

Denegação, gramática paranoica e fake news:

produção e veiculação de sentidos em tempos de pandemia



Geane Valesca da Cunha
Klein¹
Admilton José de Oliveira²

Resumo: O texto analisa a estratégia de denegação mobilizada pelo governo federal brasileiro diante da pandemia da Covid-19, problematizando a gramática paranoica e realizando a análise de um vídeo, no qual se observam desvios na orientação sobre o uso de máscaras como proteção contra a Covid-19, através da circulação de falas atribuídas a peritos. Esses circuitos de produção de sentido divergem das orientações de instituições oficiais de saúde. Mobilizamos conceitos desenvolvidos por Maingueneau (1997, 2001, 2005, 2006, 2008) para proceder à análise, pela qual procuramos demonstrar como a produção de sentidos está atrelada ao contexto e aos elementos da cena enunciativa.

Palavras-chave: Denegação. Fake News. Cena Enunciativa.

1 Doutora em Letras pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2016) e Professora do Departamento Acadêmico de Letras Vernáculas da Universidade Federal de Rondônia.

2 Mestre em Letras pela Universidade Federal de Rondônia (2018), e Professor na SEDUC-RO.

Negación, gramática paranoica y fake news: producción y circulación de significados en tiempos de pandemia

Resumen: El texto analiza la estrategia de negación impulsada por la acción del gobierno federal brasileño ante la pandemia Covid-19, problematizando la ‘gramática paranoica’. Se analizó a un video en el que se observan desviaciones en la guía sobre el uso de máscaras como protección contra Covid-19, través de la circulación de discursos atribuidos a expertos. Estos circuitos de producción de sentido difieren de las pautas de las instituciones de salud oficiales. Tomando como referencia conceptos desarrollados por Maingueneau (1997, 2001, 2005, 2006, 2008), procedemos con el análisis, mediante el cual demostramos cómo la producción de los significados está vinculada al contexto y elementos de la escena

enunciativa.

Palabras clave: Negación. Fake News. Escena enunciativa.

Denial, paranoid grammar and fake news: production and circulation of meanings in times of pandemic

Abstract: The text analyzes the denial strategy driven by the action of the Brazilian federal government in the face of the Covid-19 pandemic, problematizing the paranoid grammar. We conducted the analysis of a video in which deviations are observed in the guidance on the use of masks as protection against Covid-19, through the circulation of speeches attributed to experts. These circuits of production of meaning differ from the guidelines of official health institutions. Taking as a reference concepts developed by Maingueneau (1997, 2001, 2005, 2006, 2008), we proceed with the analysis, by which we demonstrate how the production of meanings is linked to the context and elements of the enunciative scene.

Keywords: Denial. Fake News. Enunciative Scene.

1 Considerações iniciais

Estudar a leitura e suas implicações no que tange à produção e à circulação de sentidos em uma formação social permite compreender o espaço de interpretação próprio deste grupo. Neste texto, nossa atenção recaiu sobre as fake news, cujo funcionamento radica-se no interior dos processos de leitura, escrita e interação em ambientes digitais.

Intencionamos destacar a estratégia de denegação mobilizada pelo governo federal diante da pandemia da Covid-19, problematizando a gramática paranoica e realizando a análise de um texto com status assumido de notícia, mas que corresponde a uma notícia falsa ou fake news, disseminada em redes sociais. Estabelecemos um percurso de leitura e interpretação que nos permitiu analisar a fixação de certos sentidos e evidenciar como as “verdades” se constroem e se impõem. Paralelamente ao movimento de análise, refletimos sobre o modo pelo

qual os gêneros discursivos integram as práticas sociais, sendo por elas gerados e formatados, problematizando sobre a flexibilização e o hibridismo dos gêneros digitais na chamada hipermodernidade (LIPOVETSKY, 2004).

A metodologia pautou-se na investigação de fenômenos textuais de natureza social e cultural, com graus de hibridismo. Empreendemos uma pesquisa bibliográfica sobre os procedimentos envolvidos nas práticas de escrita, leitura, interpretação e produção de significados. Organizamos informações acerca dos gêneros textuais/discursivos na mídia digital e sobre a relação entre mídias, comunicação e cultura. Procedemos um mapeamento de materiais publicados no período pandêmico da Covid-19 e, com eles, compusemos um arquivo de leitura, identificando trechos/recortes para a análise.

A busca por conteúdos ocorreu a partir da localização de *tags* utilizadas durante a pandemia da Covid-19. Vale destacar que as *tags* correspondem às palavras-chave ou aos termos associados a uma informação, tópico ou discussão que se deseja indexar de forma explícita no aplicativo Twitter, e também adicionado ao Facebook, YouTube e Instagram. Destarte, as *hashtags* são compostas pela palavra-chave do assunto antecedida pelo símbolo cerquilha – e é dessa forma que o conteúdo pode ser acessado. Consideramos as *hashtags*: #Covid19, #Pandemia, #Corona, #Coronavirus, #FicaEmCasa #StayHome, #StayHomeStaySafe, #Mascara; além das *hashtags* com ideia negativa: #OBrasilNaoPodeParar, #NãoUseMascara, #NaoFiqueEmCasa, #PareDeSerEnganado, #BolsonaroTemRazao, #PareDeAjudarBandidos.

2 Hiperinformação em tempos de pandemia

O ano de 2020 ficará registrado como um dos mais difíceis vividos pela humanidade: o novo coronavírus, que desencadeou a enfermidade conhecida como Covid-19, tem causado inúmeras mortes. De sobressalto, as pessoas foram retiradas de suas vidas cotidianas e colocadas naquilo que ficou conhecido como isolamento ou distanciamento social – termo não exatamente explicativo, já que não estamos em distanciamento da sociedade,

pois os dispositivos móveis, as tecnologias digitais e a internet têm funcionado como conectores em tempos de distanciamento físico. A impossibilidade da vida normal também nos colocou repentinamente em um mundo no qual praticamente só existe um assunto, um tópico, um tema. A todo o momento recebemos informações, por vários canais, oriundas de diversas fontes e carregadas de diferentes significados, capazes de produzir diferentes efeitos de sentido.

Antes da pandemia já vivíamos um momento chamado de hipermodernidade, cuja organização social baseia-se no cognitivo, constituindo-se em uma economia do conhecimento, pautada pelo capital inteligência. O termo hipermodernidade foi criado por Lipovetsky (2004) em função do vazio profundo de significações e significados que levam os sujeitos ao individualismo, a indiferença e a ligeireza como diagnóstico do presente – questões acentuadas com a pandemia do coronavírus.

Acostumados ao excesso, vivemos em um mundo no qual tudo é hiper – há uma hiperabundância de tudo, seja do que consideramos bom, seja do nefasto: hiperpotências, hipermercado, hiperconsumo, hipercapitalismo, hiperclasses, hiperterrorismo, hipertexto, hiperinformação. Esses excessos, paradoxalmente, causam-nos carências: faltam-nos, sobretudo, critérios para selecionar e compreender criticamente as informações que nos chegam de forma excessiva. Ao contrário do que se poderia supor, quando se trata de informação, o que abunda, prejudica.

Compreender o excesso de informação e as transformações ocorridas no mundo é fundamental para que essa hiperinformação não nos torne em servos alienados no hipermundo. Por isso, atentamos aos textos produzidos digitalmente e disseminados pelo sistema de redes sociais, cuja amplitude de alcance é exponencial em um curto espaço de tempo. Ademais, a mídia eletrônica em geral (aqui incluído o papel ainda muito importante da televisão e da mídia impressa) corresponde a um espaço político, no qual não apenas se repassam informações, mas constroem-se interpretações. De acordo com Castells,

[...] a mídia eletrônica (não só o rádio e a televisão, mas todas as formas de comunicação, tais como o jornal e a *Internet*) passou a se tornar o espaço privilegiado da política. Não que toda a política possa ser reduzida a imagens, sons ou manipulações simbólicas. Contudo, sem a mídia, não há meios de adquirir ou exercer poder. Portanto, todos [os partidos políticos, de ideologias distintas] acabam entrando no mesmo jogo, embora não da mesma forma ou com o mesmo propósito (CASTELLS, 2000, p. 367).

No cenário das novas mídias e do uso de redes sociais como plataformas também noticiosas, há que se considerar a porosidade das instâncias leitor-jornalista-fonte. A grande diferença dos meios tradicionais para a ecologia midiática atual reside na interação: se nas mídias tradicionais o modelo imperativo era o “um para todos”, na atualidade o modelo é dialógico (modelo “um para o outro”). O clássico binômio produção-recepção de notícias verticalmente mediadas por jornalistas sofreu impacto: no estágio atual, não basta que a notícia seja publicada, ela precisa circular – e, para tanto, deve ser recomendada, compartilhada, encaminhada para as diferentes redes e plataformas. Dito de outro modo: a ênfase na produção foi substituída pela ênfase na circulação. E para circular, muitas vezes, a notícia deixa até de ser notícia, beirando ou chegando a se constituir como uma fake news.

3 Texto, cultura e tecnologia

Consideramos que todo texto emerge como um conjunto de enunciados orais e escritos com certa configuração linguístico-discursiva, situado em um dado momento e espaço histórico, carregado de marcas histórico-culturais. Dessa forma, há que se considerar que o contexto de pandemia impôs o distanciamento social e o cancelamento/restrição de atividades presenciais, impactando nos modos de uso dos espaços digitais de comunicação e interação e afetando as relações das pessoas entre si, com o mundo e com a informação.

Se atentarmos para os modos pelos quais a nossa sociedade tem estabelecido formas de comunicação, perceberemos que cada evento apresenta diferentes possibilidades de trabalhar

com a informação. Ademais, existem tecnologias típicas a cada modalidade da língua (escrita, falada, icônica, dentre outras) e no contexto digital ocorrem algumas readequações e adaptações dos modos de uso da informação. Comparada às suas precedentes, a tecnologia digital e, por conseguinte, as linguagens digitais, apresentam características que vêm sendo mapeadas e analisadas e que diferem das encontradas nas linguagens analógicas. Em se tratando de novas mídias, Manovich (2005) destaca que o objeto criado pelo sujeito não resulta exclusivamente da ação humana – parte do trabalho sempre é feito pela máquina. O autor estabelece o termo “interface cultural” para tratar dessa inter-relação entre homem, computador e cultura, considerando a maneira como os computadores “apresentam os dados culturais e nos permitem relacionar-nos com eles” (MANOVICH, 2005, p. 120).

Embora comumente se pense em tecnologias como aparatos da modernidade e, em especial, aparelhos eletrônicos e digitais, elas envolvem conhecimentos técnicos e aplicações por meio de ferramentas e materiais criados a partir destes conhecimentos. Destarte, a cultura digital teve início com a chegada dos computadores e das tecnologias de informação/comunicação e, no século XXI, atingiu seu ápice de virtualidade real quando as pessoas passaram a construir um espaço virtual que lhes possibilitou estabelecer redes e criar espaços de comunicação (CASTELLS, 2008).

Tecnologias mudam paradigmas – tanto no que tange aos usuários, quanto à dimensão cultural geral na qual estão imersos. Outrossim, o uso da tecnologia também depende do ecossistema comunicativo ao qual pertence o usuário – por isso o modo como um adolescente e um idoso utilizam um mesmo espaço digital se mostra diferente. Ademais, na essência de uma certa tecnologia, há limitações/restrições definidas pela sua própria amplitude. Não se trata de tomar a tecnologia como determinante da comunicação, mas de levar em consideração que ela define os contornos do que é possível ser dito ou feito. Em suma, a tecnologia não determina automaticamente a comunicação, mas permite fazer o que sem ela não seria possível. Assim, importa considerar as possibilidades de comunicação/interação proporcionadas pelas novas mídias, ponderando sobre as especificidades e características desse espaço e compreendendo

o modo pelo qual a enunciação se estabelece, bem como a organização das cenas enunciativas.

4 O funcionamento enunciativo

O espaço interativo tem servido de palco de debate para questões relacionadas à política, de modo que os textos são produzidos projetando de antemão as reações a serem desencadeadas – as quais incidem diretamente sobre a taxa de engajamento (curtidas, comentários e compartilhamentos) que os textos produzidos na web provocam. O contexto de produção não afeta apenas os textos produzidos nas mídias digitais, mas toda a materialização discursiva em forma textual ancora-se em uma construção imaginária de sujeitos que compõem o processo interativo. Em tempos de hiperinformação, a busca pela atenção dos usuários não se restringe à consecução de curtidas ou seguidores, mas, sobretudo, visa à ampliação do alcance orgânico das publicações e do engajamento dos usuários. Diante dessa obstinação, muitas vezes os limites éticos são ignorados – inclusive por veículos tradicionais, que apelam para a veiculação de chamadas alarmistas ou divergentes do conteúdo tratado no interior da notícia/reportagem.

Nessa busca por amplitude de alcance e engajamento, o investimento em vídeos tem sido grande, especialmente nas lives ou transmissões ao vivo – que permitem experimentar uma proximidade com o evento. Não é exatamente o aqui, mas é o agora – e isso contribui para uma sensação de pertencimento. Ademais, o algoritmo de plataformas como o Facebook valoriza essa forma de comunicação: cada acesso do conteúdo por parte dos seguidores provoca um aumento na geração de *leads*, ou seja, novos potenciais públicos são captados. Nesse caso, *lead* corresponde às pessoas que demonstraram interesse no produto, serviço ou ideia divulgada. Uma vez que se tenha captado a atenção desse contato através de uma postagem, é possível que ele passe a se interessar pelo tipo de material produzido, tornando-se um *lead*. Quanto mais pessoas forem engajadas e passarem a movimentar o conteúdo postado, mais

confiança é gerada entre aqueles que fazem parte do grupo. A fidelização se torna completa quando o público alvo passa de desconhecido a *lead*, tornando-se finalmente um promotor do conteúdo postado.

Ao problematizar o funcionamento enunciativo de textos produzidos em ambientes digitais, importa compreender as especificidades e características dos gêneros digitais. Aqui, vale destacar a transmutação e o hibridismo das formas e funções, pois os gêneros digitais fundam-se sob a concepção hipertextual. Ademais, na interação proporcionada pelos textos produzidos na Web 2.0, os escreventes e leitores podem alternar papéis e isso impacta sobremaneira o modo como os sentidos são produzidos. Desta feita, objetivando compreender a construção de significados e sentidos nos ambientes digitais, recorreremos à teoria polifônica de Ducrot (1987) – configurada como uma extensão e crítica aos trabalhos de Bakhtin. Segundo o autor, a teoria bakhtiniana preocupou-se com os textos e não se ateve aos enunciados que os constituíam, não colocando em dúvida o postulado segundo o qual um enunciado isolado ressoaria uma única voz – motivo pelo qual a teoria polifônica substituiu a teoria da unicidade do sujeito da enunciação, destacando a necessidade de distinguir pelo menos dois tipos de personagens: os enunciadores e os locutores.

Conforme Ducrot (1987), nunca falamos de modo imediato, mas o fazemos com a mediação dos enunciadores. Para explicar, o linguista usa a metáfora teatral em que para dirigir-se ao público, o autor (= locutor) coloca em cena personagens (= enunciadores), tendo assim duas maneiras de dizer alguma coisa. São chamadas de prescritivas as falas em que o autor se dirige ao público assimilando-se a uma personagem, enquanto que as falas derivadas ocorrem quando se dá uma existência ridícula a uma determinada personagem, a fim de que o ridículo dela faça parecer também ridícula a tese que sustenta. De acordo com Ducrot (1987), o locutor apresenta uma enunciação de que se declara responsável, instituindo-se como a fonte do discurso. Entretanto, as atitudes expressas no discurso por ele proferido podem ser atribuídas aos enunciadores dos quais o locutor se distancia – assim como os pontos de vista manifestos na narrativa podem ser sujeitos de consciência estranhos ao narrador. Desta feita, o

enunciador não é aquele que fala, mas um lugar do qual se fala. Por conseguinte, em um mesmo texto podem conviver diferentes posições de sujeito ou lugares de fala.

O agrupamento destas posições diversas num todo coeso garante a unidade textual, construída pela função–autor. As relações intra e interdiscursivas dão a particularidade constitutiva do discurso e correspondem ao interdiscurso – definido histórica e linguisticamente como o conjunto do dizível ou memória do dizer. Nessa esteira, o sentido resulta do entrecruzamento de diferentes discursos que proporcionam efeitos diversos. Destarte, um discurso constituído por interdiscursos não tem aparência heterogênea, dado que a homogeneidade se garante pelo efeito de unidade. Assim, o sentido resulta da multiplicidade de discursos (efeitos da memória) que convivem no acontecimento e configuram-se enquanto o próprio efeito da enunciação. Entretanto, o fato de os interdiscursos desembocarem numa única direção argumentativa não equivale a eles terem valores unicamente semelhantes. Ao contrário, o espaço de parafrase discursiva equivale a um lugar de associação entre valores semelhantes e antagônicos, sendo a contradição constitutiva do significado.

Ademais, todo o evento de comunicação é ou faz parte de rituais cujas regras estabelecidas socialmente determinam o que se pode (ou se deve) fazer em situações de comunicação determinadas. A partir das relações estabelecidas entre enunciador e coenunciador em uma situação discursiva, surgem os papéis a serem assumidos pelo indivíduo. Podemos agregar aqui a noção de *ethos*, tal como ela foi enquadrada por Maingueneau (1997, 1998, 2001, 2005, 2006) nos estudos em Análise do Discurso. A noção de *ethos* se relaciona ao tom engendrado ao discurso em função da corporalidade e do caráter do enunciador. Esse tom, por remeter a uma voz e a uma corporalidade existente no mundo, instaura discursivamente a figura de um “fiador” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 18), enquanto uma instância de legitimação do modo de dizer do enunciador.

5 A gramática paranoica, o negacionismo da Covid-19 e a interincompreensão discursiva

Além dos impactos econômicos, outra problemática experimentada pela sociedade global, em decorrência da pandemia do Coronavírus, relaciona-se aos formatos tradicionais de ensino e de organização das escolas e universidades. Com a pandemia, as instituições educacionais passaram a trabalhar os componentes curriculares de forma online e isso acentuou os problemas evidenciados na relação entre educação e tecnologia, haja vista a costumeira visão estreita de tecnologia como instrumento/ferramenta. No Brasil, além da questão pedagógica, deparamo-nos com aspectos concernentes ao inadequado espaço físico e a superlotação das salas, além da condição econômica de grande parte do alunado que não dispõe de dispositivos, quanto mais de internet de qualidade.

Se abrirmos um pouco mais o leque, perceberemos que essa dimensão só descortina um problema maior que há tempos enfrentamos no país e que mais recentemente ganhou proporções ampliadas diante do corte de verbas para a educação e da arquitetura do estado mínimo. Educadores e escolas/universidades foram alçados ao papel de inimigos do Estado, considerados como doutrinadores por uns, como preguiçosos por outros. Esse olhar sobre a educação e os educadores veio a engrossar o caldo da “gramática paranoica”, referida por Dunker (2020) no prefácio à edição brasileira de *Pandemia: Covid-19 e a reinvenção do comunismo*, de Slavoj Žižek. Em uma necessária leitura da situação vivenciada pelos brasileiros, o psicanalista pondera que “ao contrário de outros países, a epidemia nos atravessa em meio a uma crise econômica e a uma divisão social organizada pela gramática paranoica da produção de inimigos, da autopurificação e do higienismo anticorrupção” (DUNKER, 2020, online).

Dunker (2020, online) considera que nessa gramática paranoica existem apenas dois sujeitos (e dois lados): o eu e o outro, de modo que “se estou certo, o outro está errado; se o outro está com a razão, tenho de admitir eu mesmo minha própria loucura”. O psicanalista pondera que essa percepção sobre o público e o particular exerce a função subjetiva de identificação sobre o gozo em sua relação com as projeções

e conjecturas que lançamos sobre o Outro. Nesse sentido, o autor reflete que

Então, como diz Žižek, “gozar sem entraves” é um horizonte determinado pelo Outro. Quando este Outro tem um semblante definido, como chinês, comunista ou inimigo, tudo se ajustará a nosso cálculo neurótico do gozo. Ocorre que o que nossa gramática bolsonariana de gozo não esperava é que existisse um terceiro nessa equação. Nesse caso, a economia do entrave de gozo sai de controle. Não é porque ela seja determinada por um vírus, que advém do reino da natureza, mas porque é de cunho profundamente antiparanoico que algo nos “persiga” sem que isso se reduza a nossos inimigos habituais: estrangeiros, judeus, negros, mulheres, quilombolas, pobres e quejandos. Este terceiro, contra o qual todo delírio se erige, é então negado pela demarcação de uma linha obscena das formas de vida dispensáveis: “alguns vão morrer, lamento, é a vida” (DUNKER, 2020, online).

Seguindo essa leitura, o vírus, por ser um inimigo de fato, porém fora de controle e não acondicionado aos limites e motivações dos inimigos paranoicos, precisa ser negado. A negação mostra-se como um recurso amplamente utilizado por Bolsonaro, cujas falas, muitas vezes, reverberam e se desdobram em falas de seus apoiadores/seguidores, mostrando a obscenidade latente dessa negação.

A jornalista Alice Albuquerque publicou em 07/07/2020 no site do Jornal do Comércio uma matéria intitulada “Gripezinha, histórico de atleta e aglomerações: a cronologia de Bolsonaro até contrair o coronavírus”, na qual ela apresenta uma sequência de “frases dita por Bolsonaro que minimizaram a maior crise sanitária que o mundo e o Brasil já sofreu no último século” [online]. Reproduziremos alguns dos enunciados, por entendermos que eles afetaram o comportamento de uma parcela significativa da população em relação às orientações das autoridades de saúde, no que tange ao novo coronavírus.

10 de março: “Obviamente, temos no momento uma crise, uma pequena crise. No meu entender, muito mais fantasia a questão do coronavírus, que não é isso tudo que a grande mídia propala ou propaga pelo mundo todo”.

15 de março: “Não podemos entrar em uma neurose como se fosse o fim do mundo. Outros vírus mais perigosos aconteceram no passado e não tivemos essa crise toda. Com toda certeza há um interesse econômico nisso tudo para que se

chegue a essa histeria”.

Esse movimento revela a desestruturação-reestruturação dos sentidos em enunciados que apresentam dois pontos de vista incompatíveis, antagônicos, pertencentes a duas posições-sujeito antagônicas. Apesar desse antagonismo, estas posições não geram discursos independentes entre si, pois o simples fato de um discurso emergir dentro de um campo específico já implica na existência de relações interdiscursivas atuando para o estabelecimento do discurso. Conforme Mainueneau (2005), todo discurso se forma a partir de relações polêmicas com outros que vieram antes, negando, reafirmando ou aparentando neutralidade em relação a eles. Esses discursos distintos podem coexistir e interagir entre si em função da interincompreensão, pois

O discurso não escapa à polêmica tanto quanto não escapa à interdiscursividade para se constituir. Por toda sua existência, ele se obriga a esquecer que não nasce de um retorno às coisas, mas da transformação de outros discursos ou que a polêmica é tão estéril quanto inevitável, que a interincompreensão é insular, na medida da incompreensão que supõe (MAINGUENEAU, 2008b, p. 117).

A ausência de compreensão mútua que faz aflorar a polêmica é inerente à língua, pois o espaço discursivo que permite colocar em relação dois discursos advindos de um mesmo campo não se reduz a situações particulares – se existem discursos em relação, esse espaço necessariamente é polêmico. É o caso do seguinte enunciado:

24 de março: “No meu caso particular, pelo meu histórico de atleta, caso fosse contaminado pelo vírus não precisaria me preocupar, nada sentiria ou seria, quando muito, acometido de uma gripezinha, ou resfriadinho, como bem disse aquele conhecido médico daquela conhecida televisão. Algumas poucas autoridades estaduais e municipais devem abandonar o conceito de terra arrasada, a proibição de transportes, o fechamento de comércio e o confinamento em massa”.

No interior do dito ocorre uma espécie de citação da fala de um médico (Drauzio Varella), caracterizada por uma “maneira de dizer” específica, um modo de enunciação de cujo interior emana um

conjunto de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas – as quais são recuperadas pelo tom, caráter e corporalidade ativadas pelo *ethos* discursivo. “Essa polêmica aparece exatamente como uma espécie de homeopatia pervertida: ela introduz o Outro em seu recinto para melhor afastar sua ameaça, mas esse Outro só entra anulado enquanto tal, simulacro” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 108). Vale lembrar que um discurso qualquer (o Mesmo) sempre traz dentro de si o Outro, porém não se trata do Outro em sua originalidade, mas um Outro condicionado às regras do Mesmo, um simulacro do Outro. É nesse sentido que a polêmica – entendida enquanto disputa – pode ser entendida na esteira da interincompreensão.

Como estratégia, o negacionismo é irracional em sua essência, em verdade, quanto menos lógica interna o enunciado apresentar, menos possível será articulá-lo em um debate racional – o que pode ser observado com as expressões “abre aspas, fecha aspas” que passaram a ser utilizadas por âncoras de telejornais ao reproduzirem falas proferidas pelo presidente. São exemplos de negação:

02 de abril: “Desconheço qualquer hospital que esteja lotado. Muito pelo contrário”.

12 de abril: “Parece que está começando a ir embora essa questão do vírus, mas está chegando batendo forte a questão do desemprego”.

Em função do tom ora agressivo, ora jocoso, mas sempre desdenhoso, das falas proferidas pelo presidente no que diz respeito ao Coronavírus, e tendo em vista produzir um discurso “conciliador”, outros porta-vozes do governo e, algumas vezes, o próprio presidente utilizam o recurso da denegação, o qual possibilita sair do dualismo negação/afirmação.

O fundamento da denegação reside na coexistência de recalque e explícito – por meio dela o sujeito coloca explicitamente alguma coisa que preferiria estar recalçada. O processo da denegação foi identificado por Freud (1976) em seus estudos sobre a histeria e corresponde ao tomar conhecimento da situação, mas não conseguir aceitá-la. A denegação é uma certa proteção contra o sofrimento: ao tomar conhecimento de uma situação dolorosa, o sujeito (inconscientemente) recusa a informação e a recalca.

Segundo Haroche (1992, p. 195): “A denegação coloca, com efeito, entre parênteses o funcionamento da não contradição: ela permite ignorá-la sem, contudo, negá-la”. Exemplo disso ocorreu em 20 de abril, quando Bolsonaro respondeu a um jornalista que ele não é coveiro, embora na pergunta direcionada ao presidente não houvesse qualquer menção a tal profissão, mas a indagação sobre a quantidade de mortes que seriam necessárias para que medidas de controle fossem tomadas.

O que se observa no enunciado em questão é um deslize pelo qual a voz do inconsciente emana e projeta a verdade incômoda sobre o número de mortos. É preciso dizer não ser um coveiro para negar a voz que fala sobre a realidade. Tal mascaramento é um tipo de censura que o superego impõe, recalçando e impedindo de dizer. Assim, por meio da denegação, o sujeito – dividido entre o desejo de dizer e o de recalcar – diz, sem dizer. Ao passo que o sujeito formula discursivamente sob forma negativa aquilo que fora recalçado, ele diz, sem admitir. Ao dizer: “ôh, cara. Quem fala de... eu não sou coveiro, tá?”, Bolsonaro nega um comportamento que ele próprio desconhece, por estar recalçado no inconsciente.

Quando o número de mortes começou a aumentar significativamente e se tornava inviável negar a existência da pandemia, passou-se então a tentar harmonizar um discurso aparentemente de solidariedade e lamento, mas que não poderia se sobrepor ao discurso inicialmente produzido de que as perdas econômicas seriam mais prejudiciais do que as decorrentes da Covid-19. Como vemos pelos enunciados abaixo, com distância temporal de quase um mês, a ideia de uma condição inevitável sobre a qual só resta lamentar é mantida.

01 de abril: “O vírus é igual a uma chuva, vem e você vai se molhar. Você não vai morrer afogado. Em alguns casos, lamentavelmente, haverá afogamento [...]”.

28 de abril: “E daí? Lamento. Quer que faça o quê? Eu sou Messias, mas não faço milagre”.

Em 29 de abril, para homogeneizar o discurso com os atos anteriores, enuncia: “[...] A minha opinião não vale. O que vale são os decretos dos governadores e prefeitos”. A partir daquele momento, os partidários do presidente passaram a reproduzir a ideia de que o Supremo Tribunal Federal (STF) teria afastado Bolsonaro do controle de ações estratégicas contra a pandemia de Covid-19

– em agosto de 2020, essa continuou sendo uma das *Fake News* circulando nas redes sociais.

Orientados pela necessidade de alinharem-se à obrigatória unidade do discurso, os enunciados em que o presidente aponta seu lamento, simultaneamente, revelam uma tendência a minorar as perdas, tidas como inevitáveis. Se morrer é uma consequência inevitável, então nada precisa ser modificado:

11 de maio: “Olha, eu lamento cada morte que ocorre a cada hora. Agora, o que nós podemos fazer, nós todos podemos fazer, é tratar com devido zelo o recurso público [...]”.

14 de maio: “Temos que ter coragem de enfrentar o vírus. Tá morrendo gente? Tá! Lamento? Lamento! Mas vai morrer muito, muito, mas muito mais se a economia continuar sendo destroçada por essas medidas”.

21 de maio: “Alguns morrem, claro, não é todo mundo que vai tomar o remédio e ficar vivo, mas a grande maioria fica”.

29 de maio: “Temos a onda do Covid, sim. A gente sabe que leva a mortes muitas vezes, mas temos uma onda maior ainda que é o desemprego. E, com todo o respeito, também leva a catástrofes para todos no País”.

Por efeito da quantidade exorbitante de enunciados sem fundamentação ou comprovação, chega-se a uma normalização que gera a inércia. Aquilo que deveria causar espanto e repulsa cai no emaranhado das frases sem sustentação e acaba por nele se prender e perder.

6 O processo de instauração e difusão de uma Fake News

Apresentamos aqui uma interpretação sobre um vídeo publicado na plataforma YouTube sob o título “OMS alerta sobre máscaras infectadas que chegam ao Brasil”³, localizado após inúmeras publicações nas quais disseminava-se a falsa informação de que máscaras advindas da China estariam contaminadas pelo novo coronavírus, logo não deveriam ser usadas. A difusão da fake news coincidiu com a aquisição de um lote de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) destinado aos profissionais de saúde, por parte do Ministério da Saúde. Além do vídeo em análise, circularam áudios em

grupos de WhatsApp e textos escritos sem indicação de autoria, mas sempre mencionando uma suposta autoridade em saúde que estaria alertando para a farsa do uso de máscaras. Após essas divulgações, o uso de *hashtags* como #NãoUseMascara #NaoFiqueEmCasa #PareDeSerEnganado #BolsonaroTemRazao #PareDeAjudarBandidos passou a ser comum.

Trata-se de uma montagem com duração de um minuto, na qual são utilizadas imagens extraídas de uma entrevista na qual o diretor da Organização Mundial da Saúde (doravante OMS), Tedros Ghebreyesus, discorreu sobre a pandemia da Covid-19. Por sua vez, o vídeo original corresponde a uma coletiva de imprensa realizada no dia 20 de abril de 2020, na qual Tedros Ghebreyesus, acompanhado por Michael Ryan e Maria Van Kerkhove do Programa de Emergências em Saúde da OMS, fala sobre os desafios do enfrentamento ao vírus no mundo, bem como o esforço para realizar a distribuição de EPIs (dentre eles, a máscara) aos profissionais de saúde dos países que estão com maiores dificuldades para a obtenção dos equipamentos. Também trata sobre a flexibilização das medidas de isolamento e a realização de testes em diferentes países.

Vale destacar que decorridos três dias da coletiva de imprensa, o presidente desferiu críticas ao diretor-geral da OMS em uma de suas rotineiras lives, em sua página no Facebook. Diante das críticas e questionamentos a ele direcionados sobre o não atendimento às recomendações da organização mundial, Bolsonaro proferiu o seguinte: “Estou respondendo processos dentro e fora do Brasil, sendo acusado de genocídio, por ter defendido uma tese diferente da OMS. Pessoal fala tanto em seguir a OMS. O diretor presidente da OMS é médico? Não é médico! Sabia disso?”

Quase sincronicamente a tal episódio, surgiram as versões em áudio e vídeo de textos aparentemente noticiosos, os quais, em tom de alerta, advertiam sobre os possíveis riscos de usar máscaras provenientes da China. O vídeo “OMS alerta sobre máscaras infectadas que chegam ao Brasil” inicia sob o layout da Globo News, apresentando-se como uma notícia. A primeira imagem mostra um recorte utilizado para construir o efeito de verdade: ouve-se uma música, observa-se uma apresentadora ao fundo e sobre ela passam em movimento as letras indicando

tratar-se de uma chamada da Globo News, pois de fato ocorreu a usurpação do vídeo de abertura. No terceiro segundo, a tela escura é substituída por uma vermelha na qual emerge a palavra “urgente”. Tais imagens foram retiradas do contexto original, a fim de passar a ideia de credibilidade, pois já estão internalizadas na memória coletiva.

Essa ambientação feita através da incorporação das imagens de dois veículos importantes serve para que se institua o chamado *ethos* pré-discursivo. De acordo com Maingueneau (2005, p.71), “se o *ethos* está crucialmente ligado ao ato de enunciação, não se pode negar, no entanto, que o público constrói representações do *ethos* antes mesmo que ele (o enunciador) fale”.

Figura 1: Chamada utilizando imagens com layout da Globo News



Fonte: Xadrez Brasil12/YouTube

No sexto segundo do vídeo, a autoridade da mensagem funda-se na reprodução do trecho extraído do original, no qual Tedros Ghebreyesus fala sobre o coronavírus. Contudo, ao contrário da mensagem original, o diretor da OMS estaria falando sobre um alto grau de contaminação das máscaras oriundas da China. O vídeo apropria-se do intervalo presente entre os 54’51” e 55’53” do original. A imagem de Tedros Ghebreyesus aparece, sua voz é ouvida por aproximadamente cinco segundos – criando um ambiente de credulidade, pois é a própria voz, no idioma original, vinculada à imagem do presidente da OMS que se apresenta. Vale destacar que, segundo Maingueneau (2005), a vocalidade de um texto se manifesta no momento da enunciação, através do tom. Ao ouvir a voz de Tedros Ghebreyesus, o coenunciador (ou receptor, destinatário, leitor) começa a projetar a imagem de seu fiador.

No décimo segundo, ouve-se uma voz, a qual, em função do

cenário construído, passa a ser atribuída a algum jornalista do grupo Globo (que constitui o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil, dentre os quais se situam tanto o canal de notícias Globo News, quanto o portal de notícias G1), anuncia em tom de alerta o problema da contaminação das máscaras. Vale destacar que a empostação de voz faz reativar a memória auditiva, pois se assemelha ao modo como são feitas as chamadas noticiosas dos telejornais. Neste momento, nos parece pertinente retomar a perspectiva assumida por Maingueneau (1997, 2001, 2005, 2006), em seus estudos sobre a constituição do *Ethos*.

Embora no vídeo não se evidencie a figura do enunciador, ou algum tipo de representação que possa indicar os aspectos físicos ou atributos do orador/locutor, as pistas deixadas no transcórre do texto operam com vistas a projetar uma corporalidade e um caráter ao enunciador. Vale lembrar que, para Maingueneau (1997), a corporalidade corresponde a “uma representação do corpo do enunciador, construído no processo discursivo”, enquanto que o caráter se constitui pelo “conjunto de traços psicológicos que o leitor-ouvinte atribui espontaneamente à figura do enunciador, em função de seu modo de dizer” (MAINGUENEAU, 1997, p. 47).

Assim, não contamos com a imagem de uma corporalidade imediata, mas o tom dado pelo enunciador opera no âmbito discursivo, proporcionando uma construção subjetiva desse corpo, cuja essência não é física, mas representacional. Derivada da representação subjetiva do corpo do enunciador, emerge a figura do fiador, construída pelo coenunciador a partir dos indícios deixados no texto, a saber: a composição das imagens, os sons, a entonação, a voz calma e a fala pausada, apesar do texto alarmista. Como é possível observar, essa “caracterização do corpo do enunciador” constrói-se no discurso (MAINGUENEAU, 2006, p. 61).

O texto veiculado alerta: “Segundo alerta da Organização Mundial da Saúde, máscaras vindas da Índia e da China estão apresentando um alto grau de contaminação por Coronavírus. Essas máscaras são produzidas às pressas, em lugares impróprios e sem o mínimo controle de cuidado higiênico”.

Figura 2: Uso da imagem do diretor da OMS e de uma voz similar a dos telejornais



Fonte: Xadrez Brasil12/YouTube

Depois de ter conquistado a confiança do leitor, pelo estabelecimento do *ethos*, a cor vermelha volta a figurar na tela, desta vez com a logomarca do G1 no canto direito. Ao centro da tela é reproduzido um vídeo que, apesar de não se saber a origem, mostra-se como se fosse um elemento no interior da suposta reportagem apresentada. Este fato ocorre porque, em uma sociedade midiaticizada como a nossa, observa-se um “apelo crescente em torno de mensagens cada vez mais icônicas” (MAINGUENEAU, 2015, p. 160). Vejamos uma sequência de quadros que retratam o movimento da câmera, com “as provas” da denúncia:

Figura 3: Sequência de quadros extraídos do vídeo da suposta produção de máscaras



Fonte: Xadrez Brasil12/YouTube

Vemos nas imagens um ambiente sujo, com máscaras esparramadas pela mesa e pelo chão, trabalhadores sem proteção – alguns sentados no chão, sem luvas e descalços. Sobretudo chama à atenção o foco dado a uma inscrição na mesa onde se localiza a máquina de costura: “André 22/02/2020” – imagem que seria a “comprovação inequívoca” de que se trata da produção de máscaras no período pandêmico.

Enquanto a imagem se movimenta, a voz enuncia, sempre pausada e calmamente:

Neste exato momento, pessoas que pensam estar seguras por usar a máscara de proteção estão na verdade correndo grande risco de contaminação. A recomendação crucial da OMS é que todos

usem máscaras esterilizadas para que o vírus não se espalhe ainda mais, agravando de maneira descontrolada o avanço da pandemia (XADREZ BRASIL12, 2020).

Ao fundo, a voz de Tedros Ghebreyesus é ouvida, dando a entender tratar-se de uma tradução de suas palavras. A permanência da voz ao fundo corresponde a um artifício para conseguir a manutenção da atenção do coenunciador, sobretudo, no que tange a sua confiança e adesão. De acordo com Maingueneau (2005, p. 69), “[...] a noção de *ethos* permite, de fato, refletir sobre o processo mais geral da adesão de sujeitos a uma certa posição discursiva”.

Quando se assiste ao vídeo, a carga emotiva/apelativa é patente e leva a conceber o tom da enunciação como o alerta de um enunciador supostamente preocupado com a saúde e o bem-estar das “pessoas que pensam estar seguras”, ou seja, que estariam de boa-fé sendo enganadas. Além do *ethos* enunciativo, importa observar a cenografia implicada no ato enunciativo em análise e que define as condições específicas utilizadas para dar forma à enunciação. Como parte da cenografia, radicam-se todos os elementos presentes na performance em que o enunciador direciona-se a sua audiência, ou seu coenunciador.

Deste modo, a fusão do símbolo do G1 com a voz do diretor da OMS, as imagens da confecção de máscaras em ambiente contrário ao que se desejaria e a enunciação constituem uma cena enunciativa perfeita para a construção da verdade que se pretende provocar. Vale registrar ainda que o trecho final da fala coincide com a volta do diretor da OMS à cena. A fala se encerra lentamente com Tedros Ghebreyesus também finalizando sua fala, de modo a corroborar a ideia de tradução idiomática.

Figura 4: Coincidência entre os termos de fala do enunciador e de Tedros Ghebreyesus



Fonte: Xadrez Brasil12/YouTube

A última cena é rápida, mas desempenha um importante papel de validação: o diretor finalizou o proferimento, o enunciador do vídeo também, a tarja na qual estava a legenda com reprodução da fala do enunciador desaparece e surge a plaqueta com a inscrição do nome e da posição ocupada: Tedros Adhanom Ghebreyesus – WHO DIRECTOR GENERAL (a sigla WHO corresponde a World Health Organization, traduzida para o português como OMS, Organização Mundial da Saúde).

Figura 5: Placa indicativa do nome e função desempenhada



Fonte: Xadrez Brasil12/YouTube

Como observado, a produção de sentidos atrela-se ao contexto e aos elementos da cena enunciativa. Essa cenografia recorre a práticas institucionalizadas da discursividade, remanejando os sentidos dos textos-origem para produzir um outro, totalmente desconexo e, neste caso em específico, falseado. O resultado da disseminação desse vídeo é a aceitação por parte dos leitores (coenunciadores), os quais reconhecem no discurso presumidamente veiculado pela imprensa, uma voz enunciatória que materializa o tom concernente a uma formação discursiva específica com a qual se identificam.

7 Considerações Finais

Considerando os efeitos de sentido que se estabelecem em meio à proliferação de textos na *World Wide Web*, podemos refletir sobre os modos de compreensão tornados possíveis pela difusão de um vídeo em redes sociais. Sabemos que a avaliação da compreensão é uma tarefa complexa e que só pode ser realizada de maneira indireta, uma vez que

ocorre na mente de cada pessoa e é inacessível de maneira objetiva. Entretanto, foi possível observar alguns processos utilizados para promover uma certa compreensão na leitura, os quais demonstraram que o discurso carrega as marcas do enunciador e do coenunciador – os quais são parte do processo enunciativo. A construção de uma corporeidade enunciante entrelaça-se com a cenografia do discurso com vistas a promover a credibilidade, legitimando o discurso e promovendo a adesão dos coenunciadores a uma ideia que não estava explicitada.

Ao atentar para o que transcorreu após a divulgação do vídeo em análise e de outros textos com teor similar, mas que por questão de limite de espaço não tratamos aqui, observamos que a hashtag #NaoUseMascara passou a figurar conjuntamente a outras (#OBrazilNaoPodeParar, #NãoUseMascara, #NaoFiqueEmCasa, #PareDeSerEnganado, #BolsonaroTemRazao, #PareDeAjudarBandidos) que demonstram, por um lado, apoio incondicional ao governo Jair Bolsonaro – incluindo a negação/denegação sobre a situação pandêmica, a banalização/minimização das milhares de mortes de brasileiros, a insistência nos inimigos e a culpabilização das gestões e gestores anteriores, ainda que o problema seja contemporâneo.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A. **Gripezinha, histórico de atleta e aglomerações**: a cronologia de Bolsonaro até contrair o coronavírus. *In*: Jornal do Comércio [online]. Disponível em: <<https://cutt.ly/2ffrrLc>>, acesso em 10 de julho de 2020.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Campinas, SP: Pontes, 1987.

DUNKER, C. I. L. Prefácio à edição brasileira. *In*: ŽIŽEK, S. **Pandemia: Covid-19 e a reinvenção do Comunismo**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2020.

FREUD, S. **A negativa**. Edição Standard Brasileira. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

HAROCHE, C. **Fazer dizer, querer dizer**. São Paulo: Hucitec, 1992.

LIPOVETSKY, G. **Os Tempos Hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

MAINGUENEAU, D. **A propósito do ethos**. In: MOTTA, R.; SALGADO, L. (orgs). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008a. p. 11-29.

_____. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008b.

_____. **Cenas da enunciação**. Curitiba: Criar, 2006.

_____. Ethos, cenografia e incorporação. In: AMOSSY, R. **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 68-92.

_____. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.

_____. **Termos-chave da Análise do Discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

_____. **Discurso e análise do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

MANOVICH, L. **Novas mídias como tecnologia e ideia: Dez definições**. In: LEÃO, Lucia (org.). **O chip e o caleidoscópio: Reflexões sobre as novas mídias**. São Paulo: Senac, 2005.

XADREZ BRASIL12. **OMS alerta sobre máscaras infectadas que chegam ao Brasil**. YouTube, 2020. Disponível em < <https://cutt.ly/tfg3wID>>. Acesso em: 05 mai 2020.