UNIVERSIDADE SANTO AMARO

Curso de Jornalismo

Izabel Galdino Nunes

ANÁLISE SEMIÓTICA DISCURSIVA DAS ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS DAS *FAKE NEWS* ENVOLVENDO O CANDIDATO À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA JAIR BOLSONARO

São Paulo

2019

Izabel Galdino Nunes

ANÁLISE SEMIÓTICA DISCURSIVA DAS ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS DAS *FAKE NEWS* ENVOLVENDO O CANDIDATO À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA JAIR BOLSONARO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Santo Amaro — UNISA, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.
Orientador: Profº Me. Mauricio Soares Capela.

São Paulo

2019

Izabel Galdino Nunes

ANÁLISE SEMIÓTICA DISCURSIVA DAS ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS DAS *FAKE NEWS* ENVOLVENDO O CANDIDATO À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA JAIR BOLSONARO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Santo Amaro — UNISA, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.
Orientador: Prof. Me. Maurício Soares Capela

São Paulo, 4 de dezembro de 2019

Banca Examinadora

_____

Profº Me. Maurício Soares Capela

_____

Profº

_____

Profº

Conceito Final: _____

Dedico este trabalho aos meus pais, à minha irmã e aos meus cachorros.

Agradecimentos

Eu gostaria de começar agradecendo aos meus pais, Edileia e Eduardo, tanto por possibilitar que eu pudesse iniciar e concluir este curso, quanto pelo apoio que vocês me deram ao longo do curso. Eu amo vocês. Também quero agradecer à minha irmã, Fernanda, e aos meus cachorros, Meg e Juju, por trazerem a leveza necessária para que eu pudesse continuar o curso mesmo nos dias mais difíceis.

Ainda agradeço todos os meus amigos por ficarem por perto durante todas as etapas e me darem forças quando eu mais precisei: Guilherme, Viviane, Victor, Emilli, Gustavo, Bruno, Aline, Josane, Sanara e Gabriela.

Além de todos os citados, também agradeço imensamente ao meu orientador Maurício Capela por toda dedicação, não só nesta pesquisa, como em todo curso. Tenho muito carinho e admiração por você.

E por último, gostaria de agradecer ao meu avô Herivelto, por mais que ele não esteja aqui para ler, e apesar de todos os defeitos, sempre me incentivou a estudar e a fazer as coisas da melhor maneira possível.

"Não se deixar manipular é recusar-se a participar do jogo do destinador, pela proposição de um outro sistema de valores. Só com valores diferentes o sujeito se safa da manipulação."

— Diana Barros

RESUMO

A pesquisa apresenta uma análise de cinco *fake news* sobre a facada do então candidato à presidência da República Jair Bolsonaro, no dia 6 de setembro de 2018. Todas as *fake news* utilizadas foram checadas e verificadas pela Agência Lupa. Também foram usadas duas notícias das duas empresas jornalísticas de maior tiragem em São Paulo, Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo, sobre o mesmo fato para fazer uma comparação com as *fake news*. Os problemas norteadores da pesquisa são identificar quais estratégias de manipulação o destinador, disseminador de fake news, se utiliza para operar o fazer-crer no destinatário, leitor. E, também, como ele utiliza estas estratégias de manipulação nos discursos das fake news. O objetivo é descobrir como o Destinador utiliza os mecanismos de manipulação dentro do discurso destas fake news, levando o leitor a acreditar que aquele texto é verdadeiro. Também tem como finalidade entender quais mecanismos as *fake news* utilizam para convencer o receptor de que aquela mensagem é verdadeira e assim criar mecanismos de identificação para que seja mais fácil saber o que é *fake news* e o que não é. O método de análise será por meio da semiótica de origem francesa, também conhecida como semiótica greimasiana, por meio dos autores brasileiros Diana Luz de Pessoa Barros e José Luiz Fiorin.

Palavras-chave: Fake News, Semiótica Discursiva, Jair Bolsonaro, Eleições.

ABSTRACT

The research presents an analysis of the fake news on the stabbing of then-presidential candidate Jair Bolsonaro on September 6, 2018. All fake news used were checked and verified by Agência Lupa. It were also used news from the two largest jornalistic companies in São Paulo, Folha de S. Paulo and Estado de S. Paulo, about the same fact to make a comparison with fake news. The guiding problems of the research are to identify which manipulation strategies the fake news disseminator uses to make the receptor believe them, the reader. And also, how he uses these manipulation strategies in fake news discourses. The goal is to find out how the Destinator uses the manipulation mechanisms within the discourse of these fake news, leading the reader to believe that text is true. It also has as purpose to understand what mechanisms fake news uses to convince the receptor that kind of message is true and thus create identification mechanisms to make it easier to know what is fake news and what is not. The method of analysis will be through French semiotics, also known as Greimasian semiotics, through Brazilian authors Diana Luz de Pessoa Barros and José Luiz Fiorin.

Keywords: Fake News, Discursive Semiotics, Jair Bolsonaro, Election

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Publicação do Deputado e pastor Silas Malafaia no Twitter……31
Figura 2 - Agressor de Bolsonaro é detido pela Polícia Federal, por FOLHAMAX…34
Figura 3 - Captura de Tela do WhatsApp……..37
Figura 4 - Adélio Bispo de Oliveira foi o autor da facada em Bolsonaro, por Blog do Cleuber Carlos…….……..39
Figura 5 - Preso suspeito de tentar matar Bolsonaro, por Luís Cardoso……....42
Figura 6 - Bolsonaro é esfaqueado durante ato de campanha, por Estado de S. Paulo……...45
Figura 7 - Bolsonaro é atacado a faca e operado de emergência; rivais condenam atentado, por Folha de S. Paulo ……....50

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO …….. 10

2 A DIFERENÇA ENTRE FAKE NEWS E NOTÍCIAS …...……..... 14

2.1 A notícia no jornalismo digital ……..... 22

2.2 O processo comunicacional das fake news …… 24

3 ANÁLISE SEMIÓTICA DISCURSIVA DAS FAKE NEWS CHECADAS PELA AGÊNCIA LUPA ……..…. 31

4 CONCLUSÃO ……... 54

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ……. 58

ANEXO A — Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, por Federação Nacional dos Jornalistas

1 INTRODUÇÃO

O presidengte dos Estados Unidos da América, Donald Trump, popularizou o termo *fake news,* conhecido também como notícias falsas ou boatos, durante toda a campanha para eleições presidenciais do país em 2016, ao acusar jornalistas de noticiarem *fake news* sobre ele.

Apesar das *fake news* terem se tornado um tema recorrente, elas existem há muito tempo. Para Ramon Brandão[1], as *fake news* existem desde antes da internet. Brandão cita como exemplo a viagem do homem à Lua em 1969, período anterior a popularização da internet. Muitas pessoas passaram a desconfiar que o homem jamais teria pisado no satélite, criando diversas teorias da conspiração. O mesmo acontece no Brasil com a morte de Tancredo Neves antes de assumir a presidência da República em 1985. A informação difundida era que ele teria sofrido um atentado, mas na realidade foram complicações médicas que levaram Tancredo a falecer.

Entretanto com a internet, a criação e a disseminação das *fake news* são bem mais rápidas do que em 1969. O público deixou de apenas consumir informação e passou a produzir também. Sendo assim, o jornalista, que tem um compromisso com a verdade imposto pelos incisos I e II do artigo 2º do código de ética da categoria[2], deixou de ser o único a produzir informação jornalística, o que abriu portas para que a circulação de notícias falsas fossem espalhadas de maneira massiva por meio dos blogs e das mídias sociais.

Contudo, *fake news* não é apenas uma notícia falsa. Conforme o ex-diretor de redação do jornal Folha de S. Paulo, Otavio Frias Filho[3], *fake news* é toda informação falsa com objetivo de prejudicar terceiros, por negligência ou má-fé,

---

[1] BRANDÃO, Ramon. **Fake news são antigas, nova é forma de disseminação.** 2019. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/dilemas-contemporaneos/fake-news-sao-antigas-nova-e-forma-de-disseminacao/>. Acesso em: 20 abr 2019.

[2] FEDERAÇÃO Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas.** 2007. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf Acesso em: 20 abr 2019.

[3] FRIAS FILHO, Otávio. O que é falso sobre fake news. Revista USP. São Paulo. n. 116, p. 39-44 jan-mar, 2018. Suplemento. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiI24DS3JPhAhUBD7kGHSmFDXwQFjACegQIAhAC&url=https%3A%2F%2Fwww.revistas.usp.br%2Frevusp%2Farticle%2Fdownload%2F146576%2F140222%2F&usg=AOvVaw1f7FRzl5J8eA2TNuVIts9a> Acesso em 21 mar 2019.

muitas vezes com intuito de ganhar dinheiro fácil ou ter manipulação política. Para o professor da Universidade de São Paulo e colunista do jornal Estado de S. Paulo, Eugênio Bucci[4], a *fake news* é uma fraude. Ele afirma que a *fake news* é uma notícia falsificada e, portanto, não poderia ser feita por uma redação profissional.

Um caso que exemplifica a definição é a postagem que alega que 22 medicamentos no Brasil contém fenilpropanolamina, uma substância que dá hemorragia cerebral fatal. O portal de notícias G1[5] apurou e constatou que é *fake news.* A substância foi banida do País e do mundo no ano 2000. Inclusive a mensagem traz o nome e o número de inscrição no Conselho Regional de Medicina do médico Maurici Aragão Tavares que já esclareceu que usaram o nome dele para assinar a mensagem. Ainda segundo o G1, o médico diz que a mensagem circula desde 2005 e já causou muitos constrangimentos a ele. Quem publicou nas redes sociais sobre o assunto tinha como intenção de prejudicar outras pessoas, tal qual o termo *fake news* é definido.

Com isso, a pesquisa analisa por meio da semiótica de origem francesa cinco *fake news* apuradas pela Agência Lupa[6] relacionadas ao atentado à vida do então candidato a presidente Jair Messias Bolsonaro no dia 6 de setembro de 2018 na cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais. O objetivo é descobrir como o Destinador utiliza os mecanismos de manipulação dentro do discurso destas *fake news*, levando o leitor a acreditar que aquele texto é verdadeiro. Quais estratégias de manipulação o destinador, disseminador de *fake news*, se utiliza para operar o fazer-crer no destinatário, leitor? E, também, como ele utiliza estas estratégias de manipulação nos discursos das fake news?

A hipótese principal é que o destinador utiliza os efeitos de verdade no discurso das *fake news* para exercer a manipulação do fazer-crer para o

---

[4] BUCCCI, Eugênio. Somente o jornalismo profissional pode combater as fake news. São Paulo: Rádio USP. 2018. 1 transmissão de rádio. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/somente-o-jornalismo-profissional-pode-combater-as-fake-news/> Acesso em 21 mar 2019.

[5] É #FAKE que fenilpropanolamina está presente em 22 medicamentos vendidos no Brasil. G1. 16 abr 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2019/04/16/e-fake-que-fenilpropanolamina-esta-presente-em-22-medicamentos-vendidos-no-brasil.ghtml> Acesso em 20 abr 2019.

[6] EQUIPE LUPA. #Verificamos: Atentado contra Jair Bolsonaro com checagens em tempo real. **Agência Lupa.** Rio de Janeiro, 6 set 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/09/06/atentado-bolsonaro-tempo-real/> Acesso em 21 mar 2019.

destinatário. De acordo com Barros (2008, p. 65), cada discurso tem a sua verdade e "o enunciador não produz discursos verdadeiros ou falsos de falsidade, que parecem verdadeiros ou falsos e como tais são interpretados". No jornalismo, os efeitos de verdade são utilizados para criar a objetividade do discurso e estabelece uma espécie de "contrato" baseado em confiança entre o Destinador e o Destinatário. Ao utilizar os mesmos efeitos de verdade que um jornalista, o disseminador de *fake news* recria este "contrato" com o destinatário.

Para a hipótese secundária, o destinador e o destinatário têm uma relação contratual quando o destinador consegue operar o fazer-crer no destinatário. Entretanto, o destinatário tem o poder de negar os valores dos discursos por meio da interpretação, mas se os valores do destinador corresponderem aos valores do destinatário, mesmo que o discurso não possua verdade, o destinatário se deixará ser manipulado pelo destinador (BARROS, 2008, p. 35), o que caracteriza o efeito de pós-verdade, em que os fatos influenciam menos para moldar a opinião do que a emoção ou crenças pessoais[7].

A Agência Lupa[8] foi escolhida como meio de coleta das *fake news,* porque mantém nas suas apurações os arquivos com as *fake news* encontradas nos locais originais. Os disseminadores das *fake news* costumam apagar as postagens depois que elas foram desmascaradas ou até mesmo desativam os sites.

A Agência Lupa também faz uma classificação mais ampla do que é realmente falso e do que é equivocado, criando um espectro mais amplo do que é *fake news* ou não. A pesquisa utilizará apenas os textos que ela determina como falso, que são informações comprovadamente incorretas.

A empresa classifica as informações em oito categorias: "verdadeiro" quando a informação é comprovadamente correta; na categoria "verdadeiro, mas..." a informação é verdadeira, mas precisa de contexto; em "ainda é cedo para dizer" aquelas informações que podem ser verdadeiras no futuro, no entanto, não é possível ter certeza ainda; "exagerado" quando a informação segue o caminho correto, mas ganha proporções que não correspondem com a realidade; "contraditório" é quando a fonte se contradiz em relação a uma informação que ela

---

[7] POST-TRUTH. In: Oxford Dictionary. 2019. Disponível em: https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth> Acesso em 13 mar 2019 (em inglês)
[8] Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>. Acesso em 28 abr 2019.

deu anteriormente; “subestimado” é quando os dados são mais graves do que foi dito; “insustentável” quando não há dados públicos que comprovem a informação; e “falso” quando a informação está comprovadamente incorreta.

A Agência Lupa é a primeira agência de notícias do Brasil especializada em checagem de fatos. O resultado das apurações são publicados pela própria agência e também vendido para outras empresas jornalísticas. A agência possui o selo de verificação da *Internacional Fact Checking Network*, uma rede mundial de checadores conduzida pela *Pointer Institute,* uma escola estadunidense sem fins lucrativos de jornalismo, o que significa que auditores independentes atestam o trabalho de qualidade da Agência Lupa.

Nesta pesquisa também serão analisadas, por meio da semiótica discursiva, duas notícias sobre o esfaqueamento do Jair Bolsonaro disponibilizadas pelos acervos dos jornais impressos Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo. O critério para a escolha de ambos jornais é o fato de que possuem as duas maiores tiragens dentro do Estado de São Paulo, tanto nas versões digitais, quanto nas impressas, de acordo com Instituto Verificador de Circulação (IVC).[9] Além disso, para a Pesquisa Brasileira de Mídia, o jornal impresso tem mais credibilidade que as notícias digitais entre a população.

As análises serão feitas a partir das matérias completas disponíveis dentro dos jornais impressos. Já que os impressos não têm caráter instantâneo de publicação, devido ao fato de serem feitos no papel, as notícias serão todas do dia seguinte à facada, 7 de setembro de 2018. Após as análises das *fake news* e das notícias, serão feitas comparações entre as estruturas e elementos do discurso com a finalidade de exemplificar a diferença entre os dois tipos de texto.

Para cumprir os objetivos da pesquisa, o trabalho irá conter três capítulos, além da introdução. O segundo deles será para diferenciar o que é *fake news* da verdadeira notícia e explicará como funciona o processo comunicacional de uma *fake news*. O terceiro trará a análise semiótica discursiva de cinco *fake news* e de

---

[9] PODER 360. Tiragem impressa dos maiores jornais perde 520 mil exemplares em 3 anos. **Poder 360.** Brasil, 20 fev. 2018. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/tiragem-impressa-dos-maiores-jornais-perde-520-mil-exemplares-em-3-anos/> Acesso em: 1 out. 2019.

duas notícias a título de comparação. E por fim, um capítulo dedicado às conclusões.

2 A DIFERENÇA ENTRE *FAKE NEWS* E NOTÍCIAS

As *fake news* foram um tema recorrente nas eleições presidenciais de 2018. O jornal Folha de S. Paulo publicou uma pesquisa da Ideia Big Data, empresa de pesquisa e consultoria de opinião pública, afirmando que durante a campanha do ano passado duas em cada três pessoas receberam notícias falsas pelo aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp. A pesquisa ainda revela que 14% dos entrevistados afirmaram que compartilharam *fake news* durantes as eleições. Para 29% dos entrevistados a Internet via celular é uma fonte confiável de informação, assim como 12% acreditam que família e amigos também o são[10].

Contudo, outra pesquisa feita pelo Monitor do Debate Político no Meio Digital, da USP e publicada pela BBC aponta que um dos maiores vetores de *fake news* são os grupos de família no WhatsApp. Para amostragem, foram utilizadas as *fake news* relacionadas à morte da vereadora do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), Marielle Franco. Conforme a pesquisa, 51% dos entrevistados receberam *fake news* associando a vereadora ao criminoso Marcinho VP de grupos da família de WhatsApp[11].

O assunto pode virar um problema nas eleições dos próximos anos. No seminário “Internet, Desinformação e Democracia”, promovido pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), especialistas já estão apontando que as eleições municipais de 2020 podem sofrer ainda mais com as *fake news* por conta da disseminação rápida nas cidades pequenas[12].

Apesar do assunto ter sido frequente nas eleições de 2018 e será presente no futuro, nem todo mundo sabe o que é uma *fake news* ou como identificá-la.

---

[10] MELLO, Patrícia Campos. 2 em cada 3 receberam fake news nas últimas eleições, aponta pesquisa. **Folha de S. Paulo.** Londres, 19 mai 2019, Poder. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/05/2-em-cada-3-receberam-fake-news-nas-ultimas-eleicoes-aponta-pesquisa.shtml> Acesso em: 24 jul 2019.

[11]GRAGNANI, Juliana. Pesquisa inédita identifica grupos de família como principal vetor de notícias falsas no WhatsApp. **BBC Brasil.** Londres, 20 abr 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43797257> Acesso em: 24 jul 2019.

[12] AGÊNCIA Brasil. Notícias falsas nas eleições de 2020 preocupam especialistas. **Época Negócios.** São Paulo, 25 jul 2019, Internet. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2019/07/noticias-falsas-nas-eleicoes-de-2020-preocupam-especialistas.html> Acesso em: 25 jul 2019.

A *fake news* não é um fenômeno recente, mas foi intensificado pela invenção da Internet. O modo como a Internet funciona facilita a disseminação deste problema. A Internet criou uma “coexistência pacífica de vários interesses e culturas na Rede”, que possibilitou às pessoas produzirem o próprio conteúdo como a criação de uma homepage “feita de colagens variadas de textos e imagens” e o preço a se pagar “por uma participação tão diversa e difundida é deixar que a comunicação espontânea, informal prospere simultaneamente” (CASTELLS, 2005, p. 439-40).

A participação fervorosa do internauta em criação de conteúdo também pode ser explicada pela teoria da Cauda Longa. A Cauda Longa é definida como uma cultura e economia em que o foco sai dos grandes sucessos e vai para produtos e conteúdos de nichos (ANDERSON, 2006, p. 50). Existem três forças dentro da Cauda Longa que justificam o sucesso da produção e do consumo conteúdo dentro da Internet.

Segundo Anderson (2006, p. 52), a primeira delas é a democratização das ferramentas de produção. Um computador pessoal ou um *smartphone,* por exemplo, são produtos de fácil acesso à população em que é possível produzir textos, fotos, vídeos, edições e uma infinidade de outros serviços e produtos.

A segunda é a redução dos custos de consumo pela democratização da distribuição (ANDERSON, 2006, p. 53). Tomando o jornalismo como exemplo, o custo do papel é removido quando o leitor determina que só lerá as notícias pelo meio digital. E por fim, para Anderson (2006, p. 53), “a terceira força é a *ligação entre oferta e demanda*, apresentando os consumidores a esses novos bens, agora disponíveis com mais facilidade, e empurrando a demanda cauda abaixo”, ou seja, os nichos, onde os consumidores procuram produtos específicos e sob medida para terem as necessidades saciadas.

Ao possibilitar tudo isso por meio das ferramentas disponíveis na internet, é possível criar uma cultura participativa que, de acordo com Jenkins (2009, p. 378), é uma “cultura em que fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos". A cultura participativa contrasta com a passividade dos espectadores dos meios de comunicação

anteriores. Agora os espectadores interagem e participam da criação de conteúdo (JENKINS, 2009, p. 30).

Dentro da cultura participativa, existem aqueles que se destacam e começam a influenciar a opinião de outras pessoas. Atualmente, eles são chamados de influenciadores digitais. Entretanto, no início da teoria da Cauda Longa, eles eram chamados de formadores de preferências.

> Os novos formadores de preferências são simplesmente pessoas cujas opiniões são respeitadas. Elas influenciam o comportamento de outras, quase sempre as encorajando a tentar novas coisas que, do contrário, não experimentariam (ANDERSON, 2006, p. 105).

Ainda para Anderson (2006, p. 105) os "novos formadores de preferências não são uma super-elite, cujos componentes são melhores do que nós. Eles são nós".

Dentro da teoria do Fluxo Comunicacional em Duas Etapas, estes influenciadores são consideradas pessoas que têm interesse pelo assunto e também que querem discuti-lo com outros indivíduos. Eles são chamados de "líderes de opinião" (BERELSON; GAUDET; LAZARSFELD, 1948, p. 49, tradução nossa).

Para os autores (1948, p. 151, tradução nossa), aqueles que são influenciados, geralmente, possuem menos interesse no assunto e, portanto, não buscam informações em veículos de comunicação e sim nas conversas que elas têm com os líderes de opinião.

Sendo assim, a Internet tira das grandes corporações o monopólio da criação de conteúdo e distribuição de informações, já que o usuário pode criar e influenciar a opinião de outras pessoas sobre qualquer tipo de conteúdo que quiser de dentro da própria casa, desde que tenha acesso a um aparelho tecnológico com internet.

Um exemplo é próprio Jair Bolsonaro. Ele utilizou as redes sociais para fazer a campanha presidencial em 2018 e teve muito mais votos do que o ex-governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, que tinha o maior tempo de propaganda na televisão entre os todos os 13 candidatos que concorriam ao cargo[13].

---

[13] G1. Com quase metade do tempo de TV, Alckmin diz que campanha começa com largada do horário eleitoral nesta semana. **G1**. São Paulo e Brasília, 26 ago. 2018, Eleições 2018 em São Paulo. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2018/noticia/2018/08/26/com-quase-metade-do-tempo-de-tv-alckmin-diz-que-campanha-comeca-com-largada-do-horario-eleitoral-nesta-semana.ghtml> Acesso em 15 out. 2019.

Como presidente, Bolsonaro continua usando a mesma estratégia para se comunicar com as pessoas que o elegeram. Por consequência, pode ser dito que Bolsonaro foi e continua sendo um líder de opinião para aqueles que votaram nele.

A informação acaba se tornando um produto segmentado feito por pessoas que não têm, necessariamente, conhecimentos sobre jornalismo, e o restante da população consome, sem saber diferenciar. Desta forma, todas as teorias citadas apontam para a perda da função do jornalista de ser o *gatekeeper,* que segundo Pena (2010, p. 134) é aquele sujeito que escolhe o que o público irá ter acesso ou não.

Anderson (2006, p. 184) reforça esta afirmação ao dizer que qualquer pessoa que tenha um dispositivo com conexão de Internet tem poder de imprensa. Para ele, a mídia tradicional explorou bem esta vantagem. Entretanto quanto mais as pessoas entravam neste mercado, mais difícil era compreender o que era um trabalho sério e o que era amador (ANDERSON, 2006, p. 184).

Ainda conforme o autor (2006, p. 184), quem gerencia um blog pode ter um acesso mais fácil às fontes de informação do que os jornalistas, já que está imerso no meio dos acontecimentos como cidadão e não apenas como profissional.

Além disso, o próprio leitor busca segmentação. Isto é corroborado por Maffesoli (2003, p. 15), quando ele diz que “o leitor interessa-se pelo que lhe diz respeito”, ele também aponta que mesmo os grandes jornais, que têm alcance nacional, como Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo [...], ainda conservam marcas da região em que foram criados, levando em conta o interesse e o estilo de cada lugar. Prado (2011, p. 72) acrescenta que as notícias se tornaram hiperlocais e são feitas com ajuda de pessoas dispostas a colaborar enviando informações às redações e aos blogueiros.

Contudo, o leitor não se interessa pela notícia apenas pela sua segmentação e proximidade com o indivíduo que a escreve. De acordo com Jenkins (2009, p. 330), caso a mídia não fascinasse os espectadores, eles não teriam vontade de se envolver com ela, mas ao mesmo tempo a mídia frustra, o que faz o espectador ter o desejo de recriá-la.

Neste sentido, Baudrillard (1985, p. 8-9) ressalta que não importa o tipo de conteúdo, a intenção ou sentido da informação, o importante para as massas é o

espetáculo. Ele afirma que as pessoas ignoram a seriedade dos conteúdos e ainda "idolatram o jogo de signos e de estereótipos, idolatram todos os conteúdos desde que eles se transformem numa seqüência espetacular. O que elas rejeitam é a 'dialética' do sentido". Assim, o discurso vira uma ação de dimensão única e irracional e o signos acabam perdendo sentido, sobrando apenas o espetáculo, o objeto de fascínio das pessoas.

É por isso que tantas *fake news* absurdas e chocantes são compartilhadas pela população. O jornal espanhol El País compilou algumas *fake news* das eleições de 2018 que exemplificam a situação[14]. Uma delas associou trouxinhas de maconha com ilustrações do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva apreendidas pela Polícia Militar de São Paulo ao Partido dos Trabalhadores (PT). O fato de ter ilustrações do ex-presidente na droga não significa que, por consequência, ele ou o partido estejam envolvidos com o tráfico. Outras personalidades também já tiveram a imagem atribuída ao tráfico de drogas, sem estarem envolvidas com o assunto, como por exemplo, o jogador de futebol Neymar[15]. Outra *fake news* dentro do compilado é a de que o co-proprietário da loja de departamento Havan, Luciano Hang, teria jatinhos com imagens de apoio ao candidato Jair Bolsonaro[16].

Isso tudo, em parte, é culpa da própria maneira como se faz e se vende o jornalismo atualmente. Segundo Marques (2006, p. 36-7), o jornal é uma dupla mercadoria, uma para os anunciantes e outra para os leitores. Para os leitores são vendidas as notícias, que são feitas de maneira que sejam atraentes para o público-alvo e assim são utilizados recursos como concisão e materiais visuais como fotos, gráficos, mapas etc. Ao manter esse público de leitores, o jornal também se torna atrativo para os anunciantes, já que o jornal transforma os leitores em "mercadorias".

---

[14] ALESSI, Gil. A tragicomédia das mentiras que moldam as eleições no WhatsApp. **El País.** Brasil, 4 out 2018, Eleições 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/03/politica/1538583736_557680.html> Acesso em 15 set. 2019.

[15] RIBEIRO, Anna Gabriela. Rosto de Neymar ilustra pino de droga e suspeito explica: 'Melhor qualidade'. **G1**. Santos, 21 nov 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2013/11/rosto-de-neymar-ilustra-pino-de-droga-e-suspeito-explica-melhor-qualidade.html> Acesso em 15 set. 2019.

[16] ALESSI, Gil. A tragicomédia das mentiras que moldam as eleições no WhatsApp. **El País.** Brasil, 4 out 2018, Eleições 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/03/politica/1538583736_557680.html> Acesso em 15 set. 2019.

Para atrair os leitores, alguns jornais cedem espaço para notícias focadas em temas pessoais sobre figuras públicas e matérias sensacionalistas (MARQUES, 2006, p. 34).

Além do mais, Marques (2006, p. 37-8) afirma que parte do espetáculo também é produzir notícias com um discurso ideológico que enfatiza preconceitos sobre algumas personalidades ou movimentos sociais. Ainda para o autor (2006, p. 41), isto cria uma sociedade cada vez mais fragmentada e desinformada. Algo que é visível com a polarização da sociedade brasileira de hoje.

Todo este cenário contribui para disseminação das *fake news.* Entretanto, é preciso ter cuidado com o que se chama de *fake news*, porque o termo pode ser utilizado para desqualificar as versões que discordam daquele que chama o texto do outro de *fake news.* Portanto, a *fake news* passa a ser tudo aquilo que desagrada e não apenas fatos falsos (FRIAS FILHO, 2018, p. 42) o que é relacionado ao fenômeno da pós-verdade, que significa "relatar ou denotar circunstâncias em que os fatos objetivo influenciam menos ao moldar a opinião pública do que a emoção e crenças pessoais".[17]

Este artifício foi muito utilizado durante a campanha presidencial dos Estados Unidos em 2016 do então candidato Donald Trump e até hoje utilizada por ele enquanto presidente. Um exemplo da postura endossada pelo presidente é o caso em que Trump chama de "*fake news*" uma notícia publicada pelo The New York Times. Ela diz que ele acumulou mais de US$ 1,1 bilhão de perdas entre 1985 e 1994, e isso teria evitado que ele pagasse impostos em 8 de 10 anos[18].

No entanto, o atual presidente norte-americano não é o único que chama de *fake news* aquilo que ele não concorda que seja publicado. O chefe de estado brasileiro Jair Bolsonaro também faz questão de atacar a mídia mesmo que sem motivo.

---

[17] Tradução nossa. Original: "Relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief". POST-TRUTH. In: Oxford Advanced Learner's Dictionary. 2019. Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth> Acesso em: 13 mar 2019 (em inglês).

[18] TRUMP diz que reportagem sobre perdas bilionárias é 'fake news'. **Estado de S. Paulo**, Washington, 08 mai 2019, Internacional. Disponível em: <https://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,trump-diz-que-reportagem-sobre-perdas-bilionarias-e-fake-news,70002820387> Acesso em 23 jul 2019.

Na conta pessoal do presidente no Twitter, ele chamou de falsa a reportagem da Folha de S. Paulo que fala sobre a contratação do ex-chefe da assessoria de imprensa do exército, Didio Pereira de Campos, para administrar as redes sociais do governo. Entretanto, a admissão de Didio Pereira já havia sido publicada pelo Diário Oficial da União, assinada pelo ministro da Casa Civil Onyx Lorenzoni[19].

Mas, então, o que diferencia a notícia de uma *fake news?*

A notícia é definida por Lage (2006a, p. 73) como o "relato de uma série de fatos, a partir do fato mais importante" e segue uma estrutura lógica, com um critério de importância ou interesse envolvido em sua produção que tem caráter é ideológico e "atende a fatores psicológicos, comportamentos de mercado, oportunidade, etc".

Além disso, o jornalismo tem uma linguagem própria que é aplicada a notícia. "A comunicação jornalística é, por definição, referencial, isto é, fala de algo do mundo, exterior ao emissor, ao receptor e ao processo de comunicação em si. Isso impõe o uso quase obrigatório da terceira pessoa" (LAGE, 2006b, p. 51). Portanto, adjetivos e avaliações subjetivas devem ser retiradas do texto. O ideal é substituir por dados que permitam aquele que consome a notícia de tirar as próprias conclusões (LAGE, 2006b, p. 52).

Por isso, grande parte do trabalho jornalístico na apuração e construção da notícia se deve a adequação para uma linguagem referencial. Para Lage (2006b, p. 54), "a hora exata do atropelamento, a placa do carro, o nome inteiro das pessoas, o número do túmulo. Tudo isso terá, no texto, *efeito de realidade*, isto é, contribuirá para a verossimilhança do relato".

Além da linguagem, a notícia possui outras características. De acordo com PENA (2010, p. 72), entre elas estão o interesse público, interesse nacional e humano, atualidade, novidade, plena identificação do personagem, serviço, protetividade, entre outros.

Entretanto, parte da credibilidade da notícia vem por meio do método que o jornalista utiliza para apuração. O método do jornalista sempre busca pela maior

---

[19] FOLHAPRESS. Bolsonaro chama de 'fake news' reportagem sobre nomeação publicada no Diário Oficial. **Gazeta do Povo.** Brasil, 11 mar 2019, Política. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/politica/republica/bolsonaro-chama-de-fake-news-reportagem-sobre-nomeacao-publicada-no-diario-oficial-9qa7l6ufsybffmssar20elq6l/> Acesso em: 24 jul 2019.

objetividade do texto possível, já que não existe nenhuma notícia ou reportagem totalmente objetiva.

> A objetividade, então surge porque há uma percepção de que os fatos são subjetivos, ou seja, construídos a partir da mediação de um indivíduo que tem preconceitos, ideologias, carências, interesses pessoais ou organizacionais e outras idiossincrasias. E como estas não deixarão de existir, vamos tratar de amenizar sua influência no relato dos acontecimentos (PENA, 2010, p. 50).

Para a construção desta objetividade os jornalistas fazem "[...] o uso judicioso das aspas, a apresentação de provas auxiliares e a própria apresentação de notícias na forma de pirâmide invertida, com a utilização do lide" (PENA, 2010, p. 52).

Outro fator importante para a construção de uma notícia com credibilidade é o cumprimento do Código de Ética dos Jornalistas. Nele são especificados quais comportamentos devem ser aceitos ou não dentro do exercício da profissão. Alguns deles[20] são o compromisso com a verdade no relato dos fatos "razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação.", a rejeição de alterações nas imagens captadas que deturpem a realidade "sempre informando ao público o eventual uso de recursos de fotomontagem, edição de imagem, reconstituição de áudio ou quaisquer outras manipulações".

Também é dever do jornalista "ouvir o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística, principalmente aquelas que são objeto de acusações não suficientemente demonstradas ou verificadas", sempre fundamentar a notícia com informações que sejam de interesse público e "promover a retificação das informações que se revelem falsas ou inexatas e defender o direito de resposta às pessoas ou organizações envolvidas".

Além disso, para Lage (2006a, p. 60) o jornalismo deve diversificar o fluxo de informação e estabelecer critérios adequados de seleção, já que a informação jornalística influencia na capacidade de decisão das pessoas e na democracia que é o exercício do poder, em última instância, por essas pessoas.

Muitas características das *fake news* entram em choque com a ética e os métodos utilizados para se fazer jornalismo. Uma delas é o uso de imagens, vídeos, áudios adulterados sem qualquer aviso para o consumidor do conteúdo; atribuição

---

[20] FEDERAÇÃO Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas.** 2007. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf Acesso em: 20 abr 2019.

de informações falsas a pessoas, órgãos oficiais e organizações privadas; e o uso informações vagas[21].

As *fake news* também utilizam imagens, vídeos e áudios fora de contexto; as URLs dos sites imitam a de sites jornalísticos de renome; usam títulos apelativos e sensacionalistas[22].

Outras características são a falta de dados sobre quando determinado fato aconteceu ou acontecerá como datas e horários; e também a inexistência de assinatura no texto, ou quando é assinado, o é por uma figura muito conhecida como Clarice Lispector, principalmente quando eles são encaminhados por aplicativos como o WhatsApp[23].

O uso das redes sociais para o compartilhamento pode ser utilizado tanto para disseminar as *fake news* quanto para transmitir notícias, o que torna ainda mais confusa a diferenciação entre um e outro para o público em geral, causando desconfiança.

2.1 A notícia no jornalismo digital

Em 2016, 49% dos entrevistados pela Secretaria Especial de Comunicação Social para a Pesquisa Brasileira de Mídia (2016) disseram usar a Internet para se manter informado. Segundo a pesquisa, esta foi a primeira vez que a Internet passou o rádio como meio secundário para buscar informação, enquanto o primeiro lugar continua sendo a televisão, com 89%. Também foi dito nesta pesquisa que 91% dos entrevistados utilizam a Internet pelo celular.

Quando perguntados sobre a confiança das notícias que circulam em sites da Internet, 17% das mulheres disseram que nunca confiam, enquanto os homens que

---

[21] FATO ou Fake? Saiba como identificar se um conteúdo é falso. **G1.** Brasil, 25 set 2019, Fato ou Fake? Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/09/25/fato-ou-fake-saiba-como-identificar-se-um-conteudo-e-falso.ghtml> Acesso em 24 jul 2019.

[22] SALI, Felipe. O que são fake news? Como identificá-las?. **Superinteressante.** Brasil, 21 dez. 2017, Tecnologia. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-sao-fake-news-como-identifica-las/> Acesso em 24 jul 2019.

[23] VELASCO, Clara. Como saber se uma notícia é falsa. **G1.** Brasil, 2 abr. 2017, É ou não é. Disponível em: <https://g1.globo.com/e-ou-nao-e/noticia/como-saber-se-uma-noticia-e-falsa.ghtml> Acesso em 24 jul 2019.

deram a mesma resposta são 16%. Os que confiam sempre são 6% para ambos os sexos. Entretanto, quando se trata de notícias em redes sociais, as mulheres, que nunca confiam, somam 20% e os homens, 22%. Aqueles que confiam sempre são 5% tanto para mulheres como para homens.

Quando o foco muda para uma mídia mais tradicional como o jornal, os percentuais de confiança total crescem para 31% em relação às mulheres e 28% para os homens. E muitas pessoas ainda leem o jornal impresso e não a versão digital (66% das mulheres e 67% dos homens).

Ou seja, apesar de ser o segundo modo pelo qual o brasileiro se informa, ainda sim a Internet continua sendo uma mídia em que as pessoas não confiam no Brasil. A pesquisa também diz que por mais que os brasileiros busquem informações pela Internet, eles procuram outros meios para validar a informação buscada anteriormente.

Parte do problema pode ser a falta de empenho do leitor da web. De acordo com Ferrari (2014, p. 19), “a informação é absorvida sem grande comprometimento com a realidade. A importância e repercussão de uma manchete da revista *Veja* continua sendo bem maior que a do seu portal preferido”. Para ela (2014, p. 18), o leitor digital não adquire o conhecimento por meio de um processo de reflexão, é um conhecimento superficial, sem qualquer relação afetiva com ele. O problema é que além do leitor ser passivo na busca pela informação, a informação não é um produto valorizado do ponto de vista econômico (FERRARI, 2014, p. 19).

Outro obstáculo do jornalismo digital é a rapidez com que a notícia precisa ser feita. Segundo Ferrari (2014, p. 80), a cobertura brasileira de notícias no ambiente digital tem bons exemplos, mas também existem outras com erros primários como coberturas irresponsáveis e ausência de checagem, o que prejudica o trabalho dos jornalistas como um todo. Dar contexto às notícias e checar as informações são procedimentos que levam tempo e muita vezes a pressão para publicar antes do concorrente atrapalha o processo (FERRARI, 2014, p. 82).

> Achar que o mais importante é oferecer as últimas notícias o mais rápido possível é um grande equívoco do meio. [...] Uma notícia superficial, incompleta ou descontextualizada causa péssima impressão. É sempre melhor colocá-la no ar com qualidade, ainda que dez minutos depois dos concorrentes (FERRARI, 2014, p. 53).

O jornalismo apesar de se esforçar para usar os recursos de hipermídia como fotos, vídeos, textos, imagens, vídeos, entre outros (FERRARI, 2014, 113), ainda peca em compreender a mudança de plataforma.

> Não adianta ter um portal funcionalista e daí criar um perfil da editoria no Facebook, ou achar que domina o mundo das redes sociais porque publica automaticamente todos os links da home page no Twitter do canal. Isso é dar um tiro no pé (FERRARI, 2014, p. 96).

O leitor digital é mais livre para escolher o que quer fazer durante a leitura como a "navegação pelo texto, lendo uma determinada parte, clicando em um link e pulando para outra página e voltando ou não à anterior" (PRADO, 2011, p. 126). Logo, se o portal não transformar a notícia em algo atrativo dentro das redes sociais, o leitor digital não irá clicar, nem ler, e se a leitura não for atrativa para o leitor digital, ele não permanecerá na página lendo aquela notícia.

Ainda é possível dizer que aquele que melhor compreender e se adaptar ao novo meio de comunicação obterá maior sucesso no processo de divulgação de notícia (FERRARI, 2014, p. 23). Os produtores de *fake news* descobriram a fórmula para o sucesso de propagação nas redes sociais e, por isso, é importante entender como elas funcionam.

2.2 O processo comunicacional das *fake news*

Entender o que é comunicação é essencial para falar sobre qualquer tipo de processo comunicacional. A palavra comunicação "deriva do latim communicare cujo significado seria 'tornar comum', 'partilhar', 'repartir', 'associar', 'trocar opiniões', 'conferenciar'" (RABAÇA, 2014, p. 52). Comunicar quer dizer necessariamente uma interação, uma troca de mensagens, emissão ou recebimento de informações (RABAÇA, 2014, p. 52).

Sendo assim, o processo comunicacional é colocar o ato de comunicar em prática. Um processo comunicacional mais simples compreende um emissor, um receptor, a mensagem, o canal, o código e o referente. O emissor é aquele que transmite a mensagem, o receptor é o que recebe a mensagem, o canal é por onde a mensagem é enviada, o código é o conjunto de sinais estruturados pelo qual a

mensagem é transmitida e a mensagem é a ideia que se quer transmitir (CORREA, 2009, p. 13-4).

Entretanto, não é suficiente para dar conta do funcionamento do processo comunicacional de uma *fake news*. Muitas vezes elas são acompanhadas de fotos, vídeos e áudios e qualquer parte do conteúdo pode ter sido tirada de contexto[24]. Todas estas características tornam a mensagem da *fake news* muito complexa. Logo, para analisar o processo comunicacional da *fake news*, é preciso utilizar um método mais completo como a Semiótica, porque ela "procura descrever e explicar o que o texto diz e como faz para dizer o que diz" (BARROS, 2008, p. 7). Pela complexidade, a mensagem da *fake news* não é apenas uma mensagem, ela é um discurso. Todo discurso é

> uma unidade do plano de conteúdo, é o nível do percurso gerativo de sentido em que formas narrativas abstratas são revestidas por elementos concretos. Quando um discurso é manifestado por um plano de expressão qualquer, temos um texto (FIORIN, 2011, p. 45).

O discurso é composto por valores, que são uma série de escolhas que o sujeito da enunciação faz. Ele faz escolhas "de pessoa, de tempo, de espaço, de figuras, e 'conta' ou passa a narrativa, transformando-a em discurso" (BARROS, 2008, p. 53). Ainda, o discurso para Barros (2008, p. 85) é "a narrativa 'enriquecida' pelas opções do sujeito da enunciação que assinalam os diferentes modos pelos quais a enunciação se relaciona com o discurso que enuncia". Também, segundo a autora, o discurso é o objeto feito pelo sujeito da enunciação e o objeto pelo qual acontece a comunicação entre um Destinador e um Destinatário (BARROS, 2008, p. 55).

Os valores também podem ser inseridos no discurso por meio de temas e figuras. Para Fiorin (2011, p. 106), o nível onde ficam os temas e as figuras é lugar privilegiado de manifestação e ideologia. Também de acordo com ele (2011, p. 91), as figuras dão concretude ao texto e são tudo que remete a algo existente no mundo natural, como pedras, sapatos ou pessoas, ou a algo que tenha um correspondente perceptível no mundo natural, como bruxas, fadas, e outros seres sobrenaturais. Já

---

[24] FATO ou Fake? Saiba como identificar se um conteúdo é falso. **G1**, 25 set. 2018, Fato ou Fake. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/09/25/fato-ou-fake-saiba-como-identificar-se-um-conteudo-e-falso.ghtml> Acesso em; 13 mai 2019.

os temas são relacionados ao abstrato, eles organizam, categorizam, ordenam os elementos do mundo natural.

Fiorin (2011, p. 91) ainda afirma que as duas categorias não se opõem, mas se complementam, podendo um texto ou ser mais figurativo ou mais temático, dependendo da ocasião. Um texto mais figurativo trará um “efeito de realidade” no discurso, enquanto o texto mais temático procura explicar, classificar e ordenar a realidade, é mais analítico.

Além de precisar do discurso, é preciso que haja uma pessoa para emitir e outra para receber a informação para que a comunicação exista.

> A linguagem só é possível porque cada locutor se colocar como sujeito, remetendo a si mesmo com o eu em seu discurso. Dessa forma, eu estabelece uma outra pessoa, aquela que, completamente exterior a mim, torna-se meu eco ao qual eu digo tu e que me diz tu (BENVENISTE, 1966, p. 261-2 citado por FIORIN, 1996, p. 41).

Se existe uma relação entre o “eu” e o “tu” dentro da enunciação, também existe uma relação entre o “aqui”, que representa o lugar do “eu”, e o “lá”, que constitui o lugar do tu. Da mesma forma, existe um vínculo entre o discurso e o tempo. Tudo isso gira em torno da relação “eu” e “tu” (FIORIN, 1996, p. 42).

Quem toma todas as decisões de valores, pessoas, espaços e tempos é o Destinador, porque o Destinador é o sujeito que determina tudo o que o discurso quer passar e dá o saber necessário ao Destinatário para operar a manipulação por meio do fazer-crer (BARROS, 2008, p. 85).

Portanto, o receptor deverá ser um Destinatário que recebe o conhecimento do Destinador e sofre a manipulação do mesmo Destinador. Entretanto, no processo de manipulação, o Destinador propõe um contrato e tenta persuadir o Destinatário a aceitá-lo e o Destinatário pode aceitar este contrato ou não (BARROS, 2008, p. 31). A manipulação só será bem-sucedida se o manipulador e o manipulado compartilharem dos mesmos valores (BARROS, 2008, p. 34).

Dentro dos objetos a serem analisados, os Destinadores são os *blogs* FolhaMax, Blog do Cleuber Carlos e o *blog* Luís Cardoso e também aqueles que postaram nas redes sociais Facebook, Twitter e WhatsApp, sendo um deles o pastor Silas Malafaia. Os Destinatários são os leitores dos *blogs* e seguidores destes perfis nas redes sociais. Os donos dos *blogs* e das contas nas redes sociais impõem

valores de maneira contratual para operar a manipulação nos leitores e seguidores. Cabe aos leitores e seguidores interpretarem e assimilarem se o valores ali colocados fazem sentido para determinar se devem aceitar ou não tal contrato de confiança.

O canal destas *fake news* são os próprios *blogs* e as redes sociais e o código é a língua portuguesa. O tipo de canal e de código alteram o entendimento dos indivíduos perante o discurso e podem ser definidos como plano de expressão. O plano de expressão é jeito pelo qual o plano de conteúdo é transmitido, podendo ser verbal e não-verbal (FIORIN, 2011, p. 45).

O contexto também é importante para analisar um processo comunicacional, porque o texto tem relação contexto sócio-histórico cultural, agregando sentido (BARROS, 2008, p. 12). O contexto das *fake news* a serem analisadas é o fato de que o então candidato do Partido Social Liberal (PSL) Jair Bolsonaro foi esfaqueado por Adélio Bispo de Oliveira, durante a campanha das eleições presidenciais de 2018, na cidade de Juiz de Fora em Minas Gerais[25]. Adélio foi filiado ao PSOL entre os anos de 2007 e 2014, o que aumentou o ódio aos partidos de esquerda pelos apoiadores de Bolsonaro.

Entretanto, esta análise ainda é superficial. Para fazer a análise de todas estas ferramentas dentro da Semiótica, será necessário colocar o texto dentro do Percurso Gerativo de Sentido que é a análise do texto separada em camadas. O texto é analisado da parte mais simples e superficial do texto até a parte mais complexa e profunda (FIORIN, 2011, p. 20). Para Fiorin (2011, p. 44), este método é mais eficaz já que compreende que o significado do texto não é somente a soma do significado das palavras, mas também a articulação de elementos que o formam.

O Percurso Gerativo de Sentido compreende três níveis de interpretação de sentido do plano de conteúdo: o Fundamental, o Narrativo, o Discursivo; e um nível que interpreta o plano de expressão: da Manifestação.

O Nível Fundamental é a camada “mais simples e abstrata” e a significação do texto vem a partir de duas palavras que têm significados opostos e resumem todo

---

[25] JAIR Bolsonaro leva facada durante ato de campanha em Juiz de Fora. **G1**, Juiz de Fora, 6 de setembro de 2018. Zona da Mata. Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/zona-da-mata/noticia/2018/09/06/ato-de-campanha-de-bolsonaro-em-juiz-de-fora-e-interrompido-apos-tumulto.ghtml> Acesso em: 28 abr 2019.

o discurso (BARROS, 2008, p. 10). É a instância inicial e explica a produção, funcionamento e interpretação das categorias mais abstratas do discurso (FIORIN, 2011, p. 24). O Nível Fundamental

> abriga as categorias semânticas que estão na base da construção de um texto. [...] Uma categoria semântica fundamenta-se na diferença, numa oposição. [...] No entanto, para que dois termos possam ser apreendidos conjuntamente é preciso que tenham algo em comum e é sobre esse traço em comum que se estabelece uma diferença (FIORIN, 2011, p. 21-2).

Conforme Fiorin (2011, p. 23), estes termos podem ser classificados como eufóricos ou disfóricos. Eufóricos caso tenham um valor positivo dentro do texto e disfóricos se tiverem um valor negativo. O valor do termo isolado ou a interpretação que o leitor dá ao termo não faz diferença, já que a euforia ou disforia tem que ser analisada de acordo com todo o contexto do discurso.

Ainda para Fiorin (2011, p. 23), um exemplo são os termos /natureza/ e /civilização/. Em um texto feito por ativistas ambientais, o termo /natureza/ será utilizado de maneira eufórica, enquanto o termo /civilização/ será usado de maneira disfórica. Já em algum texto que se trate de perigos dentro da floresta, o inverso pode acontecer.

O Nível Narrativo é onde existe “uma transformação situada entre dois estados sucessivos e diferente. Isso significa que ocorre uma narrativa mínima, quando se tem um estado inicial, uma transformação e um estado final” (FIORIN, 2011, p. 27-8).

Segundo Fiorin (2011, p. 28-9), é aqui que entram os enunciados de estado e os enunciados de fazer. No enunciado de estado são estabelecidas as relações de conjunção e disjunção entre um sujeito e um objeto, sendo conjunção quando o sujeito alcança o objeto que deseja e disjunção quando o sujeito não obtém o objeto. No enunciado de fazer, o sujeito sai de um enunciado de estado e vai para outro. Neste caso, acontece uma transformação dentro do discurso.

Vale especificar que sujeito e objeto não são respectivamente uma pessoa e uma coisa, ambos podem ser tanto coisas, como pessoas, animais. Tudo depende do tipo de discurso que se está trabalhando (FIORIN, 2011, p. 29). Outro aspecto deste nível é que quando um sujeito entra em conjunção com o objeto, outro sujeito

dentro da narrativa do discurso entra em disjunção com o mesmo objeto, o nome deste fenômeno é dimensão polêmica (FIORIN, 2011, p. 36).

Existem dois tipos de objeto, o objeto de valor e o modal. O objeto de valor é o objetivo final do sujeito. O objeto modal é aquele que o sujeito almeja para assim poder alcançar o objeto de valor (FIORIN, 2011, p. 37).

Também neste nível, para Barros (2008, p. 10), é que se organiza a narrativa do ponto de vista do sujeito. Dentro dele existe uma sequência canônica: a manipulação, a competência, a performance e a sanção.

A manipulação é "um sujeito age sobre o outro para levá-lo a querer e/ou dever fazer alguma coisa" (FIORIN, 2011, p. 29).

> A manipulação só será bem-sucedida quando o sistema de valores em que ela está assentada for compartilhado pelo manipulador e pelo manipulado, quando houver uma certa cumplicidade entre eles. [...] Não se deixar manipular é recusar-se a participar do jogo do destinador, pela proposição de um outro sistema de valores. Só com valores diferentes o sujeito se safa da manipulação (BARROS, 2008, p. 34).

Existem quatro tipos mais comuns de manipulação: a tentação, a intimidação, a sedução e a provocação. A tentação funciona de maneira que o manipulador propõe algo positivo ao manipulado, como uma recompensa para o que ele será impelido a fazer; a intimidação ocorre quando o manipulador ameaça o manipulado com alguma coisa negativa; a sedução aparece se o manipulador convence o manipulado por meio da manifestação de "juízo positivo" sobre alguma característica do manipulado; e por fim a provocação, em que o manipulador duvida da capacidade do manipulado de realizar o ato e assim o desafia a cumprir determinada tarefa (FIORIN, 2011, p. 30).

Outra parte da sequência canônica é a competência. Ela se realiza dentro do discurso quando aquele que vai realizar a transformação adquire o conhecimento para assim "saber e/ou poder fazer" (FIORIN, 2011, p. 30). Em seguida tem a performance que é a mudança central da narrativa, em que o sujeito sai de um estado e vai para outro (FIORIN, 2011, p. 31). E por fim a sanção, em que existe a constatação "de que a performance se realizou e, por conseguinte, o reconhecimento do sujeito que operou a transformação. Eventualmente, nessa fase, distribuem-se prêmios e castigos" (FIORIN, 2011, p. 31).

Entretanto, Fiorin (2011, p. 33-4) explica que a sequência canônica não é algo engessado, muitas vezes ela não se cumpre por inteiro ou as narrativas podem ter várias sequências canônicas. Além disso, as narrativas podem focar em apenas uma das fases da sequência canônica ou até mesmo fugir da ordem lógica aqui expressa.

Para conseguir transmitir seus valores dentro do texto, o Destinador se utiliza do Nível Discursivo. Nele, são encontrados os temas e as figuras, já explicados neste capítulo. O Nível Discursivo é onde "[...] as formas abstratas do nível narrativo são revestidas de termos que lhe dão concretude" (FIORIN, 2011, p. 41). É onde a narrativa é "assumida pelo sujeito da enunciação" (BARROS, 2008, p. 10).

Neste Nível também são avaliados os efeitos de verdade, definidos anteriormente nesta pesquisa. Para Barros, (2008, p. 56) as características dos efeitos de verdade utilizados no jornalismo são todos os elementos inseridos num texto jornalístico que busca a objetividade, descritos anteriormente.

Por fim, conforme Fiorin (2011, p. 44) a análise do texto não se limita ao conteúdo dele, mas também o modo pelo qual ele é expressado. O Nível da Manifestação procura suprir esta necessidade, "é união de um plano de conteúdo com um plano de expressão" (FIORIN, 2011, p. 44). Também é interpretado neste nível o tipo de material utilizado como o uso de imagens, sons, textos, entre outros elementos (FIORIN, 2011, p. 49).

3 ANÁLISE SEMIÓTICA DISCURSIVA DAS *FAKE NEWS* CHECADAS PELA AGÊNCIA LUPA

As *fake news* correspondem às imagens de 1 a 5 e as notícias são as 6 e 7. O que há de comum e falso nelas é a associação entre Adélio Bispo de Oliveira e partidos conhecidos por estarem no espectro político da esquerda como o PT, o Partido Democrático Brasileiro (PDT), e o PSOL. Mesmo tendo sido filiado ao PSOL, de 2007 a 2014, Adélio não estava filiado a nenhum partido político na época do esfaqueamento do candidato Jair Bolsonaro.

Figura 1 - Publicação do Deputado e pastor Silas Malafaia no Twitter

Fonte: conta do Twitter do pastor Silas Malafaia (2019)

Dentro do Nível Fundamental, a postagem de Silas Malafaia associa o PT e a ex-presidente da República e candidata ao Senado, Dilma Rousseff, à pessoa que esfaqueou Jair Bolsonaro, Adélio de Oliveira. /Mal/ e /bem/ são os termos essenciais que definem o teor do texto. São caracterizados como /bem/ o “povo abençoado de Minas Gerais”, enquanto o /mal/ são definidos como o PT, a Dilma e o criminoso, sendo /bem/ um valor eufórico e /mal/ um valor disfórico.

No Nível Narrativo, o sujeito e destinador do discurso é o pastor Silas Malafaia, já que ele escreve a mensagem diretamente para os seguidores dele. O

objeto de valor de Malafaia é fazer com que a Dilma não receba votos para conseguir o cargo no Senado. O meio pelo qual ele quer alcançar isso é através da fase da competência, porque ele dá o saber necessário para que os seguidores tomem a decisão. É por meio da acusação de que Adélio estaria envolvido na campanha da ex-presidente que Malafaia tenta convencer os seguidores de que o voto não deveria ir para Dilma. Ele entra em conjunção com o objeto de valor dele quando Dilma perde a eleição ao Senado.[26] Isto implica na disjunção de Dilma com o objeto de valor dela, que era uma cadeira no Congresso brasileiro.

Deste modo, Malafaia utiliza dentro a fase da manipulação a intimidação, porque ele coloca o medo nas pessoas de que se elas elegerem a candidata, elas estarão compactuando com um criminoso. Malafaia ajuda a interromper a transformação da ex-presidente do estado de estar sem mandato e passar para o estado de ter um mandato, tirando a fase da performance da ex-presidente. A performance dentro do discurso de Malafaia se dá ao fato de Dilma ter se candidatado e não ter conseguido o mandato, operando uma transformação no estado dela de candidata para uma pessoa não eleita. A sanção não aparece no discurso, mas ocorre após ele, quando a ex-presidente fica em quarto lugar e perde a eleição.

No Nível Discursivo, apesar de ser uma conta pessoal em uma rede social, o autor do texto se afasta do discurso. Malafaia utiliza a terceira pessoa do singular e em nenhum momento se coloca dentro do enunciado. Não existem marcas do “eu”. Isto traz mais seriedade a mensagem por parecer um texto mais objetivo, ainda que informal.

Ao entrar nos temas e figuras, Adélio é tematizado apenas como criminoso. Fica apenas implícito que se fala dele por conta da data da postagem no rodapé, 6 de setembro de 2018, e pelo contexto apresentado no dia.

Outro tema encontrado no texto é inimigo, porque Malafaia enfatiza o quão contrários a ele e como devem ser combatidos os três citados no discurso. Inimigo é revestido com as figuras de Dilma Rousseff, Adélio de Oliveira e o PT. Vencer o

---

[26] AFP. Dilma Rousseff fica em quarto lugar e perde disputa ao senado por MG. **Exame.** Nacional, 8 out. 2018. Brasil. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/dilma-rousseff-fica-em-quarto-lugar-e-perde-disputa-ao-senado-por-mg/> Acesso em 13 out. 2019.

inimigo é outro tema revestido por meio da associação do criminoso aos outros dois e do pedido para que se vote contra a Dilma e o PT nas eleições. A forte oposição de Malafaia em relação a estes é representada pelas pessoas que ele considera de bem e que seriam iguais a ele. Assim, elas são figurativizadas como “POVO ABENÇOADO DE MINAS GERAIS”.

Nesta *fake news*, os efeitos de verdade não aparecem. Não existem aspas, fontes de notório saber, ausência de adjetivos e presunção da inocência, estabelecida pelo artigo 9 do Código de Ética[27]. O único elemento que dá credibilidade ao discurso é próprio Silas Malafaia. Os seguidores de Malafaia levam em conta a opinião dele e assim ele se torna um líder de opinião tal qual previsto na Teoria do Fluxo Comunicacional em Duas Etapas.

Ao analisar o Nível da Manifestação, é possível entender que o tuíte de Malafaia chama os seus seguidores para a importância do assunto quando coloca em caixa alta a frase “ATENÇÃO POVO ABENÇOADO DE MINAS GERAIS!”. No final do tuíte, ele utiliza a mesma técnica para falar “FORA DILMA”. Dentro do texto, estes são trechos destacados e serão os primeiros a serem olhados. O restante do texto é em caixa baixa.

As características da própria rede social ajudam na disseminação desta *fake news*. O texto é curto, máximo de 280 caracteres por postagem[28], potencializa a rapidez da leitura. Além disso, é possível compartilhar, retuitar, o conteúdo com os outros seguidores a partir de dois cliques. A linguagem é informal e com abreviações características da internet.

---

[27]FEDERAÇÃO Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas.** 2007. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf Acesso em: 20 abr 2019.

[28]PACETE, Luiz Gustavo. Twitter oficializa aumento de limite para 280 caracteres. **Meio e Mensagem.** Nacional, 7 nov. 2017, Mídia. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/11/07/twitter-oficializa-aumento-de-limite-para-280-caracteres.html> Acesso em 24 out. 2019.

Figura 2 - Agressor de Bolsonaro é detido pela Polícia Federal, por FOLHAMAX

19 de Abril de 2019, 15:49

Página Inicial | Sobre Nós | Expediente | Fale Conosco

FOLHAMAX
MAIS QUE NOTÍCIAS, FATOS.

Opinião | Política | Mundo | Cidades | Economia | Esporte | Cultura | Curiosidades | Baladas | Polícia | Buscar no Portal | Buscar

[X]

Artigos

ROBERTO BOAVENTURA
De frente para os crimes

VICENTE VUOLO
A ponte viabilizou a ferrovia

GRISIELY DAIANY MACHADO
A 'Lei do pente fino' e os direitos do segurado
MAIS ARTIGOS

Mundo

Quinta-Feira, 06 de Setembro de 2018, 15h:52 | Atualizado: A | A

VIOLÊNCIA

Agressor de Bolsonaro é detido pela Polícia Federal

METROPOLES

Um homem foi detido em Juiz de Fora (MG), suspeito de ter esfaqueado o candidato à Presidência da República do PSL, Jair Bolsonaro. Agentes da Polícia Federal, responsável pela segurança do presidenciável durante a campanha eleitoral, teriam impedido o suspeito de fugir e o prendido.

Imagens do momento do ataque mostram o homem tentando fugir e sendo contido por apoiadores do candidato, que o agrediram com socos. O suspeito seria José Adélio Bispo de Oliveira, filiado ao PDT mineiro. Mas a Polícia Federal não divulgou oficialmente o nome do responsável pelo ataque.

A corporação abriu inquérito para investigar o caso.

Aguarde mais informações

VOLTAR | IMPRIMIR | Compartilhar | Compartilhar

ENTRELINHAS

PROJETO SENADO
Campos articula com caciques

SUPLENTE
Selma tem "fogo amigo" no PSL

LICENÇA
Botelho decide entre Cuiabá e VG

EM CAMPANHA
Ex-vice "abandona" cargo no Governo

3,43%
Mauro sanciona RGA no TJ-MT
LEIA MAIS

As Mais Lidas

01. Secretário admite erro; pede desculpas e devolve R$ 31 mil em Cuiabá

Fonte: página do FOLHAMAX (2019).

No Nível Fundamental desta *fake news*, o foco é na tentativa de fuga de Adélio após o atentado contra Bolsonaro. Neste caso, os termos essenciais dentro do texto são /liberdade/ e /prisão/, sendo /liberdade/ um termo disfórico para o Destinador do texto, o FolhaMax, e /prisão/ um termo eufórico. Para Adélio seria o inverso, /liberdade/ teria um valor positivo e /prisão/ um valor negativo.

Já no Nível Narrativo, um dos sujeitos é Adélio. Ele possui mais de um objeto de valor dentro deste texto. O primeiro é matar Bolsonaro e para isso ele se utiliza de um objeto modal que é o esfaqueamento do então candidato à presidência. Aqui, Adélio entra em disjunção com o objeto de valor, porque Bolsonaro é socorrido e sai vivo do incidente. Com a aplicação da dimensão polêmica, ao frustrar Adélio, Bolsonaro entra em conjunção com a vida.

O segundo objeto de valor de Adélio seria sair impune deste atentado. Ao ser impedido de fugir pelos apoiadores de Bolsonaro e preso pelos agentes da Polícia Federal, ele entra em disjunção com este objeto de valor, enquanto a Polícia Federal entra com conjunção com a prisão dele.

O texto não segue a sequência canônica e apresenta a sanção dos acontecimentos primeiro ao dizer que “Um homem foi detido em Juiz de Fora (MG), suspeito de ter esfaqueado o candidato à presidência da República [...]”. Ao longo do texto, é explicada como a performance acontece. Adélio sai do estado de liberdade e passa para o estado de preso, enquanto Bolsonaro sai do estado de boa saúde para o estado de quase morte durante o episódio.

Para realizar tal tarefa, Adélio precisou planejar o esfaqueamento, ir até o local, se aproximar de Bolsonaro e golpeá-lo com a faca. Todos estes passos ficam pressupostos dentro do discurso e demonstram a criação de competência do sujeito Adélio para realizar o ato.

Dentro do discurso, o Destinador manipula o leitor por meio da intimidação. Ele faz isso ao associar o criminoso com o PDT. Isto porque, de acordo com as pesquisas de voto, Ciro Gomes, candidato do PDT para a presidência da República, venceria todos os adversários no segundo turno, inclusive o Bolsonaro[29] o que demonstra que ele era um forte candidato e que precisava ser atacado. Assim, o eleitor não votaria em nenhuma pessoa relacionada ao PDT, por medo de estar compactuando com criminosos.

O Nível Discursivo demonstra que as marcas do “eu” dentro deste texto não existem. O discurso utiliza os verbos de maneira impessoal com a finalidade de distanciar o Destinador da própria escrita. Desta maneira, ele formaliza o texto.

O principal tema do texto é crime. Ele é revestido pela figura do ato do esfaqueamento. Em seguida, Adélio é tematizado como o criminoso, mas a FolhaMax não dá a certeza de que foi ele mesmo, porque a Polícia Federal, que figurativiza o tema justiça, ainda não havia confirmado a informação, segundo o site.

O discurso possui alguns efeitos de verdade inseridos nele. A impessoalidade do texto é um deles. Outro efeito seria a grande figurativização do discurso que traz a sensação de que a realidade está sendo descrita exatamente como ela é. Todavia, o autor não coloca aspas de nenhuma fonte para falar sobre o assunto. Ele apenas cita a Polícia Federal e seus agentes, mas nenhum nome é especificado. O texto

---

[29]CAMPOS, João Pedroso de. Ciro Gomes venceria todos adversários no 2º turno, diz Datafolha. **Veja**. Nacional, 14 set. 2018, Política. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/ciro-gomes-venceria-todos-adversarios-no-2o-turno-diz-datafolha/> Acesso em: 21 out. 2019.

também diz que Adélio seria filiado ao PDT Mineiro, sem citar de onde esta informação foi tirada.

Além disso, o texto fere o inciso I do artigo 12 do Código de Ética dos Jornalistas[30], porque não segue o preceito de procurar todos os envolvidos, já que o PDT está envolvido, mas não existe resposta do partido em relação a associação ao nome de Adélio.

Conforme a análise do Nível da Manifestação, a foto de Adélio foi inserida ao lado esquerdo do texto. É a primeira coisa que o leitor verá, já que a leitura de um texto no ocidente é da esquerda para a direita (DAMASCENO, 2013, p. 30).

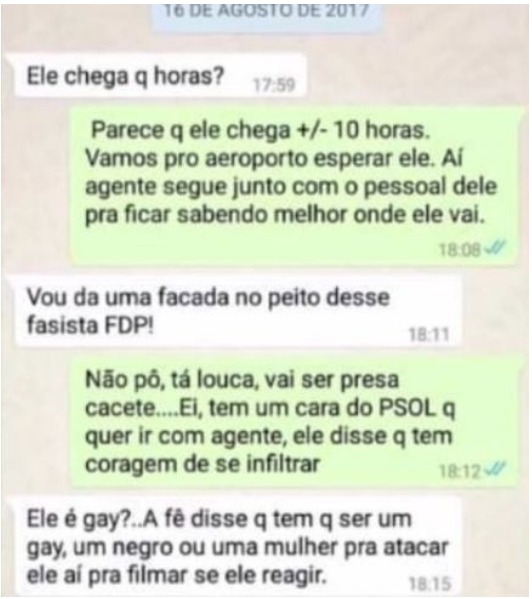
Apesar de estar sem legenda, é possível saber que a foto não é de Bolsonaro, já que ele é um figura muito conhecida desde a campanha. Além do mais, ele também não pode ser da Polícia Federal por não estar uniformizado, então é possível pressupor que este é Adélio, mesmo sem qualquer indicação.

Ao caracterizar a *fake news* na editoria Mundo, logo acima do título e da retranca, o Destinador dá um peso maior ao acontecimento, porque que afetaria o cenário internacional. O restante do texto não possui recursos encontrados no jornalismo digital como fotos, hiperlinks, áudios ou até mesmo vídeos. O texto também é curto, possuindo apenas dois parágrafos e duas linhas soltas.

---

[30] FEDERAÇÃO Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas.** 2007. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf Acesso em: 20 abr 2019.

Figura 3 - Captura de tela do WhatsApp



Fonte: Agência Lupa (2018).

O Nível Fundamental demonstra nesta captura de tela que existem dois destinadores, porque são duas pessoas em diálogo representadas pelo balão verde e pelo balão branco. Apesar de serem dois, o objetivo é o mesmo: matar alguém, e pelo contexto é possível presumir que seria Bolsonaro. Os Destinadores ainda possuem o valor eufórico com o termo /assassinato/ e o valor disfórico da /sobrevivência/.

Dentro do Nível Narrativo é apresentado que os Destinadores tem um objeto de valor em comum: assassinar Jair Bolsonaro. Contudo, os objetos modais são diferentes. A pessoa por trás do balão branco gostaria de esfaqueá-lo por conta própria, enquanto a pessoa do balão verde pretende que outro indivíduo execute o plano feito pelos dois.

Quando a pessoa do balão verde convence o outro que um terceiro cidadão pode fazê-lo, ele utiliza a manipulação. O tipo utilizado é a intimidação porque ele impõe uma consequência negativa, a prisão, caso o indivíduo do balão branco resolva seguir com a ideia de esfaquear o Bolsonaro. Ao citar que existe uma terceira pessoa envolvida, o indivíduo do balão verde dá o saber necessário à pessoa do balão branco para que tome a decisão. Portanto, é finalizado aqui o estágio da competência. A performance acontece no momento em que o indivíduo do balão branco sai do estado de querer matar Jair Bolsonaro com as próprias mãos

para o estado de deixar outra pessoa fazer isso por ela. A sanção ocorre assim que a pessoa do balão branco se interessa em saber as características do novo agressor.

No Nível Discursivo, tanto o balão verde como o balão branco possuem marcas do “eu” dentro do texto. Frases como “Vou da uma facada [...]” e “Aí agente segue junto” colocam os sujeitos dentro do próprio texto. Isto torna o texto pessoal.

A partir dos temas e figuras são descobertos detalhes do texto. O tema principal é planejamento do crime e é figurativizado através da confirmação do horário que Bolsonaro iria chegar, quem iria cometer o crime e como.

Outra coisa que os temas e as figuras ajudam a desvendar é o gênero da pessoa do balão branco. Ela pode ser entendida como uma mulher, porque o indivíduo do balão verde utiliza a flexão no gênero feminino na palavra “louca” para se referir a ela dentro da conversa, ou seja, a pessoa do balão branco é figurativizada como mulher a partir desta adjetivação.

Bolsonaro não é citado explicitamente no texto, mas supõe-se que ele seja a tematização do “facista FDP”, pela circunstância de se estar circulando o texto durante o dia da facada e alguns o classificam como facista[31]. Já Adélio é figurativizado como a pessoa que teria “coragem de se infiltrar” para esfaquear Bolsonaro. Também há o desejo de figurativizá-lo de acordo com as características de minorias políticas como mulheres, negros e gays, conforme o último balão branco. Assim é possível associar estes grupos a criminosos.

Este texto não possui efeitos de verdade. Ele traz detalhes como o partido que Adélio estaria envolvido, mas não diz de onde essa informação veio. Também não possui aspas, e tem adjetivação no texto. É um texto subjetivo em toda sua extensão por conta do grau de informalidade e a aparição do “eu” no discurso.

O Nível da Manifestação auxilia a análise ao apontar que a diferenciação dos balões a partir das cores ajuda a entender que o texto faz parte de um diálogo dentro do WhatsApp. Há também os erros ortográficos e gramaticais que indicam uma

---

[31] PITA, Antonio. “Bolsonaro é um dos populistas mais próximos do fascismo que já vi”. **El País.** Madri, 30 jun. 2019, Cultura. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/27/cultura/1561664077_032428.html> Acesso em: 30 out. 2019.

conversa informal que poderia ter acontecido com qualquer tipo de pessoa e torna mais crível de ser uma conversa no WhatsApp e não uma montagem.

Entretanto, é preciso ter atenção, pois logo antes da conversa iniciar tem um balão azul que indica que a conversa é de 16 de agosto de 2017, e a campanha eleitoral só começou um ano depois, em 16 de agosto de 2018[32], ou seja, não haveria como os interlocutores desta conversa saberem quando e onde Jair Bolsonaro estaria, se ele nem era candidato na data da conversa. Sendo assim, é possível compreender que a conversa é uma montagem.

Figura 4 - Postagem do Blog do Cleuber Carlos

Fonte: página do Blog do Cleuber Carlos (2019)

[32] CONFIRA as principais datas do calendário eleitoral das Eleições Gerais de 2018. **TSE**. Nacional, 18 dez. 2018. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2017/Dezembro/confira-as-principais-datas-do-calendario-eleitoral-das-eleicoes-gerais-de-2018> Acesso em 8 out. 2019.

Sob a perspectiva do Nível Fundamental, o primeiro parágrafo do texto encontrado no Blog do Cleuber Carlos é muito semelhante ao primeiro parágrafo contido no site FolhaMax (figura 2). A diferença entre um texto e outro é que na FolhaMax é dito que Adélio é filiado ao PDT mineiro e aqui é ao PT. Também associa o criminoso à campanha de Dilma Rousseff ao Senado, algo que Silas Malafaia fez em sua conta pessoal do Twitter (figura 1). Dito isso, o texto aglutina os valores positivos e negativos destes dois discursos.

No primeiro parágrafo, os valores embutidos no discurso são /prisão/ de maneira eufórica e /liberdade/ de modo disfórico. Já no restante do discurso existe a dicotomia do /bem/ e do /mal/, sendo /bem/ um valor eufórico e /mal/ um valor disfórico.

No Nível Narrativo, pela semelhança com o texto da FolhaMax, o texto do Blog do Cleuber Carlos também começa pela sanção da narrativa, com Adélio sendo preso pelo esfaqueamento do Bolsonaro. Nos primeiros dois parágrafos, novamente, Adélio possui dois objetos de valor, de acordo com o discurso. O primeiro deles é assassinar o Bolsonaro. O segundo é continuar livre após o atentado. Ele entra em disjunção com os dois objetos de valor, porque Bolsonaro sai vivo do primeiro ato e Adélio é preso no segundo.

A partir do terceiro parágrafo, o texto do Blog do Cleuber Carlos se assemelha mais ao de Silas Malafaia. Ele exerce a competência quando dá ao leitor as informações para o leitor acredite que Adélio estaria filiado ao PT no momento do esfaqueamento e que estaria trabalhando na campanha de Dilma. Assim, o Destinador do blog entra na fase de manipulação, porque intimida o leitor em relação ao PT, por associar o partido a um criminoso. Segundo este texto, a consequência negativa de se votar no PT é que o eleitor estaria colaborando com um assassino.

No Nível Discursivo, há ausência das características de um discurso que embutem o “eu” no texto. O Blog do Cleuber Carlos segue o caminho da impessoalidade dentro do texto, de maneira que o deixe mais sério e formal.

Nos dois primeiros parágrafos o tema do discurso é crime. Ele é representado pelas figuras de Adélio, tematizado como criminoso, a facada e a vítima, Bolsonaro. A Polícia Federal é a figura que recobre o tema justiça dentro do texto, porque ela prende o autor do crime. Também são atribuídas outras características que tornam

Adélio mais real, como a formação em Pedagogia pela Universidade Federal de Viçosa.

A partir do terceiro parágrafo, o tema principal passa a ser inimigo, porque associa Adélio ao PT e à Dilma ao mesmo tempo que repudia todos estes elementos ao colocar que ele “foi preso em flagrante!”. A escolha da palavra flagrante certifica que Adélio cometeu o crime e que não existem dúvidas, já que ele foi preso na hora.

O texto contém efeitos de verdade como a impessoalidade, mas ao mesmo tempo não tem qualquer comprovação do que é dito, seja por documentos ou por falas de fontes confiáveis. Ao citar que Adélio fez uma universidade pública importante, a fala ganha outro peso, mas é uma informação descontextualizada e sem indicação de fonte.

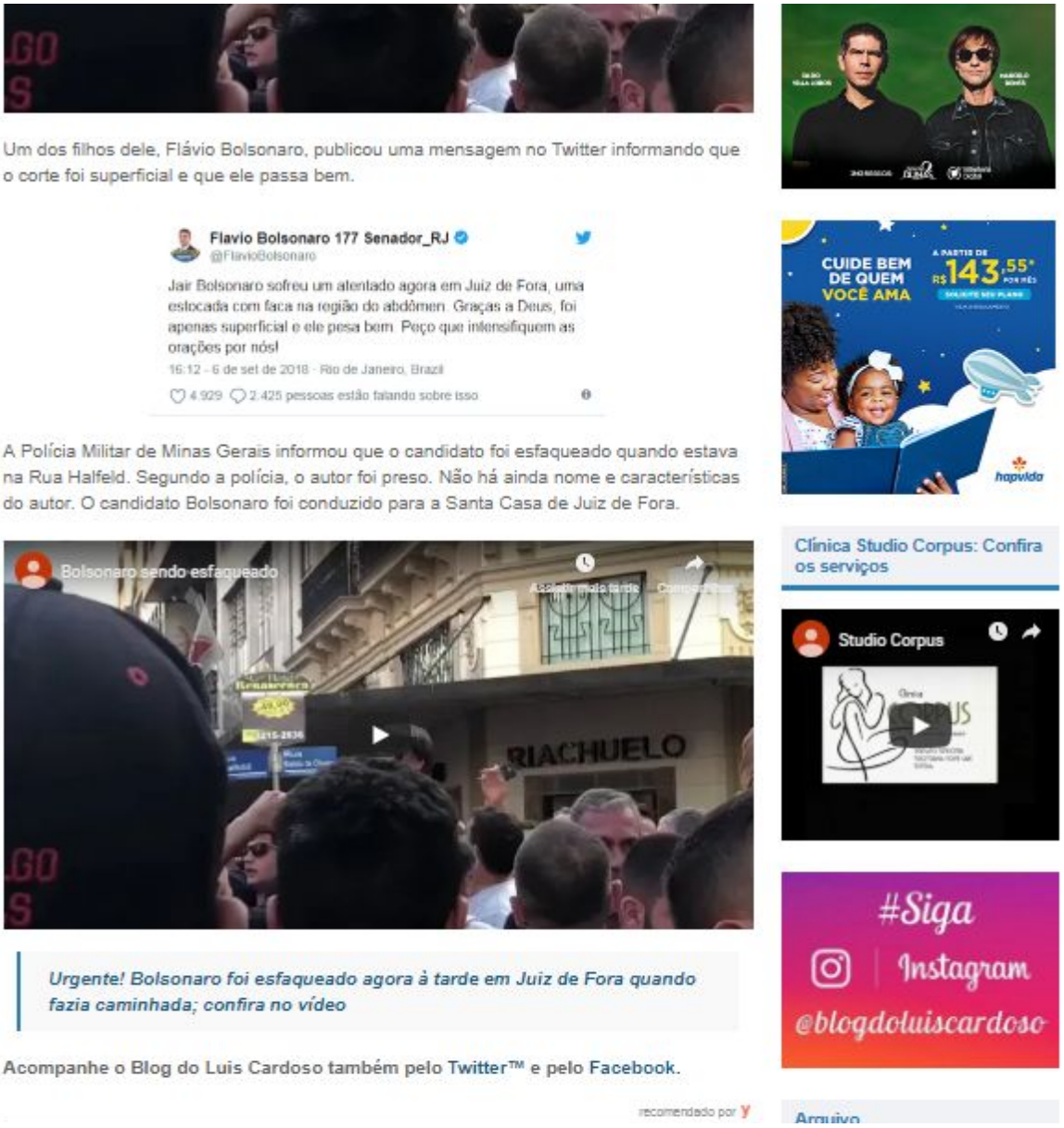
O texto também não segue o artigo 9 do Código de Ética dos Jornalistas que fala sobre a presunção da inocência[33], porque associa diretamente Adélio ao PT e à campanha da Dilma em Minas Gerais. Também não são ouvidos todos os lados, previsto no inciso I do artigo 12, já que não existe resposta do PT nem da ex-presidente durante o texto, nem uma explicação dizendo se eles preferiram se manifestar ou não.

No Nível da Manifestação, o texto não possui qualquer recurso tecnológico como fotos, vídeos, áudios, infográficos, entre outros. Também não tem retranca, editoria ou qualquer tipo de segmentação sobre o assunto apresentado. O verbo do título do texto está conjugado no passado e a frase o usa a voz passiva, ao contrário do que acontece em uma notícia, que utiliza verbos no presente e voz ativa, principalmente em títulos. Ainda, o primeiro parágrafo é o único com quatro linhas, o restante são frases soltas e sem qualquer tipo de conectivo entre elas.

---

[33] FEDERAÇÃO Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas.** 2007. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf Acesso em: 20 abr 2019.

Figura 5 - Preso suspeito de tentar matar Bolsonaro, por Luís Cardoso



Fonte: página do blog Luís Cardoso (2019).

A análise do Nível Fundamental traz os valores opostos embutidos neste texto: /vida/ e /morte/, já que o foco é no fato de que Bolsonaro havia sido esfaqueado e os detalhes sobre o estado de saúde dele, como o tuíte do filho falando que o pai estava bem e pedindo orações. Aqui, vida possui um valor eufórico e morte é disfórico.

Já no Nível Narrativo o objeto de valor tanto de Jair quanto do filho dele e atual senador, Flávio Bolsonaro, é que Jair sobreviva ao atentado por meio dos objetos modais medicina e orações. Tal qual outras *fake news* já analisadas nesta pesquisa, esta também já apresenta a sanção logo no início do texto, com a

validação de que todas as transformações desta narrativa já ocorreram: Adélio foi preso, Bolsonaro foi esfaqueado e está hospitalizado. A performance aparece no vídeo em que mostra o momento da facada que Adélio dá em Bolsonaro.

O texto entra em contradição ao dizer no final que ainda não foi divulgado o nome e as características do suspeito sendo que logo no início já é visto o rosto e o nome de Adélio. Então a fase competência não se concretiza em relação ao leitor pelas informações contraditórias.

Ao entrar na manipulação, o texto tenta induzir o leitor a achar que Adélio é do PDT de Minas tal qual a *fake news* da figura 2 (FolhaMax). Igual às outras *fake news*, o Blog do Luís Cardoso utiliza a intimidação para manipular o leitor ao associar Adélio com o PDT de Minas, a fim de colocar o medo de votar em criminosos ao votar neste determinado partido.

Assim como a maior parte do *corpus* apresentado durante a análise do Nível Discursivo, esta *fake news* apresenta o afastamento do Destinador do discurso que ele propõe. A técnica traz importância ao texto, tornando-o mais objetivo.

Logo no primeiro parágrafo, o tema que aparece é crime e é coberto pela figura “matar”. Adélio como membro do PDT de Minas figurativiza o tema criminoso. Em seguida, o texto passa para o estado de saúde de Jair que vem por meio das figuras “não corre risco de morte” e “o corte foi superficial”. Pode ser tematizado como saudável.

Dentre os outros textos, este é único que utiliza a fala de alguém de fora, a captura de tela do tuíte de Flávio, para dar credibilidade ao que é dito. Além deste recurso, como efeito de verdade, também tem os detalhes do acontecido como o exato local que o atentado ocorreu e para que hospital Bolsonaro foi levado após o incidente. O texto também traz vídeos do momento do ocorrido.

Por meio do nível da Manifestação, é possível observar que de todas as *fake news* encontradas, esta é a que mais tem elementos, porque além de foto e texto possui vídeo e captura de tela do Twitter de Flávio. Apesar da foto não ter legenda, é possível saber que é Adélio, porque ela vem na sequência do primeiro parágrafo. Depois é contextualizado o vídeo. Nele é apresentado o momento em que Bolsonaro é golpeado por Adélio com a faca. Posteriormente o tuíte de Flávio para representar

a fala de uma fonte dentro da reportagem e, por fim, ter o primeiro vídeo repetido ao concluirr o texto, reforçando a mensagem.

Figura 6 - Bolsonaro é esfaqueado durante ato de campanha, por Estado de S. Paulo

A4 | SEXTA-FEIRA, 7 DE SETEMBRO DE 2018 — O ESTADO DE S. PAULO

Política

ESTADÃO VERIFICA
Receba algum boato pelo WhatsApp? Envie para o Estadão Verifica
(11) 99263.7900

COLUNA DO ESTADÃO

Após ataque, PF vai rever segurança de candidatos

Após o ataque a Jair Bolsonaro, a Polícia Federal vai rever os protocolos de segurança dos candidatos ao Planalto. A determinação é que quem não atender às determinações tenha a segurança suspensa. O governo diz que candidatos, entre eles o próprio Bolsonaro, foram alertados várias vezes pelos agentes da PF de que não podem se jogar nos braços dos eleitores. Eles acatam a ordem alguns dias, mas logo voltam a agir como antes. No evento em que Bolsonaro foi esfaqueado, dez policiais federais e cerca de 45 policiais militares faziam a segurança.

» **Sonho.** O ideal seria o candidato ficar a uma distância do eleitor, como ocorre na campanha americana, mas uma fonte no governo diz que isso é impossível no Brasil. Um experiente delegado resume: fazer a segurança de candidato e do papa é o que tem de mais complexo, todos querem tocar nas pessoas.

» **É mais que isso.** Delegados compararam a atuação do autor do ataque a Jair Bolsonaro à de um lobo solitário, terrorista que age sozinho, no momento e no local que julgar conveniente. Isso para explicar que reforçar a segurança por si só não adianta nada.

» **Reforçado.** Bolsonaro é o candidato que tem o maior número de agentes da PF na sua segurança. A deflagração leva em conta análise de risco. Cinco dos 13 presidenciáveis já solicitaram o apoio. Além dele, Ciro Gomes, Geraldo Alckmin, Marina Silva e Alvaro Dias.

» **Força total.** A PF destaca equipes de alto nível para acompanhar os candidatos. É o mesmo esquema usado para fazer a segurança dos chefes de Estado que vieram ao Brasil na Olimpíada.

» **Mais um.** Se for transferido para o Sírio-Libanês, Bolsonaro terá os cuidados do médico Roberto Kalil. Amigos em comum já haviam sugerido que o candidato procurasse Kalil para fazer exames de rotina, o que não ocorreu. Kalil é médico de Temer, Lula, Dilma...

» **À hora do ataque.** O ataque a Bolsonaro provocou uma mudança na estratégia da campanha do tucano Geraldo Alckmin. Sueni os atacques e entra o discurso de que o Brasil precisa de um pacificador, alguém que não estimule o ódio.

» **Que dia!** Um Hércules C-130 da Força Aérea com 45 pessoas a bordo teve uma "anormalidade nos instrumentos" e fez um pouso de emergência no início da noite de ontem. O avião, que saía de BSB a caminho de Manaus, sobrevoou teve que pousar em Anápolis, cidade próxima à capital.

» **Não, queria.** A presidente do PT, Gleisi Hoffmann, tentou fazer o ato da troca de Lula por Haddad em Curitiba, seu reduto eleitoral, para capitalizar politicamente. O "golpe" foi percebido e vetado por seus colegas de PT. O ato será em SP.

» **CLICK. Mantenedoras de ensino superior vão debater com representantes dos presidenciáveis propostas para educação. O PT foi o único que não indicou nome.**

» **Pos e amor.** Depois da pesquisa Ibope/Estadão mostrar Ciro Gomes com 12% das intenções de votos, um aliado disse que o foco é trabalhar para manter o crescimento consistente "sem nenhuma bolha explosiva" que venha a atrapalhar o desempenho.

» **Youtuber.** O presidente Michel Temer gostou do resultado e da repercussão dos vídeos que gravou rebatendo ataques da campanha de Geraldo Alckmin. Pretende gravar novos, semana que vem, fazendo balanço do seu governo. Aliados teleforaram para elogiar.

COM MARIA TRINGADE E JULIANA BRAGA

» **SINAIS PARTICULARES. DE VICE:** Eduardo Jorge (PV), vice de Marina Silva (Rede)

PRONTO, FALE!

Fábio Ramalho
Coordenador da bancada de Minas Gerais na Câmara (MDB)

"O atentado mostra que não se deve armar ninguém. É importante desarmar a população", *sobre o presidenciável Jair Bolsonaro ter sido esfaqueado em MG.*

Eleições 2018 Violência

Atentado. Equipe médica que operou o presidenciável do PSL classifica seu estado de saúde como 'grave, mas estável'; para analistas, episódio pode mudar os rumos da eleição

Bolsonaro é esfaqueado durante ato de campanha

O candidato do PSL à Presidência, Jair Bolsonaro foi esfaqueado na tarde de ontem quando participava de uma agenda de campanha em Juiz de Fora (MG). Líder nas pesquisas de intenção de votos, Bolsonaro era carregado na região central da cidade quando foi golpeado na altura do abdômen por seu agressor, identificado como Adélio Bispo de Oliveira, de 40 anos, que foi preso. O presidenciável sofreu o atentado por volta das 15h40. Após ser socorrido, ele deu entrada na Santa Casa do município e foi submetido a uma cirurgia. Segundo os médicos, seu quadro de saúde era "grave, mas estável". O candidato sofreu um único golpe de faca que perfurou em três partes o intestino delgado, provocando traumatismo abdominal e hemorragia interna.

O fato deixou mais imprevisível a eleição deste ano, acrescentando nova variável na disputa pelo Planalto, segundo analistas ouvidos pelo **Estado**. O atentado seria capaz de mudar os rumos da corrida eleitoral restando menos de um mês para o primeiro turno. Ontem mesmo, algumas campanhas começaram a rever estratégias, entre elas a tática de ataques ao candidato do PSL. A expectativa no momento é sobre a força do tempo de TV no horário eleitoral e a capacidade de transferência de votos do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, cuja candidatura pelo PT foi barrada pela Justiça Eleitoral. A dúvida agora possa ser quanto ao tempo de recuperação física de Bolsonaro. Conforme a equipe médica, o tempo mínimo de internação a que ele estará submetido é de uma semana.

Atentado. Bolsonaro é socorrido por agentes federais e apoiadores após ser esfaqueado na região central de Juiz de Fora

Agressor estava no meio da multidão

Constança Rezende
ENVIADA ESPECIAL | JUIZ DE FORA

Carregado nos ombros por simpatizantes, Jair Bolsonaro (PSL) participava de uma caminhada pelas ruas do centro de Juiz de Fora (MG) quando foi esfaqueado por Adélio Bispo de Oliveira – no momento do ataque, ele vestia uma camisa amarela com os dizeres "Meu Partido é o Brasil", com uma silhueta que lembra o escudo da Confederação Brasileira de Futebol (CBF).

Bolsonaro cumpria agenda em um dos principais endereços da cidade, no calçadão da Rua Halfeld, local exclusivo para pedestres. O candidato seguia o script de suas agendas de rua: caminhadas no meio dos apoiadores, selfies e interação com crianças e adolescentes simulando armas com as mãos.

Em meio à multidão, Adélio Bispo de Oliveira saca a faca e rapidamente atinge o presidenciável. Com uma expressão de surpresa e dor, Bolsonaro se inclinou para trás e foi amparado.

Algumas pessoas, inicialmente, não perceberam o que aconteceu. Mas policiais federais socorreram o candidato. Um deles cobriu o ferimento com um pano na tentativa de estancar a hemorragia. Bolsonaro foi rapidamente levado para o carro que o transportava, que logo seguiu para a Santa Casa de Misericórdia, o hospital mais próximo. O veículo saiu em alta velocidade. O segurança que o havia amparado ficou com a mão toda ensanguentada.

Quando os apoiadores do candidato se deram conta do que havia acontecido, tentaram linchar o agressor. 'Mata, mata, mata', gritaram. Oliveira foi cercado e levou socos e pontapés. Ele precisou ser abrigado em uma loja do calçadão.

A Polícia Militar chegou ao local com dificuldade e precisou usar gás de pimenta para dispersar a multidão e para proteger Oliveira. Houve empurra-empurra e pessoas foram jogadas no chão durante a confusão. A PM não acompanhou o ato do candidato até então – Bolsonaro era escoltado pela Polícia Federal e estava cercado por seguranças voluntários.

'A mando de Deus'. Oliveira, segundo os policiais militares que o prenderam, afirmou que planejou o ataque contra Bolsonaro. De acordo com o Boletim de Ocorrência (BO), ele disse que saiu de casa com a faca para atacar o candidato do PSL "no melhor momento que encontrasse". O ataque, segundo ele, se deu "por motivos pessoais" que os policiais "não entenderiam". Disse ainda, conforme o BO, que fez tudo "a mando de Deus".

A Polícia Civil de Minas informou que um "provável" segundo suspeito de participação no atentado contra Bolsonaro em Juiz de Fora foi detido. O suspeito, que não teve a identificação revelada, foi encaminhado à Polícia Federal em Juiz de Fora.

A espera de notícias sobre o estado de saúde de Bolsonaro, apoiadores do candidato se concentraram na portada Santa Casa de Misericórdia da cidade e assim que souberam que estava na unidade. Muitos usavam camisas pretas com a imagem do presidenciável e carregavam bandeiras do Brasil. LEONARDO AUGUSTO, ESPECIAL PARA O ESTADO

ATAQUE

● O candidato do PSL à Presidência, Jair Bolsonaro, foi esfaqueado nesta quinta-feira, 6, durante ato de campanha em Juiz de Fora (MG)

Hora a hora

10h30 Agenda começa no Parfal de Juiz de Fora

11h Visita ao hospital Nantrópica da Associação Feminina de Prevenção e Combate ao Câncer de Juiz de Fora

12h30 Almoço com empresários

15h30 Caminhada no Parque Halfeld e no Calçadão da Rua Halfeld. **Bolsonaro é esfaqueado na região do abdômen** durante caminhada no parque e é levado para o hospital

15h40 Bolsonaro dá entrada na Santa Casa de Misericórdia de Juiz de Fora, segundo informação do hospital

17h33 A Santa Casa de Misericórdia de Juiz de Fora informa que o candidato ainda está no centro cirúrgico. "Jair Bolsonaro deu entrada no hospital com uma lesão por material perfurocortante na região do abdômen. Ele foi atendido na urgência, passou por um exame de ultrassonografia e agora está no centro cirúrgico", diz boletim

Onde foi

Belo Horizonte — Juiz de Fora — SP

CENTRO — Local do ataque — PARQUE HALFELD — Rua Halfeld — Rua Batista de Oliveira — GRANBERY — Santa Casa de Juiz de Fora

O agressor

Adélio Bispo de Oliveira, 40 anos

Natural de Montes Claros (MG). Foi filiado ao PSOL, entre maio de 2007 e dezembro de 2017. Foi preso em flagrante após ter atacado Bolsonaro com uma faca

NA WEB
Galeria. Como foi o ataque ao candidato do PSL.
estadao.com.br/es/ataquecontrae

Fonte: Acervo do jornal Estado de S. Paulo (2019).

A partir do Nível Fundamental, o primeiro parágrafo da reportagem *Bolsonaro é esfaqueado durante ato de campanha* apresenta os dois termos opostos que pregam a essência deste trecho que são /vida/ e /morte/. Isto porque o foco é o atentado que Jair Bolsonaro sofreu e no estado de saúde dele que foi citado como “grave, mas estável”. Neste caso, /vida/ tem um valor positivo dentro do texto, portanto é um termo eufórico e morte é disfórico.

No segundo parágrafo, o assunto principal muda e se torna a corrida presidencial. Os termos deste parágrafo são /estabilidade/ e /instabilidade/, já que as eleições possuíam certa previsibilidade antes do acontecimento e depois dele, não. /Estabilidade/ aqui tem um valor eufórico e a /instabilidade/ um valor disfórico.

Logo abaixo, o assunto tem um desdobramento em outra matéria chamada de *Agressor estava no meio da multidão.* Nela, o atentado ganha profundidade com detalhes do ocorrido. Jair Bolsonaro sofre a ação de Adélio. Aqui os termos são /assassinato/ e /sobrevivência/. Dentro deste contexto e na perspectiva de Adélio, /assassinato/ era um termo eufórico, e a /sobrevivência/ era um termo disfórico, porque o objetivo dele era matar o candidato e isto denota a loucura do ato. Em relação ao Bolsonaro, /assassinato/ é um termo disfórico e /sobrevivência/ é um termo eufórico.

Entretanto, os valores também se invertem a partir do quinto parágrafo. A multidão, ao perceber o ocorrido, tentou linchar Adélio e foram impedidos pelos seguranças que estavam em volta. Neste momento, para Adélio /sobrevivência/ seria um valor eufórico e /assassinato/ disfórico, já que o movimento se virou contra ele.

De acordo com a interpretação do Nível Narrativo, existem vários sujeitos dentro do texto. O primeiro deles é Adélio que tem por objeto de valor assassinar o Bolsonaro. Com a tentativa frustrada, ele entra em disjunção com este objeto de valor. Por outro lado, Bolsonaro tinha como objeto de valor sobreviver e entrou em conjunção com ele.

Aqui, a fase da sanção é dada logo nas primeiras linhas em que é feita a confirmação de que todas as transformações já ocorreram. O estado de saúde de Bolsonaro é explicado e também falam como foi a prisão de Adélio. As transformações operadas são, no caso de Bolsonaro, saída do estado de uma

pessoa com saúde para uma pessoa hospitalizada. No caso de Adélio é de uma pessoa livre e inocente para uma pessoa presa e suspeita.

Ainda neste texto, não é colocado nenhum tipo comum de manipulação (tentação, intimidação, sedução e provocação), mas existe um uso muito forte da competência para ajudar o eleitor a compreender a informação. Por exemplo, no final do primeiro parágrafo, o Destinador afirma que o estado de saúde de Bolsonaro é estável, mas grave, e assim ele explica todo o processo fisiológico do esfaqueamento a fim de aprofundar o eleitor nesta questão para que ele entenda a gravidade da situação do candidato. Assim como também é resumido o panorama da disputa presidencial a partir desse fato.

A partir do segundo parágrafo da primeira notícia, *Bolsonaro é esfaqueado durante ato de campanha,* aparece outro objeto de valor de Bolsonaro: vencer as eleições e se tornar presidente do país. No momento em que a notícia saiu, não era possível saber se ele havia entrado em conjunção com este objeto ou não, mas depois do segundo turno, ele entrou em conjunção com este objeto, por meio do objeto modal que era o voto e confiança de seus eleitores.

Na notícia que complementa a primeira, *Agressor estava no meio da multidão,* Bolsonaro expõe, mais uma vez, o objeto de valor ganhar a eleição por meio do voto dos eleitores.

Logo em seguida, são apresentados os elementos que contam o que ocorreu após do atentado. Depois do episódio, os apoiadores do candidato tentaram linchar Adélio. O objeto de valor dos manifestantes era o assassinato dele, com o objeto modal de linchamento. Ele saiu do estado de culpado para vítima, ou seja, houve uma transformação, a concretização da performance. O objeto de valor de Adélio muda de assassinato para sobrevivência. Ele entra em conjunção com o novo objeto de valor quando a Polícia Federal intervém, mas cai em disjunção com a liberdade, porque ele é preso por seus atos na sequência.

O Destinador também busca dar o saber, a competência, ao leitor sobre a situação da campanha e de Adélio. Segundo a reportagem, os apoiadores influenciam uns aos outros a matarem Adélio por meio das ordens “Mata, mata”. Aqui é utilizada a tentação. Para os manifestantes, matar um homem que feriu outro teria alguma consequência positiva e, por isso, eles incentivam uns aos outros a

cometer este ato. Muito disso é influenciado pelo próprio Bolsonaro que disse diversas vezes que “bandido bom é bandido morto” e uma boa parte da população brasileira concorda com esta afirmação[34].

No Nível Discursivo é apresentada a falta do “eu” no discurso do Destinador nas duas matérias da página. No texto são sempre apontadas outras pessoas, mas não aquela que escreve. Quando se fala sobre o próprio Estado de S. Paulo no final da segunda matéria, também é usada a terceira pessoa do singular, o que reforça o comprometimento com a impessoalidade.

Na primeira matéria, o temas que surgem são crime e mudança. Crime, porque é revestido por figuras que demonstram o esfaqueamento e o encadeamento destes fatos. O tema mudança aparece, pois o texto traz para revestí-lo a campanha dos outros candidatos, a imprevisibilidade no cenário das eleições.

Na outra notícia, Bolsonaro pode ser tematizado como herói, já que estava sendo “carregado nos ombros por simpatizantes” antes de ser esfaqueado. Além disso, ele brincava com crianças, tirava fotos com os apoiadores e simulava armas com as mãos para interagir com as pessoas, demonstrando simpatia com o eleitorado. Por sua vez Adélio pode ser tematizado como vilão por ter ferido o “herói” do início da narrativa. Isto é fortalecido quando os indivíduos ao redor percebem o que aconteceu e tentam punir Adélio por ter esfaqueado Bolsonaro.

Aqui os efeitos de verdade aparecem com os detalhes do esfaqueamento, como horário que aconteceu, como estava o lugar, o estado de saúde do candidato e o contexto das eleições a partir deste momento. Também há citações dos apoiadores de Bolsonaro como na frase “Mata! Mata!”. Adélio é ouvido sobre suas motivações, o que respeita o Artigo 9 do Código de Ética dos Jornalistas[35].

A partir do Nível da Manifestação são demonstrados uma série de ferramentas visuais para complementar o texto. A primeira matéria possui uma foto que preenche metade do espaço reservado para todo o conjunto. A legenda que

---

[34] JARDIM, Lauro. Ibope: 50% dos brasileiros acham que 'bandido bom é bandido morto'. **O Globo.** Brasil, 4 mar. 2018. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/ibope-50-dos-brasileiros-acham-que-bandido-bom-e-bandido-morto.html> Acesso em 22 out. 2019.

[35] FEDERAÇÃO Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas.** 2007. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf Acesso em: 20 abr 2019.

acompanha esta imagem explica que no momento em que a foto foi tirada, Bolsonaro estava sendo socorrido após o atentado. Nas feições dele é possível ver a expressão de dor. As pessoas ao redor demonstram preocupação.

A segunda matéria possui uma outra foto mostrando Adélio e uma legenda informando que ele já havia sido filiado ao PSOL, mas no momento do esfaqueamento ele não era mais membro do partido. Para dar espaço às motivações de Adélio, o jornal utiliza uma retranca destacando a fala dele “a mando de Deus”.

A matéria ainda conta com um infográfico bem no meio das colunas de texto. Nele é explicado o trajeto com a ajuda de um mapa e das ações de Bolsonaro hora a hora naquele dia. O horário da facada está em vermelho para destacar dos demais momentos, já que ali foi o acontecimento chave do dia. Além disso, a notícia abrange um link no final para quem quiser acessar mais informações sobre o caso na Internet.

Figura 7 - Bolsonaro é atacado a faca e operado de emergência; rivais condenam atentado, por Folha de S. Paulo

A4 SEXTA-FEIRA, 7 DE SETEMBRO DE 2018 FOLHA DE S.PAULO ★★★

eleições 2018

PAINEL | Daniela Lima

Sob nova eleição

O candidato, nos braços de apoiadores, trajando camisa que diz "Meu partido é o Brasil", verde e amarela, é esfaqueado, cai e sai socorrido pelo povo. Coordenadores de todas as campanhas admitem que a cena trágica protagonizada por Jair Bolsonaro (PSL) mudou a história da eleição. Ainda sob o impacto da notícia, rivais se preparam para uma forte onda de comoção. Depois, vão tentar redirecionar o debate. O atentado, dizem, só reforça que esta deve ser uma campanha contra a violência.

IDEIA FIXA A preocupação de Bolsonaro com segurança era constante. Desde janeiro deste ano ele fazia algumas atividades com colete a prova de balas, armado e sempre com seguranças. Carro, só blindado. Nos últimos meses, começou dizer a aliados que temia um atentado.

IDEIA FIXA 2 A tese de que poderia ser abatido por um desafeto político era, inclusive, um dos motivos que o presidenciável citava para andar de avião de carreira. Ele dizia que tinha medo de ser vítima de uma emboscada em aeronave particular.

NOS MÍNIMOS DETALHES Bolsonaro evitava, inclusive, consumir água e alimentos cuja a procedência não conhecesse.

EMOÇÃO À PARTE Mesmo atordoados, aliados do candidato reconhecem que, politicamente, a tragédia pode catapultá-lo na disputa presidencial. Em grupos de apoio ao presidenciável, simpatizantes chegaram a dizer que o ataque facilitaria o PSL para uma vitória no primeiro turno.

TEMPO AO TEMPO A velocidade da recuperação do candidato, que chegou em estado grave ao hospital, vai obrigar a campanha a rever sua estratégia.

DIA APÓS O OUTRO Rivais de Bolsonaro preveem um reflexo rápido do atentado nas pesquisas de intenção de votos. Admitem que haverá comoção num primeiro momento, mas dizem que, passado o impacto inicial, será possível reposicionar o debate na linha "violência gera violência".

SEMPRE ELA A cúpula do PT orientou integrantes do partido e deu ordem de que só fossem feitas manifestações de solidariedade a Bolsonaro. A primeira reação da ex-presidente Dilma Rousseff foi criticada. "Quando se planta ódio, colhe tempestade", ela disse.

A QUE PONTO CHEGAMOS O ataque deixou perplexos integrantes dos três Poderes. O presidente Michel Temer reiterou o assunto a aliados com preocupação. No Supremo, um ministro resumiu o clima: "Estamos todos chocados".

A QUE PONTO CHEGAMOS 2 Os magistrados lembraram do atentado a tiros à caravana de Lula, antes da campanha, e lamentaram "os radicais que estão por toda parte".

PANOS QUENTES Publicamente, a cúpula do Judiciário não quer particularizar o atentado. Há temor de que, com o acirramento da disputa, conflitos entre militantes se tornem frequentes na campanha.

EPÍLOGO A maior aposta para reverter a inelegibilidade de Lula foi sepultada nesta quinta (6), admitem dirigentes do PT. O ministro Celso de Mello rejeitou o principal recurso do petista ao STF. A direção do partido deve ter uma conversa nesta sexta (7) para encaminhar a substituição por Fernando Haddad (PT).

ÚLTIMO ATO A defesa do petista ainda vai tentar uma derradeira — e improvável — carta. Se o TSE encaminhar o recurso extraordinário de Lula ao STF no domingo (9), dizem, a falha formal apontada por Celso de Mello estará sanada e será possível reapresentar pedido para que o petista participe da eleição.

RIR... O presidente do Banco do Brasil, Paulo Caffarelli, anunciou a liberação de participação nos lucros da estatal a funcionários de forma inusitada. Postou na rede interna a foto de um pedaço de papel escrito a caneta: "Pode contar com a PLR antes do feriado".

... É O REMÉDIO Ele concluiu: "É sensual e esse bilete" e assinou o texto errando a grafia do próprio nome, emulando meme que fez sucesso nas redes.

TIROTEIO

"A hora é de cada um fazer do Brasil o seu amigo nº 1, e de si mesmo apenas o nº 2. O país merece tal inversão de prioridade

Do ex-presidente do STF Carlos Ayres Britto, sobre o atentado ao candidato a presidente e líder nas pesquisas eleitorais, Jair Bolsonaro

com Thais Arbex e Julia Chaib

ACERVO FOLHA | Há 50 anos 7.set.1968

Governo estuda gratuidade para os mais pobres no ensino superior

O secretário-geral do Ipea (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), João Paulo dos Reis Veloso, que integra o Conselho Federal de Educação, disse que o governo estuda para o próximo ano a gratuidade para alunos de baixa renda no ensino superior.

"A universidade será gratuita para alunos de renda familiar inferior a 15 salários mínimos", disse o secretário. O salário mínimo é de NCr$ 129,60 (equivalente hoje a R$ 1,058).

O governo prevê ainda financiar bolsas para alunos com renda entre 15 e 35 salários mínimos — os beneficiados reembolsarão a União após a formatura, com possibilidade de pagamento a longo prazo.

FOLHA DE S.PAULO

INGRESSO PRONTO PARA REGISTRO

LEIA MAIS EM acervo.folha.com.br

Bolsonaro é atacado a faca e operado de emergência; rivais condenam atentado

Após cirurgia em MG, candidato diz que nunca fez mal a ninguém; autor declara ter agido por motivos pessoais e em nome de Deus

Jair Bolsonaro (PSL) participa de evento em Juiz de Fora (MG)

O candidato era carregado por apoiadores quando foi atingido por um homem com uma faca

No detalhe, a arma que atingiu o presidenciável

Bolsonaro é carregado e levado para a Santa Casa Fotos Reprodução

HORA A HORA

10h Chega a Juiz de Fora

11h Visita a Associação Feminina de Prevenção e Combate ao Câncer

12h12 Almoço com empresários em hotel

14h30 Segue para ato de campanha na r. Halfeld

15h Chega ao parque Halfeld, em frente à Câmara Municipal

15h40 É atingido por uma facada e segue para o hospital

16h12 Flávio Bolsonaro culta que o pai sofreu atentado: "Graças a Deus, foi apenas superficial"

18h04 Flávio diz que ferimento foi grave e que o pai chegou ao hospital "quase morto", após perder muito sangue

19h30 Em vídeo, Bolsonaro fala pela primeira vez e diz que nunca fez mal a ninguém

SÃO PAULO Líder nas intenções de voto no cenário mais provável da corrida presidencial, Jair Bolsonaro (PSL) foi vítima de uma facada na região abdominal durante campanha em Juiz de Fora (MG). Levado para o hospital, foi submetido a uma cirurgia de emergência.

Segundo boletim médico, Bolsonaro, 63, sofreu lesões na veia mesentérica superior, no intestino grosso e no delgado. Ainda de acordo com os médicos, a hemorragia decorrente das lesões foi controlada na cirurgia e o candidato foi encaminhado à UTI. Sua condição era estável. Especialistas estimam o prazo de recuperação entre três e quatro semanas.

Em vídeo divulgado na madrugada desta sexta (7), um Bolsonaro com a voz fragilizada após a cirurgia agradeceu a médicos e familiares e lamentou não estar presente no desfile do Sete de Setembro. "Nunca fiz mal a ninguém", disse.

O autor do atentado é Adélio Bispo de Oliveira, 40, que foi preso no ato. Ex-filiado ao PSOL, disse que agiu por motivos pessoais e em nome de Deus, segundo a polícia.

Local onde Jair Bolsonaro foi agredido

Santa Casa de Misericórdia de Juiz de Fora

O atentado, o primeiro contra um candidato presidencial em período democrático, recebeu imediata condenação de autoridades e adversários de Bolsonaro na corrida para o Planalto — mesmo por parte de seus opositores mais ferrenhos.

Michel Temer afirmou que o ato é "lamentável para democracia". Aliados de Bolsonaro prometeram reação. "Agora é guerra", disse o presidente do PSL, Gustavo Bebianno. O vice Antônio Hamilton Mourão disse que o candidato sairá do episódio maior do que entrou.

A Polícia Federal, que já havia alertado o candidato sobre sua exposição excessiva durante atos de campanha, deverá reforçar a segurança para candidatos. Em reunião, o Alto Comando do Exército avaliou que é alto o risco de haver recrudescimento da violência política.

Leia mais nas págs. A6 a A10

Fonte: Acervo do jornal Folha de S. Paulo (2019).

Assim como no Estado de S. Paulo, dentro do Nível Fundamental, a matéria *Bolsonaro é atacado a faca e operado de emergência; rivais condenam o atentado* da Folha de S. Paulo dá enfoque primeiro à saúde do Jair Bolsonaro e depois para outro assunto, a repercussão do atentado. Portanto, os termos que são chave para os três primeiros parágrafos são /vida/ e /morte/, sendo /vida/ um valor positivo e /morte/ um valor negativo dentro do discurso.

Nos últimos parágrafos do texto, o foco muda para a reverberação do ocorrido. Para os aliados, o atentado pode ser utilizado como estratégia eleitoral. Segundo o candidato a vice-presidência de Bolsonaro, Hamilton Mourão, e o presidente do PSL na época, Gustavo Bebianno, o atentado é uma forma de reforçar a imagem de Bolsonaro, então os valores embutidos no discurso de ambos é /força/ e /fraqueza/.

Na primeira metade do texto, a partir da análise do Nível Narrativo, é evidenciado que o objeto de valor de Bolsonaro é sobreviver ao atentado através do objeto modal cirurgias e repouso. Ele entra em conjunção quando apresenta a melhora após o episódio. Neste trecho, o Destinador do texto já começa o processo da competência, porque ele explica ao leitor como foi a lesão de Bolsonaro, onde ela está localizada e qual o estado de saúde do candidato. Deste modo, o Destinador ajuda o leitor a compreender a situação.

Em seguida, Adélio aparece brevemente no texto e o objeto de valor dele aqui muda para obedecer “em nome de Deus” e o objeto modal dele é o assassinato de Bolsonaro. Ele entra em disjunção graças a dimensão polêmica abrangida na narrativa.

A partir da segunda metade, o texto traz o ponto de vista de outros colegas de Bolsonaro, Mourão e Bebianno, e o objeto modal deles após a facada é o fortalecimento da figura de Bolsonaro para assim atingir o objeto de valor: vencer a corrida presidencial. Para conseguir tornar a facada em um objeto modal, eles exercem a manipulação da sedução convencer o leitor de que o Bolsonaro é quem deve ganhar. Eles atribuem ao candidato força por passar por essa situação.

Nesta ocasião é utilizada a manipulação de sedução, em que eles colocam características positivas em Bolsonaro, como por exemplo a força. Isso é

comprovado com a fala de Mourão: “o candidato sairá maior do episódio do que entrou”.

Já a sanção ocorre em mais de um momento no texto. No início já aparece a sanção de Bolsonaro que sofreu a transformação de um estado de boa saúde para um estado de fragilizado e machucado. Em um segundo momento, também é dada a sanção de Adélio que sai do estado de livre para preso. Na sequência, também existe uma transformação do estado da campanha. Gustavo Bebbiano afirma que após o atentado, a campanha entrará no modo de guerra, ou seja, é possível pressupor que antes era uma disputa pacífica na visão dele.

Durante o texto, a inexistência do “eu” é verificada por meio do Nível Discursivo. Em nenhum momento o jornal toma o discurso como próprio, utilizando sempre a terceira pessoa do singular para dar o tom de uma leitura objetiva e com credibilidade.

Partindo para os temas e figuras, o tema saúde e o tema crime surgem mesclados no texto. Ao mesmo tempo que se figurativiza saúde ao falar das lesões de Bolsonaro, crime é figurativizado através da descrição do incidente.

Por fim, a Folha de S. Paulo emprega os efeitos de verdade dentro do texto a partir do uso de aspas do presidente da época Michel Temer, Mourão e Bebianno. Também cita o boletim médico que é a fonte das informações sobre a saúde do Bolsonaro e a polícia que fala sobre as motivações de Adélio. Além disso, a facada é contextualizada como o único atentado ocorrido a um candidato a presidência da República em período democrático, dando profundidade ao texto.

Esta matéria ainda apresenta diversos elementos que podem ser avaliados pelo viés do Nível da Manifestação. Nela, é utilizado o recurso de mostrar foto a foto o momento da facada, já que não é possível usar o vídeo em um jornal impresso. Na terceira foto, a faca é circulada de vermelho para que o leitor tome atenção ao detalhe. As legendas que seguem as fotos costuram o momento de mudança entre Bolsonaro fazendo a campanha e indo ao hospital.

Ao lado direito das fotos há uma descrição de hora em hora do que o candidato fez no dia até ser esfaqueado, o que complementa as informações das fotos. No meio do texto, tal qual o Estado de S. Paulo, a Folha de S. Paulo usou um

mapa para mostrar visualmente o trajeto entre o ponto que Bolsonaro foi atacado e onde ele foi atendido.

4 CONCLUSÃO

As *fake news* começaram a chamar atenção na política nos últimos três anos por causa do presidente dos Estados Unidos Donald Trump. Mas o tema, além de não ser recente, também preocupa outras categorias. É um problema que afeta a vida das pessoas tanto de maneira pessoal como profissional. Um exemplo é o médico Maurici Tavares, citado na introdução desta pesquisa. A *fake news* afeta a imagem dele profissionalmente e ainda faz um desserviço para a comunidade médica.

Levando em consideração que a definição de *fake news* ainda não é muito clara no meio acadêmico, o primeiro capítulo foi dedicado a explicar a diferença entre a *fake news* e a notícia. Foram apontados os critérios de credibilidade dentro de um jornal, o Código de Ética dos Jornalistas, como funciona o jornalismo digital e como as pessoas veem o jornalismo na Internet. Foi explicitado que as *fake news* não aplicam os critérios jornalísticos citados dentro dos textos.

Também foi mostrado que o jornalismo digital tem um longo caminho a percorrer para obter boa reputação com os leitores. Até mesmo os grandes e tradicionais jornais precisam conquistar a confiança dos usuários do ambiente digital, já que a Pesquisa Brasileira de Mídia indicou a tendência de consumidores de notícias verificarem o que leram na Internet em outras mídias, como jornal e televisão por exemplo.

Entretanto, foi evidenciado por Ferrari que, ao contrário do que indica a Pesquisa, parte do problema enfrentado pelo jornalismo vem do próprio leitor que muitas vezes não quer pagar e muito menos procurar pela notícia. Para as *fake news* isso é uma vantagem, porque o leitor as recebe dos líderes de opinião que estão a sua volta, como familiares e amigos, e são gratuitas, ou seja, não há busca ativa pela informação e não se paga por ela, facilitando todo o processo de disseminação.

Já no segundo capítulo foram feitas as análises de cinco fake news e duas notícias relacionadas ao esfaqueamento de Jair Bolsonaro. Com o uso da semiótica francesa foi possível adentrar em todas as camadas do discurso, da mais superficial

até a mais profunda. Além do texto, foi analisada a forma como a informação era colocada, seja por fotos, infográficos ou legendas.

Dentro da análise, foi possível perceber que as notícias são muito mais complexas que as *fake news,* até pela própria quantidade de informação que é buscada pelo repórter dentro de um jornal. As *fake news* acabam sendo textos simples, com teor muito superficial, enquanto a notícia tem mais riqueza de detalhes, mais fontes e recursos de imagem.

Cada *fake news* utilizava um apelo diferente para tentar convencer o leitor de que aquilo era verdade. Os textos de Malafaia e do WhatsApp foram mais agressivos e informais, enquanto os da FolhaMax, o Blog do Cleuber Carlos e o Blog do Luís Cardoso são mais brandos e tentam imitar de maneira mais concreta as técnicas empregadas no jornalismo.

Apesar disso, a maioria das *fake news* só constrói o texto de maneira impessoal, como efeito de verdade. Outras ferramentas da objetividade como aspas, legendas e fontes de informação não costumam aparecer nos textos. Elas também não apresentam o contexto político e como os outros candidatos reagiram ao fato, diferente da abordagem dos jornais, que recorreram a todos estes recursos para desenvolver a narrativa.

O Blog do Luís Cardoso ainda usa os efeitos de verdade com mais eficiência que as outras fake news, porque coloca Flávio Bolsonaro como fonte dentro do texto por meio de um tuíte, o que faz com que o blog ganhe mais credibilidade perante seus leitores, já que ele imita de maneira mais eficiente os jornais tradicionais em comparação às demais *fake news*. Entretanto, o blog entra em contradição no final do texto ao dizer que a polícia ainda não havia informado nome nem características do suspeito.

O FolhaMax, o Blog do Cleuber Carlos e o Blog do Luís Cardoso iniciam o discurso com a sanção para assim copiar o estilo de lide jornalístico, que aparece nas notícias da Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo. Sendo assim, a sequência canônica do Nível Narrativo não é seguida por nenhuma das duas categorias. A sequência canônica é o que organiza a narrativa, mas não precisa necessariamente ser seguida à risca para funcionar.

Apesar de algumas tentarem reproduzir a ideia de um jornalismo sério e outras não, todas as *fake news* deixam as ideologias mais explícitas que os jornais. O tema inimigo apareceu em mais de uma delas, porque todas tentavam atacar algum partido de esquerda como Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), Partido Democrático Trabalhista (PDT) e Partido dos Trabalhadores (PT) ao associá-los a Adélio. O ponto central destes textos era justamente transformar em inimigos aqueles que pensam de maneira oposta e precisam ser combatidos.

Os jornais também citavam que Adélio de Oliveira se filiou ao PSOL, porque era verdade, mas o foco do texto não era este e ficava explícito que no momento da facada Adélio não estava associado a nenhum partido político.

Todos os textos, tanto *fake news* quanto notícias, se assemelham por serem mais figurativos para tentar mimetizar a realidade para os leitores.

Por isso, a hipótese principal foi confirmada apenas parcialmente, porque nem todas as *fake news* utilizam os efeitos de verdade para manipular o leitor a acreditar nelas. Contudo, as *fake news* acabam apelando para o lado emocional das pessoas, aplicando o tema “inimigo” como foi dito anteriormente neste trabalho.

Desta forma a hipótese secundária foi confirmada, porque como dito por Barros anteriormente, as pessoas só são manipuladas quando têm valores semelhantes aos dos Destinadores do discurso. Apesar disso, esta hipótese pode ser pesquisada por outras áreas do conhecimento que estudam o comportamento humano de maneira individual ou coletiva como a psicologia, a sociologia e a antropologia, por exemplo.

Ainda foi possível constatar que as *fake news* utilizam uma fórmula para serem bem-sucedidas. Elas são feitas de textos curtos e rápidos de ler e usam as características da internet para se disseminarem como o uso da cultura de nicho e a democratização da produção de informação. Nela, aparelhos de uso pessoal como *smartphones* e computadores pessoais são colocados para produzir conteúdo amador e específico para uma parcela pequena da população, que procura por um conteúdo cada vez mais personalizado de acordo com seus interesses.

Em seguida, as *fake news* são difundidas e atingem pessoas consideradas líderes de opinião dentro dos grupos sociais. Os líderes de opinião, por se interessarem e demonstrarem algum tipo de conhecimento sobre o assunto, acabam

convencendo as outras pessoas dos seus círculos sociais a acreditarem que aquilo que foi enviado é verdade.

E a partir deste momento, o discurso faz a sua parte. As *fake news* aplicam elementos que chocam a população por sua maneira de chamar a atenção do leitor. Além disso, as *fake news*, sobretudo aquelas ligadas à política, procuram apontar um inimigo que precisa ser atacado. Um exemplo já citado nesta pesquisa é a *fake news* que vincula o PT ao tráfico de drogas por conta das ilustrações do ex-presidente Lula dentro do pacote.

Ainda, as *fake news* mimetizam a verdade ao se basearem em fatos e distorcendo os detalhes da narrativa. Das *fake news* analisadas, todas aproveitaram a notícia de que o candidato Jair Bolsonaro havia sido esfaqueado por Adélio. Entretanto, elas mentem no detalhe de que ele estaria filiado a algum partido político no momento em que o atentado aconteceu.

Elas também se beneficiam muito do medo dos indivíduos. Em todas as *fake news* a narrativa é feita de forma que as pessoas sintam receio de votar em PT, PDT e PSOL. Outras *fake news* mencionadas nesta pesquisa, como o uso da fenilpropanolamina em remédios, também utilizam o medo das pessoas para a difusão mais eficaz da mensagem. Ou seja, todas apelam para o lado emocional da população para que sejam compartilhadas entre mais pessoas.

Sendo assim, com todos estes elementos apresentados nesta pesquisa, é possível entender como as *fake news* funcionam e, deste modo, é possível criar mecanismos mais eficientes para que o jornalismo possa combatê-las.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria semiótica do texto.** 4ª ed. São Paulo: Ática, 2008.

BERELSON, Bernard; GAUDET, Hazel; LAZARSFELD, Paul F. **The People's Choice:** how the voter makes up his mind in a presidential campaign. Columbia University: New York, 1948. Disponível em: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.276929/page/n31>. Acesso em 30 set. 2019 (em inglês).

BOLSONARO é atacado a faca e operado de emergência. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 7 set. 2018, Eleições 2018. A4.Disponível em: <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=48441&anchor=6098676&origem=busca&_mather=431d883abf4fa890&pd=18a5c4c8e75b6c2d9bb4061751dd117e> Acesso em: 20 out. 2019.

BOLSONARO é esfaqueado durante ato de campanha. **Estado de S. Paulo.** Juiz de Fora, 7 set. 2018, Eleições 2018. A4. Disponível em: <https://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20180907-45615-nac-4-pol-a4-not> Acesso em: 20 out. 2019.

BUCCCI, Eugênio. **Somente o jornalismo profissional pode combater as fake news**. São Paulo: Rádio USP. 2018. 1 transmissão de rádio. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/somente-o-jornalismo-profissional-pode-combater-as-fake-news/> Acesso em 21 mar 2019.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em rede.** 8ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

DAMASCENO, Patrícia Lopes. Design de Jornais: projeto gráfico, diagramação e seus elementos. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação.** Rio Grande do Sul, 2013. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/damasceno-patricia-2013-design-jornais.pdf> Acesso em: 30 out. 2019.

FAKE NEWS In: Collins English Dictionary. 2019. Disponível em: <https://www.collinsdictionary.com/pt/dictionary/english/fake-news> Acesso em 21 mar 2019 (em inglês).

FAKE NEWS. In: Oxford Advanced Learner's Dictionary. 2019. Disponível em: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news> Acesso em: 2 mai 2019 (em inglês).

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital.** 4ª ed. São Paulo: Contexto, 2014.

FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação:** as categorias de pessoa, espaço e tempo. Ática: São Paulo, 1996.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso.** 15ª ed. São Paulo: Contexto, 2011.

FRIAS FILHO, Otávio. O que é falso sobre fake news. **Revista USP**. São Paulo. n. 116, p. 39-44, jan-mar, 2018. Suplemento. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiI24DS3JPhAhUBD7kGHSmFDXwQFjACegQIAhAC&url=https%3A%2F%2Fwww.revistas.usp.br%2Frevusp%2Farticle%2Fdownload%2F146576%2F140222%2F&usg=AOvVaw1f7FRzl5J8eA2TNuVIts9a> Acesso em 21 mar 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LAGE, Nilson. **A estrutura da notícia.** 6ª ed. São Paulo: Ática, 2006.

_____. **Linguagem jornalística.** 8ª ed. São Paulo: Ática, 2006.

MAFFESOLI, Michel. Comunicação sem fim: a teoria pós-moderna da comunicação. **FAMECOS**. Porto Alegre. v.10, n.20, 13-20, abr. 2003. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3198> Acesso em 3 set. 2019.

MARQUES, Fábio Cardoso. **Uma reflexão sobre a espetacularização da imprensa.** In: CASTRO, Valdir José de (Org.); COELHO, Carlos Novaes Pinto (Org.). **Comunicação e sociedade do espetáculo.** São Paulo: Paulus, 2006.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo.** Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo.** 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2010.

POST-TRUTH. In: Oxford Advanced Learner's Dictionary. 2019. Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth> Acesso em: 13 mar 2019 (em inglês).

RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário essencial de comunicação.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2014.

SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Pesquisa brasileira de mídia 2016**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2016. Disponível em: http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016-1.pdf/view. Acesso em 15 set. 2019.

ANEXO A — Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, por Federação Nacional dos Jornalistas

Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros

Capítulo I - Do direito à informação

Art. 1º O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.

Art. 2º Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que:

I - a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente de sua natureza jurídica - se pública, estatal ou privada - e da linha política de seus proprietários e/ou diretores.

II - a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público;

III - a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão;

IV - a prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não-governamentais, é uma obrigação social.

V - a obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são delitos contra a sociedade, devendo ser denunciadas à comissão de ética competente, garantido o sigilo do denunciante.

Capítulo II - Da conduta profissional do jornalista

Art. 3º O exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social, estando sempre subordinado ao presente Código de Ética.

Art. 4º O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação.

Art. 5º É direito do jornalista resguardar o sigilo da fonte.

Art. 6º É dever do jornalista:

I - opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos;

II - divulgar os fatos e as informações de interesse público;

III - lutar pela liberdade de pensamento e de expressão;

IV - defender o livre exercício da profissão;

V - valorizar, honrar e dignificar a profissão;

VI - não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha;

VII - combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercidas com o objetivo de controlar a informação;

VIII - respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão;

IX - respeitar o direito autoral e intelectual do jornalista em todas as suas formas;

X - defender os princípios constitucionais e legais, base do estado democrático de direito;

XI - defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, dos adolescentes, das mulheres, dos idosos, dos negros e das minorias;

XII - respeitar as entidades representativas e democráticas da categoria;

XIII - denunciar as práticas de assédio moral no trabalho às autoridades e, quando for o caso, à comissão de ética competente;

XIV - combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza.

Art. 7º O jornalista não pode:

I - aceitar ou oferecer trabalho remunerado em desacordo com o piso salarial, a carga horária legal ou tabela fixada por sua entidade de classe, nem contribuir ativa ou passivamente para a precarização das condições de trabalho;

II - submeter-se a diretrizes contrárias à precisa apuração dos acontecimentos e à correta divulgação da informação;

III - impedir a manifestação de opiniões divergentes ou o livre debate de idéias;

IV - expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência, ou quaisquer outros sinais;

V - usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime;

VI - realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organizações públicas, privadas ou não-governamentais, da qual seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário, nem utilizar o referido veículo para defender os interesses dessas instituições ou de autoridades a elas relacionadas;

VII - permitir o exercício da profissão por pessoas não-habilitadas;

VIII - assumir a responsabilidade por publicações, imagens e textos de cuja produção não tenha participado;

IX - valer-se da condição de jornalista para obter vantagens pessoais.

Capítulo III - Da responsabilidade profissional do jornalista

Art. 8º O jornalista é responsável por toda a informação que divulga, desde que seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros, caso em que a responsabilidade pela alteração será de seu autor.

Art 9º A presunção de inocência é um dos fundamentos da atividade jornalística.

Art. 10. A opinião manifestada em meios de informação deve ser exercida com responsabilidade.

Art. 11. O jornalista não pode divulgar informações:

I - visando o interesse pessoal ou buscando vantagem econômica;

II - de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes;

III - obtidas de maneira inadequada, por exemplo, com o uso de identidades falsas, câmeras escondidas ou microfones ocultos, salvo em casos de incontestável interesse público e quando esgotadas todas as outras possibilidades de apuração;

Art. 12. O jornalista deve:

I - ressalvadas as especificidades da assessoria de imprensa, ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística, principalmente aquelas que são objeto de acusações não suficientemente demonstradas ou verificadas;

II - buscar provas que fundamentem as informações de interesse público;

III - tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar;

IV - informar claramente à sociedade quando suas matérias tiverem caráter publicitário ou decorrerem de patrocínios ou promoções;

V - rejeitar alterações nas imagens captadas que deturpem a realidade, sempre informando ao público o eventual uso de recursos de fotomontagem, edição de imagem, reconstituição de áudio ou quaisquer outras manipulações;

VI - promover a retificação das informações que se revelem falsas ou inexatas e defender o direito de resposta às pessoas ou organizações envolvidas ou mencionadas em matérias de sua autoria ou por cuja publicação foi o responsável;

VII - defender a soberania nacional em seus aspectos político, econômico, social e cultural;

VIII - preservar a língua e a cultura do Brasil, respeitando a diversidade e as identidades culturais;

IX - manter relações de respeito e solidariedade no ambiente de trabalho;

X - prestar solidariedade aos colegas que sofrem perseguição ou agressão em conseqüência de sua atividade profissional.

Capítulo IV - Das relações profissionais

Art. 13. A cláusula de consciência é um direito do jornalista, podendo o profissional se recusar a executar quaisquer tarefas em desacordo com os princípios deste Código de Ética ou que agridam as suas convicções.

Parágrafo único. Esta disposição não pode ser usada como argumento, motivo ou desculpa para que o jornalista deixe de ouvir pessoas com opiniões divergentes das suas.

Art. 14. O jornalista não deve:

I - acumular funções jornalísticas ou obrigar outro profissional a fazê-lo, quando isso implicar substituição ou supressão de cargos na mesma empresa. Quando, por razões justificadas, vier a exercer mais de uma função na mesma empresa, o jornalista deve receber a remuneração correspondente ao trabalho extra;

II - ameaçar, intimidar ou praticar assédio moral e/ou sexual contra outro profissional, devendo denunciar tais práticas à comissão de ética competente;

III - criar empecilho à legítima e democrática organização da categoria.

Capítulo V - Da aplicação do Código de Ética e disposições finais

Art. 15. As transgressões ao presente Código de Ética serão apuradas, apreciadas e julgadas pelas comissões de ética dos sindicatos e, em segunda instância, pela Comissão Nacional de Ética.

§ 1º As referidas comissões serão constituídas por cinco membros.

§ 2º As comissões de ética são órgãos independentes, eleitas por voto direto, secreto e universal dos jornalistas. Serão escolhidas junto com as direções dos sindicatos e da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), respectivamente. Terão mandatos coincidentes, porém serão votadas em processo separado e não possuirão vínculo com os cargos daquelas diretorias.

§ 3º A Comissão Nacional de Ética será responsável pela elaboração de seu regimento interno e, ouvidos os sindicatos, do regimento interno das comissões de ética dos sindicatos.

Art. 16. Compete à Comissão Nacional de Ética:

I - julgar, em segunda e última instância, os recursos contra decisões de competência das comissões de ética dos sindicatos;

II - tomar iniciativa referente a questões de âmbito nacional que firam a ética jornalística;

III - fazer denúncias públicas sobre casos de desrespeito aos princípios deste Código;

IV - receber representação de competência da primeira instância quando ali houver incompatibilidade ou impedimento legal e em casos especiais definidos no Regimento Interno;

V - processar e julgar, originariamente, denúncias de transgressão ao Código de Ética cometidas por jornalistas integrantes da diretoria e do Conselho Fiscal da FENAJ, da Comissão Nacional de Ética e das comissões de ética dos sindicatos;

VI - recomendar à diretoria da FENAJ o encaminhamento ao Ministério Público dos casos em que a violação ao Código de Ética também possa configurar crime, contravenção ou dano à categoria ou à coletividade.

Art. 17. Os jornalistas que descumprirem o presente Código de Ética estão sujeitos às penalidades de observação, advertência, suspensão e exclusão do quadro social do sindicato e à publicação da decisão da comissão de ética em veículo de ampla circulação.

Parágrafo único - Os não-filiados aos sindicatos de jornalistas estão sujeitos às penalidades de observação, advertência, impedimento temporário e impedimento definitivo de ingresso no quadro social do sindicato e à publicação da decisão da comissão de ética em veículo de ampla circulação.

Art. 18. O exercício da representação de modo abusivo, temerário, de má-fé, com notória intenção de prejudicar o representado, sujeita o autor à advertência pública e às punições previstas neste Código, sem prejuízo da remessa do caso ao Ministério Público.

Art. 19. Qualquer modificação neste Código só poderá ser feita em congresso nacional de jornalistas mediante proposta subscrita por, no mínimo, dez delegações representantes de sindicatos de jornalistas.

Vitória, 04 de agosto de 2007.

Federação Nacional dos Jornalistas

ANEXO 4
JORNALISMO

Autorização para divulgação do Trabalho Acadêmico no Catálogo On-Line da Biblioteca Dr. Milton Soldani Afonso e permissão de cópia.

Eu, Izabel Galdino Nunes, abaixo identificado (a) como autor (a), autorizo a biblioteca da Universidade Santo Amaro a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação abaixo discriminada, de minha autoria, em seu site ou portal, em formato PDF, para fins de leitura e / ou impressão, a partir da data de hoje. Igualmente está autorizada a divulgação do mesmo no catálogo on-line da Biblioteca Dr. Milton Soldani Afonso, além de cópias para fins acadêmicos.

Título da publicação: Análise semiótica discursiva das estratégias argumentativas das fake news envolvendo o candidato à presidência da República Jair Bolsonaro

Dados do autor(a): Izabel Galdino Nunes

Nome do aluno(a): Izabel Galdino Nunes

Curso: Jornalismo

Identidade: 36.539.960-7

Data: 12/12/2019

Assinatura:

ANEXO 5

JORNALISMO

Autorização para utilização de voz (Rádio / Vídeo / Mídias Digitais)

Eu, Izabel Galdino Nunes, portador da cédula de identidade RG Nº 36.539.960-7 e CPF Nº 367.114.778-47, autorizo, prévia e expressamente, a utilização de minha voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para a Universidade Santo Amaro (UNISA), sem qualquer custo, por tempo indeterminado, desde que para utilização em Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC), em consultas acadêmicas e reproduções, sem fins lucrativos, inclusive por outras emissoras, canais de televisão e demais veículos de comunicação que respeitem a finalidade desta autorização. Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, _____ de _____ de _____.

_____

Cedente

Assinaturas das Testemunhas:

_____

_____

ANEXO 6
JORNALISMO
Termo de Compromisso de Cessão de Direitos de Participação Individual

Pelo presente instrumento particular, Izabel Galdino Nunes RG. 36.539.960-7, CPF. 367.114.778-47, na qualidade de CEDENTE, cede à UNISA - Universidade Santo Amaro, inscrito no CNPJ.: 18.301.267/0004-27, com sede nesta Capital, na Rua: Isabel Shimidt, 349, Santo Amaro, São Paulo, na qualidade de CESSIONÁRIO, os direitos de publicação, exibição pública e / ou privada, de sua participação individual, compreendendo imagem, voz, nome em artes e obra, nas gravações, reproduções em vídeo, transmissões ao vivo e pré-gravadas por televisão (Canal Universitário de São Paulo), gravados, editados ou concebidos para atividades acadêmicas, para avaliação ou não, e nas obras delas derivadas do qual é participante, podendo ser veiculado não só por ocasião do evento acima especificado, mas também, de circuito interno, inclusive em eventos abertos ou fechados, de natureza acadêmica. A presente cessão é outorgada em caráter definitivo, irretratável e irrevogável, para uso irrestrito dos programas da referida série, sendo certo que o (a) CEDENTE abre mão de toda e qualquer remuneração pelo uso da citada obra, a título de participação individual, ficando o CESSIONÁRIO expressamente autorizado pelo CEDENTE a reproduzir o programa acima especificado, não tendo o CEDENTE, também nesta hipótese, nada a receber, pedir, ou reclamar, oferecendo, para tal, desde já, plena e rasa quitação, ficando todo o produto auferido, integral e exclusivamente, a favor e de propriedade do CESSIONÁRIO. Pela presente cessão as partes, inclusive por seus eventuais sucessores, de maneira recíproca, de forma irretratável e irrevogável, em face do todo supra avençado, oferecem a mais ampla e geral quitação, nada tendo a pedir ou reclamar, seja a que título for, inclusive no que diz respeito ao direito de imagem ou eventual pleito de dano moral ou material.

São Paulo, 12 de dezembro de 2019.

_____

Cedente