACHADO, Daniela. **O desafio de educar para a informação**. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://educamidia.org.br/o-desafio-de-educar-para-a-informacao/> Acesso em 12/04/2023.

MARCUSCHI, LUIZ ANTÔNIO. **Hipertextos e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido.** 3 ed. São Paulo: Cortez, 2010.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes.** Editora Vozes Limitada, 2014.

MCLUHAN, Marshal; FIORE, Quentin. **O Meio são as Massagens: Um Inventário de Efeitos** (Te Medium is the message). Rio, Record, sd.

MCQUAIL, Denis; DE JESUS, Carlos; PONTE, Cristina. **Teoria da comunicação de massas.** 2003.

MEDEIROS, Igly Santos e MEDEIROS, Inaury Santos di. **Dicionário-Guia das Redes Sociais.** Clube de Autores, 2017.

MELHORAMENTOS, Editora. Michaelis: **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa.** 2017. Michaelis On-Line, 2017.

MELLO, Patrícia Campos. **A Máquina do Ódio.** Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2020.

MEMÓRIA GLOBO. **Eleições Americanas – 2016.** O republicano Donald Trump foi eleito o 45º presidente dos Estados Unidos, em pleito acirrado, disputado com a democrata Hillary Clinton. Rio de Janeiro, 2021.

MENDES, C. A; CÂNDIDO, T. F; SILVA, C. F. A; FERREIRA, D. A. **A Importância Da Escola Para A Formação Do Cidadão.** Goiás, 2015. Disponível em: [https://www.falaprofessor2015.agb.org.br/resources/anais/5/1441669448\\_ARQUIVO\\_Relato deExperiencia\\_VIIIFalaProfessor.pdf](https://www.falaprofessor2015.agb.org.br/resources/anais/5/1441669448_ARQUIVO_Relato deExperiencia_VIIIFalaProfessor.pdf) Acesso em 12/04/2023.

MIRANDA, J. **Do Mundo das Redes ao Mundo na Rede.** Em Rumos da Sociedade da Comunicação. Lisboa, Nova Veja, 2005.

MORAIS, Beatriz Rodrigues *et alii* (Orgs.). **Introdução à Lógica a partir de sua História filosófica.** Volume 1: De Heráclito aos Medievais. Porto Alegre: Editora Fi, 2019.

MURCHO, Desidério. **Pensar Outra Vez.** Filosofia, valor e verdade. Vila Nova de Famalicão: Edições Quasi, 2012.

NEVES, Barbara Coelho; BORGES, Jussara. **Por que as fake news têm espaço nas mídias sociais?:** uma discussão à luz do comportamento infocomunicacional e do marketing digital. **Informação & Sociedade: estudos.** João Pessoa. Vol. 30, n. 2 (abr./jun. 2020), p. 1-22, 2020.

PROGRAMA Operacional Capital Humano. **Leitores do Século 21 – Competências de literacia num mundo digital – Relatório da OCDE.** Portugal. 2021. Disponível em: <https://www.poch.portugal2020.pt/pt-pt/Noticias/Paginas/noticia.aspx?nid=787>. Acesso em: 12/04/2023.

PALFREY, John e GASSER, Urs. **Nascidos na Era Digital.** Entendendo a primeira geração de nativos digitais. Tradução Magda França Lopes. Porto Alegre: Grupo A, 2011.

PERELMAN, Chaim e TYTECA, Lucie Olbrechts. **Tratado da Argumentação: a Nova Retórica**. Tradução Maria Ermantina Galvão Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

PINHEIRO, Marta Macedo Kerr; BRITO, Vladimir de Paula. Em busca do significado da desinformação. **Data Grama Zero, João Pessoa**, v. 15, n. 6, 2014. Acesso em 10/07/2023.

PLATÃO. **O Sofista**. Tradução Carlos Alberto Nunes. Site O Dialético, 2003.

PORFÍRIO, Francisco. **Mito da Caverna**. Disponível em: <https://www.historiadomundo.com.br/curiosidades/mito-da-caverna.htm> Acesso em 12/04/2023.

ROCHA, Júlio César Barreto. **Análise Intercultural de Argumentos**. Tese Doutoral. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago, 2004.

\_\_\_\_\_. **Pressupostos da Filologia Política**. Porto Velho: EdUFRO, 2013.

ROCHA, Júlio César Barreto; PINTO, Lívía Samila de Oliveira, SEVERO, Deisiane. **Ódio contra mulheres: combate a discurso misógino em postagens políticas públicas em mídias sociais**. In Anais: II SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE CRÍTICA FEMINISTA E AUTORIA FEMININA: Diversidade, Feminismos e Femininos Plurais / Alexandra Santos Pinheiro, Algemira de Macêdo Mendes, Andre Rezende Benatti, Geovana Quinalha de Oliveira e Maria de Fátima Alves Oliveira Marcari (Orgs.). [online]: [s.n.], 2023. Disponível em: <https://anaisonline.uems.br/index.php/sicfaf/issue/view/141>. Acesso em: 12/04/2023.

RODRIGUES, Renan Albuquerque. **A desconstrução da informação**. Manaus: Editora Valer e Prefeitura de Manaus, 2006.

RODRÍGUEZ, Luis Miguel Romero. **La manipulación informativa y la desinformación: la anomia de los receptores y el fomento de las víctimas propiciatorias**. Universidad de Almería – Facultad de Humanidades, Máster en Comunicación Social, 2011. Disponível em: [https://www.academia.edu/1200126/La\\_manipulacion\\_informativa\\_y\\_la\\_desinformacion\\_La\\_anomia\\_de\\_los\\_receptores\\_y\\_el\\_fomento\\_de\\_victimas\\_propiciatorias](https://www.academia.edu/1200126/La_manipulacion_informativa_y_la_desinformacion_La_anomia_de_los_receptores_y_el_fomento_de_victimas_propiciatorias). Acesso em: 10/07/2023.

RONDÔNIA. **Referencial Curricular do Estado de Rondônia**. Porto Velho: Secretaria de Estado de Educação, 2020.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Atuação político-cultural da gestão Messias Bolsonaro**. Alteridade, Cidade do México, 2020. Disponível em: <http://culturadorn.blogspot.com/2020/05/atuacao-politico-cultural-da-gestao.html> - Acesso em: 12/04/2023.

RUEDIGER, Marco Aurelio e GRASSI, Amaro (Coords.). **Discurso de ódio em Ambientes Digitais: Definições, especificidades e contexto da discriminação on-line no Brasil a partir do Twitter e do Facebook**. Rio de Janeiro: FGV / DAPP, 2021.

SADOCCO, Rafael; DA SILVA, Helen Regina José. **O Uso Da Negação Nas Estratégias De Comunicação Política Da Rede Bolsonarista É Fruto Do Mérito Ou Do Acaso.** Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN), v. 5, n. 1, 2021.

SANCHEZ, Isabella. **Sobre as fake news. Definições, como identificar e combater a disseminação.** Produzido para a disciplina de Educação Aberta: REAS e MOOCs do curso de pós-graduação em Computação aplicada à educação da Universidade de São Paulo (USP), 2021.

SANTAELLA, Lúcia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Editora estação das letras e cores, 2018.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação.** Pia Sociedade de São Paulo-Editora Paulus, 2014.

SANTOS, C. J. G. **Tipos de conhecimento.** E-disciplinas USP. Disciplina: Metodologia Científica, 2020. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4264412/mod\\_resource/content/0/TIPOS%20DE%20CONHECIMENTO.PDF](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4264412/mod_resource/content/0/TIPOS%20DE%20CONHECIMENTO.PDF) Acesso em 12/04/2023.

SANTOS, Rahellen. **O que é o Marco Civil da Internet?** 2021. Disponível em: <https://www.aurum.com.br/blog/marco-civil-da-internet/> Acesso em 12/04/2023.

SCHOPENHAUER, Arthur. **A Arte de escrever.** Organização, tradução, prefácio e notas de Pedro Süsskind. Porto Alegre: LP&M, 2008.

SERRA, Paulo e CANAVILHAS, João (Orgs.). **Informação e persuasão na web: Relatório de um Projecto.** Covilhã (Portugal): Livros LabCom, 2009.

SILVA, Aarão Miranda da; SILVA, Adriana Dias e. **As evidências da alienação da sociedade brasileira.** São Paulo, 2020. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/81928/as-evidencias-da-alienacao-da-sociedade-brasileira> - Acesso em: 12/04/2023.

SILVA, José Afonso da. Terras tradicionalmente ocupadas pelos índios. *In*: SANTILI, Juliana (Coord.). Os direitos indígenas e a constituição. Porto Alegre: Fabris, 1993.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a Mídia?** Tradução Milton Camargo Mota. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

SOARES, D. A. **Globalização numa perspectiva sociocibernética.** *In*: Revista Contracampo, nº 1. Mestrado da UFF, jul/dez/1997. Disponível em: <http://www.uff.br/mestcii/cc2.htm>. Acesso em 12/04/2023.

SODRÉ, Muniz. **A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil.** Rio de Janeiro, Achiamé, 1984.

TAVERNARI, Mariana. **Narrativas em Rede: Articulações discursivas e processos de agenciamento nas mídias digitais.** *In* II Jornada Discente PPGMPA / USP, 14 de outubro de 2011. São Paulo: USP, 2011.

VAIDHYANATHAN, Siva. **A Googlelização de tudo: (e por que devemos nos preocupar): a ameaça do controle total da informação por meio da maior e mais bem-sucedida empresa do mundo virtual.** Tradução Jeferson Luiz Camargo. São Paulo: Editora Cultrix, 2011.



VIEIRA, Katia Luzia Silveira Silva. **Evolução tecnológica e a reestruturação do espaço**. Revista Artigos. Com, v. 3, p. e1118-e1118, 2019.

VIEIRA PINTO, Álvaro. **O conceito de tecnologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.

VILAÇA, Márcio Luiz Corrêa e ARAÚJO, Elaine Vasquez Ferreira de (Orgs.). **Tecnologia, Sociedade e Educação na Era Digital**. Duque de Caxias: UNIGRANRIO, 2016.

VILLAR, Bruno. **Raciocínio Lógico completo**. São Paulo: Forense, 2016.

VOLPATO, Bruno. **Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2022, com insights e materiais**. Santa Catarina. 2022. Disponível: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/> Acesso em 12/04/2023.


VVAA. **Fake news e linguagem**. ABRALIN em cena. 21 a 23 de novembro de 2019. Campinas: Unicamp, 2019.

ZENHA, Luciana. Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam? In **Caderno de Educação**, ano XX - n. XX, v. X, 20XX/20XX - p. 1-23 / UEMG, Minas Gerais, 2018.

## ANEXO

22/04/2023, 14:44

Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas

 <b>UNIR</b> Portal do Docente	<b>FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA</b> <b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTÃO DE ATIVIDADES ACADÊMICAS</b> EMITIDO EM 22/04/2023 14:43
---	--

## PLANO DE TRABALHO

DADOS DO PLANO DE TRABALHO	
<b>Projeto de Pesquisa:</b>	PVNS30-2021 - Linguagem e Argumentação na Lógica da Hipermodernidade
<b>Orientador:</b>	JULIO CESAR BARRETO ROCHA
<b>Centro:</b>	NÚCLEO DE CIÊNCIAS HUMANAS
<b>Departamento:</b>	DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE LETRAS VERNÁCULAS - NCH
<b>Discente:</b>	20192001775 - MICHELE SARMENTO DOS SANTOS
<b>Tipo de Bolsa:</b>	VOLUNTÁRIO (TC)
<b>Direcionamento(s) da bolsa:</b>	Iniciação Científica
<b>Status do Plano:</b>	EM ANDAMENTO
<b>Cota:</b>	PBIC CNPq - 2022/2023 (01/09/2022 a 31/08/2023)
<b>Edital:</b>	(INSCRIÇÕES ENCERRADAS) EDITAL PBIC - CICLO 2022/2023

## CORPO DO PLANO DE TRABALHO

## Título

2: Argumentação na Lógica da Hipermodernidade (2022-2023)

## Introdução e Justificativa

## INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA:

Cabe a um Projeto de Pesquisa dar conta do seu escopo básico, cercando pela sua terminologia o seu OBJETO, conforme delineado pelo seu assunto (quando não pelo seu TEMA, palavra tecnicamente mais específica ao que nos traz aqui. Com efeito, é neste sentido que este Plano de Trabalho 2 quer dar conta do núcleo mesmo da Pesquisa Básica ("Linguagem e Argumentação na Lógica da Hipermodernidade"), sendo a "Argumentação na Lógica da Hipermodernidade" o núcleo arrematador que fez o Planeta inteiro dar uma guinada de volta aos tempos pré-socráticos naquilo que havia de mais perturbador: a fuga dos argumentadores do que fosse a realidade, preferindo mais a persuasão gratuita (mas muito bem remunerada aos mestres da época) do que ater-se a uma realidade factual -realidade que Aristóteles recuperou (seguinto, no que diga respeito a esse tema, os seus mentores Sócrates e Platão), através da sua proposta silogística. Disto cuidaremos neste Plano, a Argumentação (diferenciada) na "Lógica da Hipermodernidade".

Trazemos resultados de estudos presentificados nas nossas referências (ao final), mas também em estudos próprios (inclusive em PBIC e PIBIT anteriores), e, como se disse na Justificativa do Projeto Básico, somos herdeiros de outras pesquisas: muito do que serão as bases teóricas e textuais aproveitadas, aqui e agora, nesta fase bastante mais específica de estudo do que seja a Lógica da Hipermodernidade. Como nos fundamos em metodologia apropriada para esse tipo de retomada de dados, podemos dar como assentadas essas bases e explicitar complementaridades subsequentes a este desdobramento. Se antes circunscrevemos no ambiente pós-eleitoral e das circunstâncias da questão da proximidade ou distanciamento daquele momento, entre início de 2016 e finais de 2018, em que se deu a centralidade da utilização deste particular modo de empregar a Linguagem e a Argumentação, para o que chamamos de Lógica da Hipermodernidade, agora trata-se de centralizar nestes dois elementos (a Linguagem e a Argumentação) a observação das nossas ferramentas de pesquisa, uma vez que tornou-se exatificado o conceito principal e as personagens, sujeitos de discurso, que se enfrentavam, não apenas na discursividade brasileira, mas ainda nos Estados Unidos e no Reino Unido da Inglaterra e Irlanda do Norte, cada qual com a sua diferenciada sorte no que tange ao atual estado de coisas no mundo da política, que deu azo a essa situação discursiva, que arreatou com especial sofreguidão as pessoas do nosso País, cujas atitudes discursivas, repassadas primeiramente de modo acrílico pelas mídias sociais, serão objeto do nosso estudo.

Conforme se sabe, temos no Facebook uma mídia social projetada academicamente a partir de 2004, pensada para simples relacionamento juvenil, bem como o espetacular YouTube em 2005 (hoje algo sobrepujado pela ferramenta chinesa de vídeos curtos Tik Tok) e mais o Twitter em 2006, suportes todos a textos e a vídeos (ou com link a vídeos), abertos ao público em geral na Internet. Este o nosso espaço virtual de atuação concreta.

## [JUSTIFICATIVA:]

É evidente a importância, cívica ou educacional, deste tipo de estudo, que pretende desvelar o funcionamento de argumentos e da sua linguagem, na construção da chamada Lógica da Hipermodernidade, que deu azo a que haja enfrentamento bipolar no seio da sociedade brasileira, presentes fake news, discursos de ódio, de parte a parte, dando a muitos a impressão de que seriam itens decisivos para o próprio funcionamento da democracia, no âmbito político nacional brasileiro.

Um levantamento da linguagem e das argumentações levadas às mídias sociais, e daí à discursividade pública da "brava gente brasileira", a possuir a superior importância de trazer luzes da Ciência das Letras, estudos da Linguagem e da Argumentação, auxiliada pela Filosofia e pelas Ciências da Informação, para elucidar pessoas que sejam estudantes ou estudiosas, sobre aquilo que se desdobrou sobre a passada década de 2010 a 2020 sobre os meios de comunicação nacionais, e mesmo mundiais, em grande medida, muito embora com outros teores, assuntos e pautas locais, em cada caso, tornando conflitiva a convivência familiar, profissional, nacional, por razões da criação de conflitualidades por "engenheiros do caos", num processo de "guerra permanente".

Neste sentido, a RELEVÂNCIA do presente estudo salta aos olhos, uma vez que em todos os setores penetrou a problemática do que passara a ser importante: o critério do convencimento ou o critério da ética discursiva, seja com questões de Linguagem, seja com questões de Argumentação, carregando grandes investimentos públicos (inclusive com vultosos dinheiros de empresas estatais a youtubers, por exemplo) e privados (inclusive investimentos em favor de valores empresariais legítimos em competição com narrativas falsas ou agressivas, prejudiciais aos empreendimentos), em direção a suportar esta ou aquela face deste maniqueísmo dominante, que leva a nossa sociedade a se enfrentar sobre problemas e com informações que se acreditavam superados pela enorme onda de dados presentificados, de modo crescente e permanente, em numerosos sites da Internet, muito embora haja pouca elucidação do que seja joio e do que seja trigo, nesta floresta esgarçada de combate diuturno, e muito embora inexista uma sistematização destacável daquilo que possa merecer confiança de todas as partes envolvidas. Assim, deste estudo, espera-se possamos levar às escolas e às salas de aula universitárias os conteúdos dirimidos pelo estudo de fundo histórico e regular nas bases e por meio de algumas análises sobranceiras, que se destacam, neste ambiente discursivo utilizado pelo formato que denominamos Lógica da Hipermodernidade, para assim obtermos um uso analítico e uma superação dirimente desta algazarra discursiva, que perou caos propositivo e causa insatisfação resultante, pelo País adentro.

Os estudos acadêmicos ou escolares, os cursos de licenciatura das universidades, assim como todos os cursos de pós-graduação, receberão um produto derivado destes estudos, e cada qual poderá ser beneficiário direto das informações levantadas empiricamente por este projeto, obtidas a quente, durante o funcionamento mesmo dos movimentos de contenção dessa liberdade sem pelas de argumentações típicas desta Lógica da Hipermodernidade, que, por um lado beneficiou fatias importantes da política e de empresas dos grandes países onde se difundiram com maior alcance essa (ir)razoável forma de pensar, distante dos silogismos, mais perto dos pré-socráticos.

## Objetivos

## OBJETIVOS:

I- Objetivo Geral: Efetuar um levantamento de argumentações empregadas nos discursos conflituosos de matriz dual ou maniqueísta, em mídias sociais.

## II- Objetivos Específicos:

a) Estudar obras que permitam analisar e interpretar situações de conflito de argumentações no ambiente da Lógica da Hipermodernidade.

b) Realizar um levantamento de conteúdos de discursos políticos e culturais contemporâneos, observando a existência de questões de argumentos a serem classificados consoante a sua postura no âmbito do enfrentamento dialético presente.

c) A partir da teoria e das bases concretas, explicar o funcionamento, em linhas gerais, dos discursos havidos, em perfis públicos de Facebook e de Twitter, empregados nas discussões mais disseminadas pela mídia social.

d) Uma vez que se estabeleçam dados da teoria, exemplares suficientes e explicações primeiras, exatificar um padrão dos usos de argumentações, que possa ser presenciado a partir de discursos empíricos levantados.

22/04/2023, 14:44

## Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas

e) Como resultante final, criar um perfil de Facebook que recolha, com destaque a cada um dos objetivos específicos anteriores, dados concretos das teorias espostadas, exemplares dos conteúdos dos discursos políticos e culturais contemporâneos alcançados, e mais as suas análises, em termos de Argumentação.

**Metodologia****METODOLOGIA:**

Partimos do pressuposto de que o método seja o dedutivo porque justificado pela generalização derivada de leitura prévia de mundo e de referências bibliográficas. o, do qual brota a Metodologia hipotético-dedutiva. Esta, suportada ainda por elementos tomados de anteriores investigações teóricas sobre a "Lógica da Hipermodernidade", traz à baila pesquisa e leituras dos textos do nosso cotidiano cidadão, utente de mídias sociais que somos, para assim buscar confirmações particulares nos materiais alcançados pela pesquisa, que deverá confirmar (ou não) a hipótese aventada.

Por outro lado, uma vez enfiados na busca das singularidades comprobatórias, utiliza-se uma perspectiva metodológica político-cultural, da qual se poderá obter importante fator para uma adequada leitura filológica de discursos obtidos nos textos (noticiosos ou de natureza polémica) oriundos de mídias sociais.

**Habilidades Adquiridas****HABILIDADES ADQUIRIDAS:**

O nosso Grupo de Pesquisa, em debate, levantou uma série de HABILIDADES como decisivas para a construção da pessoa pesquisadora, que, por um lado, são relevantes na partida, mas, por outro lado, serão ainda mais bem potencializadas, ao longo do desenrolar da Pesquisa. São elas:

- Possuir prazer na leitura, sistematizando, analisando, instrumentalizando e criticando tanto os textos teóricos ou objetivos, como a sua própria interpretação dos textos, mantendo postura coerente, diante da grande quantidade de informações obtidas, em áreas conexas do conhecimento esperável;
- Possuir a capacidade de desenvolver a própria motivação, a criatividade, a organização e a satisfação no acúmulo quantitativo de informação, sistematizando-a e distinguindo o seu salto ao conhecimento e ao seu uso posterior com sabedoria, especialmente para empregar no âmbito da Educação;
- Possuir raciocínio analítico, sintético e reflexivo, utilizando-se de uma capacidade artística que estabeleça diferenças entre as partes de um discurso, as suas estruturas, os interesses argumentativos manejados em cada texto, frase ou mesmo uso de palavras específicas.
- Ser comunicativo, gostar das novas tecnologias, utilizar as mídias sociais e, por elas, procurar conhecer as relações entre pessoas e coletividades, distinguindo tanto os espaços administrativos como aqueles das descrições geográficas, populacionais, idiomáticos, religiosas e políticas;
- Efetuar observação do seu meio social, saber coletar e distribuir dados criticamente, com interesse pela pesquisa bibliográfica, pesquisa em meios de comunicação, pesquisas de campo, realizando entrevistas e entregando informações de modo coerente com as conclusões finalizadas.
- Possuir pro-atividade destinada a verificar dados, com sensibilidade pessoal, social e cultural, realizando diversos tipos de análise de dados, elaborando mapeamentos parciais e redigir relatórios visando apresentações escritas e publicações de artigos.

**Referências****REFERÊNCIAS:**

a) Obras básicas, para dar a conhecer, escolhendo 8 para leitura e aplicação, havendo predileção pelas obras em suporte eletrônico, para apolar orientação em ERE:

- BRETON, Philippe e GAUTHIER, Gilles. História das Teorias da Argumentação. Tradução de Maria Carvalho. Lisboa: Editora Bizâncio, 2001.
- CARR, Nichola. A Geração Superficial. O que a Internet está fazendo com os nossos Cérebros. Tradução Mônica Gagliotti Fortunato Friaça. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira / Agir, 2011.
- MACCEDO, Paulo. A Arte de Escrever para a Web e Produzir Conteúdos Poderosos. São Paulo: DVS Editora, 2017.
- MELLO, Patrícia Campos. A Máquina do Ódio. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2020.
- MURCHO, Desidério. Pensar Outra Vez. Filosofia, valor e verdade. Vila Nova de Famalicão: Edições Quasi, 2012.
- ROCHA, Júlio César Barreto. Pressupostos da Filologia Política. Porto Velho: EdUFRO, 2013.
- RUEDIGER, Marco Aurelio e GRASSI, Amaro (Coords.). Discurso de ódio em Ambientes Digitais: Definições, especificidades e contexto da discriminação on line no Brasil a partir do Twitter e do Facebook. Rio de Janeiro: FGV / DAPP, 2021.
- SERRA, Paulo e CANAVILHAS, João (Orgs.). Informação e persuasão na web: Relatório de um Projecto. Covilhã (Portugal): Livros LabCom, 2009.
- SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a Mídia? Tradução Milton Camargo Mota. São Paulo: Edições Loyola, 2002.
- VILAÇA, Márcio Luiz Corrêa e ARAUJO, Elaine Vasquez Ferreira de (Orgs.). Tecnologia, Sociedade e Educação na Era Digital. Duque de Caxias: UNIGRANRIO, 2016.
- VILLAR, Bruno. Raciocínio Lógico completo. São Paulo: Forense, 2016.
- b) Bibliografia complementar:
- AMOSSY, Ruth. "Argumentação e Análise do Discurso Perspectivas Teóricas e Recortes Disciplinares." In Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação. Referência do texto fonte desta tradução: AMOSSY, Ruth. Argumentation et Analyse du discours: perspectives théoriques et découpages disciplinaires. Argumentation et Analyse du Discours [En ligne], Tel-Aviv, n. 1, 2008, mis en ligne le 06 septembre 2008. Disponível em: <http://aad.revues.org/index200.html>.
- ARISTÓTELES. Arte Retórica, Arte Poética. Tradução de António Pinto de Carvalho e Estudo Introdutório de Gofredo Telles Júnio. São Paulo: Edouros, s/d.
- KLEMPERER, Victor. A Linguagem do Terceiro Reich. Tradução, Apresentação e Notas Miriam Bettina Paulina Oelsner. Rio de Janeiro: Editora ConTRAPONTO, 2009.
- LIMA, Marcos Aurélio de. A Retórica em Aristóteles: da orientação das paixões ao aprimoramento da eupraxia. Natal: IFRN, 2011.
- MORAIS, Beatriz Rodrigues et alii (Orgs.). Introdução à Lógica a partir de sua História filosófica. Volume 1: De Heráclito aos Medievais. Porto Alegre: Editora FI, 2019.
- PERELMAN, Chaim. Retóricas. Trad. Maria Ermantina Galvão Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- PLATÃO. O Sofista. Tradução Carlos Alberto Nunes. Site O Dialético, 2003.
- ROCHA, Júlio César Barreto. Análise Intercultural de Argumentos. Tese Doutoral. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago, 2004.
- SCHOPENHAUER, Arthur. A Arte de escrever. Organização, tradução, prefácio e notas de Pedro Sösekind. Porto Alegre: LP&M, 2008.
- TAVERNARI, Mariana. "Narrativas em Rede: Articulações discursivas e processos de agenciamento nas mídias digitais." In II Jornada Discente PPGMPA / USP, 14 de outubro de 2011. São Paulo: USP, 2011.
- VVAA. Fake news e linguagem. ABRALIN em cena 21 a 23 de novembro de 2019. Campinas: Unicamp, 2019.

**CRONOGRAMA DE ATIVIDADES**

Atividade	2022				2023						
	Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul

<https://sigaa.unir.br/sigaa/pesquisa/planoTrabalho/wizard.do?dispatch=imprimir&objId=98371490>

2/3

22/04/2023, 14:44

## Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas

Atividade	2022				2023							
	Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago
CAPACITAÇÃO INICIAL	X	X										
LEITURAS TEÓRICAS / SESSÕES DE ESTUDO E DE ORIENTAÇÃO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ESTUDO DOS DADOS DISPONÍVEIS				X	X	X	X	X				
PREPARAÇÃO DA PESQUISA							X	X	X			
RECOLHA DE DADOS					X	X	X	X	X			
SISTEMATIZAÇÃO DOS DADOS RECOLHIDOS							X	X	X			
ANÁLISE PRELIMINAR DOS DADOS					X	X	X	X	X			
REDAÇÃO PRELIMINAR DE RELATÓRIO								X	X	X		
PRODUÇÃO DE ARTIGO									X	X		
CONSTRUÇÃO DE PERFIL DE FACEBOOK PARA ARQUIVAR MATERIAIS (PARA DIFUSÃO EXPOSITIVA FUTURA)										X	X	
REDAÇÃO FINAL DE RELATÓRIO											X	X
<b>HISTÓRICO DE BOLSISTAS</b>												
<b>Discente</b>					<b>Data de Indicação</b>			<b>Início</b>		<b>Fim</b>		
20192001775 - MICHELE SARMENTO DOS SANTOS					04/09/2022 23:02:11			04/09/2022		05/09/2022		
20192001775 - MICHELE SARMENTO DOS SANTOS					05/09/2022 16:23:15			04/09/2022		31/08/2023		
<b>PARECER CONSULTORES</b>												
<b>Data/Hora</b>		<b>Parecer</b>							<b>Usuário</b>			
16/08/2022 16:42		Plano de trabalho bem justificado e com objetivos de acordo com o que é proposto.							(c358)			
<b>HISTÓRICO DO PLANO DE TRABALHO</b>												
<b>Data/Hora</b>		<b>Situação</b>		<b>Tipo de Bolsa</b>		<b>Usuário</b>						
21/07/2022 18:13		CONCORRENDO A COTA		A DEFINIR		MINA DANAE FRANCO GOMES (88591590244)						
05/07/2022 21:16		CONCORRENDO A COTA		A DEFINIR		JULIO CESAR BARRETO ROCHA (12144380244)						
16/08/2022 16:38		CONCORRENDO A COTA		A DEFINIR		MINA DANAE FRANCO GOMES (88591590244)						
16/08/2022 16:40		CONCORRENDO A COTA		A DEFINIR		MINA DANAE FRANCO GOMES (88591590244)						
16/08/2022 16:42		APROVADO		A DEFINIR		(c358)						
SIGAA   Diretoria de Tecnologia da Informação - (69) 2182-2176   Copyright © 2006-2023 - UNIR - SigBoss1.unir.br/SigBoss1												