

Fake news sobre saúde: uma análise das marcas linguísticas na notícia “Banana com vírus HIV”

*Fake news on health: an
analysis of linguistic marks in
the news “Banana with HIV
virus”*

Anaildo Pereira da SILVA (UFMA)
anaildo16@gmail.com

Girlane Cardoso da SILVA (UNISINOS)
gislaynnesilva@hotmail.com

Recebido em: 30 de jan. de 2021.
Aceito em: 09 de jun. de 2021.

SILVA, Anaildo Pereira da; SILVA, Girlane Cardoso da. Fake news sobre saúde: uma análise das marcas linguísticas na notícia “Banana com vírus HIV”. *Entrepalavras*, Fortaleza, v. 11, n. 3, e2259, p. 482-501, set.-dez./2021. DOI: 10.22168/2237-6321-32259.

Resumo: No presente trabalho fazemos uma reflexão sobre *fake news* no âmbito digital, mais especificamente, sobre a notícia “Banana com vírus HIV”, que foi compartilhada na rede social *Facebook* e que repercutiu na *internet*. O objetivo deste estudo consiste em analisar as categorias dos Modos de Organização do Discurso presentes na notícia “Banana com vírus HIV”. Mais especificamente: identificar as categorias do Modo de Discurso na notícia e averiguar o Modo de Organização do Discurso. Para tanto, temos a seguinte questão norteadora: como os Modos de Organização do Discurso do gênero *post fake* corroboram para a interpelação direta do interlocutor? Para responder a essa indagação, arrolamos as reflexões de Charaudeau (2006, 2013, 2014) e de Paveau (2013, 2015) para abordarmos as notícias falsas do ponto de vista discursivo. No tocante à onda de desinformação em ascensão no ecossistema digital, recorreremos a Levy (2016), Primo (2012) e Barrera (2019). Como procedimento metodológico, utilizamos a pesquisa bibliográfica atrelada ao método qualitativo para analisar o *corpus*. Por fim, concluímos que a ausência do Modo de Organização do Discurso (descritivo) é um fator crucial

para que o sujeito-alvo (interlocutor/leitor) ponha em xeque a veracidade da notícia veiculada, uma vez que estarão ausentes as fontes que a embasam, evitando assim, que compartilhem *fake news* em mídias sociais digitais como *Facebook*, principalmente no que tange à saúde coletiva.

Palavras-chave: Discurso. Fake news. Facebook.

Abstract: In this paper, we reflect on fake news in the digital realm, more specifically, on the news “Banana with HIV virus”, which has been shared on the social network *Facebook* and had repercussions on the Internet. The objective of this study is to analyze the categories of the Discourse Organization Modes present in the news “Banana with HIV virus”. More specifically: to identify the categories of the Discourse Mode in the news; and investigate the Discourse Organization Mode. For this, we have the following guiding question: how do the Discourse Organization Modes of the genre fake post corroborate for the direct interpellation of the interlocutor? In order to answer this question, we enlist the reflections of Charaudeau (2006, 2013, 2014) and Paveau (2013, 2015) to address the fake news from a discursive point of view. Regarding the rising wave of disinformation in the digital ecosystem, we draw to Levy (2016), Primo (2012), and Barrera (2019). As a methodological procedure, we used bibliographic research coupled with the qualitative method to analyze the *corpus*. Finally, we concluded that the absence of the Discourse Organization Mode (descriptive) is a crucial factor for the target subject (interlocutor/reader) to question the veracity of the conveyed news, since the sources that support it will be absent, thus preventing them from sharing fake news in digital social medias such as *Facebook*, especially regarding the collective health.

Keywords: Discourse. Fake news. Facebook.

Introdução

Nos últimos cinco anos, as redes sociais têm consistido em um espaço de circulação de informações falsas com extrema disputa de sentidos, motivados especialmente pelo contexto das eleições presidenciais dos Estados Unidos da América (DELMAZO; VALENTE, 2018). Esse fenômeno não se restringiu à potência norte-americana, podendo ser observado em outras localidades. Na França, em 2017, circularam notícias falsas em desprestígio à candidatura de Emmanuel Macron (IRETON; POSETTI, 2018), que, ainda assim, foi eleito presidente. No Brasil, segundo matéria divulgada pelo jornal Folha de São Paulo¹, há fortes indícios de que a vitória de Jair Bolsonaro nas eleições de 2018 tenha sido alcançada pelo forte apelo das postagens falsas contra o seu principal concorrente nas urnas, Fernando Haddad, e contra o partido político do opositor, o Partido dos Trabalhadores.

Recentemente, a questão das *fake news* despertou interesse de órgãos internacionais, como a UNESCO e o Conselho Europeu, segundo

¹ Folha de São Paulo. **Imagens de CPI indicam disparo ilegal de mensagens pelo WhatsApp na eleição.** Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/02/imagens-de-cpi-indicam-disparo-ilegal-de-mensagens-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em: 20 fev. 2020.

os quais o estudo dessas notícias permite debater como diferentes textos são produzidos nas plataformas digitais, gerando mentiras que despertam paixões, atraem audiência ou enganam.

Ainda que estimule intenso debate nos dias de hoje, as notícias falsas não parecem ser um fenômeno essencialmente contemporâneo. Segundo o Jornal *El País* (2018)², a utilização de notícias falsas na política começou muito antes das redes sociais, e a construção dessas e outras realidades era constante na Grécia Antiga. Desde a Antiguidade, a mentira política se mistura com a farsa e é uma arte tão velha quanto a sociedade, conforme assegura Veyne (2014, p. 35): “os homens não encontram a verdade, mas a constroem como constroem sua história”. Nesse sentido, a circulação desse tipo de informação promoveu graves consequências para a construção da humanidade³ e da civilização.

Considerando o cenário atual, em que novas tecnologias proporcionadas pela *Web 2.0* permitem a difusão das notícias e a potencialização do alcance informativo, este estudo pretende analisar as categorias dos Modos de Organização do Discurso presentes na notícia “Banana com vírus HIV”. Mais especificamente: identificar as categorias do Modo de Discurso na notícia e averiguar o Modo de Organização do Discurso. Diante do exposto, indagamos: como os Modos de Organização do Discurso do gênero *post fake* corroboram para a interpelação direta do interlocutor? Para responder a essa indagação, arrolamos para nosso aporte teórico as reflexões de Charaudeau (2006, 2013, 2014) e de Paveau (2013, 2015) para abordar o conceito de notícias falsas do ponto de vista discursivo. No que concerne ao conceito do Modo de Organização do Discurso, recorreremos aos estudos de Charaudeau (2014). Além disso, trazemos à baila os estudos de Levy (2016), Primo (2012) e Barrera (2019) para refletirmos sobre a onda de desinformação em ascensão no ecossistema digital, de modo especial, no trabalho jornalístico virtual.

Como procedimento metodológico, utilizamos a pesquisa bibliográfica atrelada ao método qualitativo para analisar o *corpus*, composto pela postagem “Banana com vírus HIV” (Figura 1), extraído do *Facebook* do ano de 2019. Também utilizamos a análise do texto/notícia “Bananas infectadas com AIDS foram encontradas no Brasil?”, realizada pelo *blog E-farsas*, que a classifica como *fake news*.

² https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/08/cultura/1528467298_389944.html.

³ Destituição do paraíso terrestre relatado em Gêneses 3 e 4 o diálogo entre a serpente e Eva sobre a árvore do conhecimento do bem e do mau.

A mídia social e rede social virtual *facebook*

Sabemos que a *web* vem agregando um novo delineamento na maneira das pessoas se comunicarem, seja por *smartphones*, computadores, *tablets* ou *smart watches* (relógios inteligentes). A *internet* modificou não somente os meios de comunicação, mas também a linguagem dos usuários (LEVY, 2016).

Tendo em vista o advento das novas tecnologias e consequente informatização dos mais diversos setores da sociedade contemporânea, seguramente pode-se dizer que vivemos na era digital, ou seja, um século em que todos pautam seu dia a dia na mediação tecnológica, como celulares, computadores, *internet*, etc., tendo esses aparatos tecnológicos como facilitadores de suas vidas. Nesse contexto, destacam-se as redes sociais, estruturadas e formadas dentro ou fora do ambiente da *internet*, por pessoas e organizações que se conectam a partir de interesses ou valores comuns. Podemos afirmar que as redes sociais são ecossistemas complexos e dinâmicos nos quais os sujeitos se integram, abrindo novos caminhos quanto à interação entre as pessoas, e como estas desejam ou esperam ser vistas nesse contexto digital (IRETON; POSETTI, 2018).

Como se sabe, o *Facebook* é a mídia social e rede social virtual mais acessada do mundo. Quando foi criado por Mark Zuckerber, na Universidade de Harvard, com o nome de *Facemash* e *Thefacebook*, o objetivo inicial do *website* era somente compartilhar informações com os estudantes de Harvard e outras Universidades (BARRERA, 2019). Depois da escolha definitiva do nome, essa rede social se tornou a principal ferramenta de comunicação entre pessoas e amigos que estavam distantes uns dos outros e, mais tarde, passou a ser empregada com outros objetivos, tais como exposição excessiva da vida pessoal, desabafo entre compradores e vendedores, namoro e fins educacionais (PRIMO, 2012).

Para os objetivos deste trabalho, entendemos que o *website Facebook* consiste tanto em uma mídia quanto em uma rede social: é uma mídia porque utiliza a tecnologia para tornar interativo o diálogo entre pessoas; é uma rede social porque é uma estrutura formada por pessoas que compartilham dos mesmos interesses, conectando gente por meio do ato comunicacional.

No ambiente virtual *Facebook*, deduzimos que os usuários, ao se comunicarem por encenação, exibem uma vida editada configurada por fotos (CHARAUDEAU, 2014). Além disso, o *Facebook* costuma ser

empregado pelos seus usuários como popularização de uma “vida perfeita” para produzir efeito de sentido visando a um público. Porém, essa não é a única funcionalidade do *website*. Os usuários também podem participar de grupos de acordo com suas necessidades e interesses.

No mundo das mídias, as instâncias de produção e de recepção que constituem o universo do *Facebook* consistem em “instâncias humanas, portadoras de intencionalidade e construtoras de sentido” (CHARAUDEAU, 2013, p. 242). Assim, o *Facebook* como mídia e rede social tem fabricado novas identidades e “parceiros” da comunicação na atmosfera virtual.

Fake news como distúrbio da informação, desinformação e má-informação

Recentemente, as expressões *fake news* e *fake mídia* foram utilizadas com muito afincamento para descrever e propagar informações que não têm uma fundamentação confiável. De acordo com um mapa do *Google Trends*⁴, as pessoas começaram a pesquisar o termo excessivamente no segundo semestre de 2016 (IRETON; POSETTI, 2018). Assim, nessa perspectiva, o termo pode ser considerado inadequado para explicar os problemas causados pela impureza na divulgação das notícias.

Numa situação de comunicação, entende-se que o ambiente físico no qual os elementos da informação estão, a economia de palavras e a utilização de dêiticos, por exemplo, podem limitar a designação dos objetos (CHARAUDEAU, 2014). Nesse sentido, a aproximação dos termos *fake news* e *fake mídia* vêm potencializando e fragilizando o setor de notícias como uma arma que perfura a maneira como as reportagens e notícias são transmitidas. Dessa forma, no lugar de *fake news* ou *fake mídia*, recomenda-se usar os termos “desinformação” e “má informação”.

Para Charaudeau (2006, p. 132), “a notícia é um gênero do campo midiático que se relaciona a um mesmo espaço temático, tendo um caráter de novidade, proveniente de uma determinada fonte e podendo ser diversamente tratado”. Segundo o autor, a notícia, além de informar, também busca fazer uma análise dos fatos, tendo a fonte como difusora da informação.

⁴ É uma ferramenta do *Google* que mostra os mais populares termos buscados/procurados mais recentemente por meio de gráficos.

Por esse prisma, as notícias falsas, então, podem ser consideradas produções discursivas. Para esta investigação, mobilizamos noções de Patrick Charaudeau (2014) sobre os Modos de Organização do Discurso a partir das quais determinaremos a Situação de Comunicação em relação ao ato de linguagem. Charaudeau (2014) explica que as finalidades discursivas do ato de comunicação podem ser agrupadas em: Enunciativo, Descritivo, Narrativo e Argumentativo. A seguir, apresentamos aspectos gerais sobre cada um desses Modos de Organização do Discurso.

O Modo Enunciativo tem como função de base a relação de influência (EU → TU), o ponto de vista do sujeito (EU → ELE), e a retomada do que já foi dito (ELE). Os seus princípios de organização são a posição em relação ao interlocutor, ao mundo e aos outros discursos. O Modo Enunciativo tem uma função particular na organização do discurso, além de determinar a posição do locutor em relação ao interlocutor. Esse modo apresenta três funções para estabelecer uma relação de influência entre locutor e interlocutor, que são: Alocutivo, Elocutivo e Delocutivo (CHARAUDEAU, 2014).

O Modo Descritivo é caracterizado por três formas de construção: nomear, localizar-situar e qualificar. Resumidamente, o primeiro consiste em dar existência a um sujeito e faz uso de procedimentos de identificação. O segundo diz respeito tanto ao lugar no espaço e no tempo que o sujeito ocupa quanto ao uso de procedimentos de construção objetiva do mundo. O terceiro identifica as características constitutivas do sujeito, sendo uma construção ora objetiva, ora subjetiva do mundo.

O Modo de Organização Narrativo é caracterizado por uma dupla articulação. A primeira consiste na organização da lógica narrativa, quer dizer, uma sucessão de ações segundo uma lógica que constrói a trama da história, actantes, os processos e as sequências. Em relação à segunda articulação, trata-se da organização da encenação narrativa, ou seja, a construção do universo a ser narrado (testemunha do mundo).

O Modo de Organização Argumentativo é observado de forma triangular, englobando um sujeito argumentante, uma proposta sobre o mundo e um sujeito alvo. Por essa tríade, buscam-se as possíveis verdades acerca do universo através da razão. Uma argumentação engloba um questionamento quanto à legitimidade de uma proposta, a um raciocínio em busca de uma verdade, e ao alvo da argumentação (CHARAUDEAU, 2014).

Em relação à Situação de Comunicação, Charaudeau (2014) explica que o sujeito falante (locutor) ocupa o centro de uma situação de comunicação que estabelece um espaço de troca (interação linguageira) no qual ele se põe em relação com um parceiro (interlocutor). Assim, essa relação se define de acordo com as seguintes características: físicas, identitárias dos parceiros e contratuais. No nível físico, encontramos como componentes os parceiros e o canal de transmissão. As características identitárias dos parceiros envolvem o aspecto social, socioprofissional, psicológico e aspectos relacionais. Quanto às características contratuais, temos o contrato de troca e o contrato de não troca. Em geral, o contrato de troca implica uma situação de comunicação dialogal, e o contrato de não troca implica uma situação monológica.

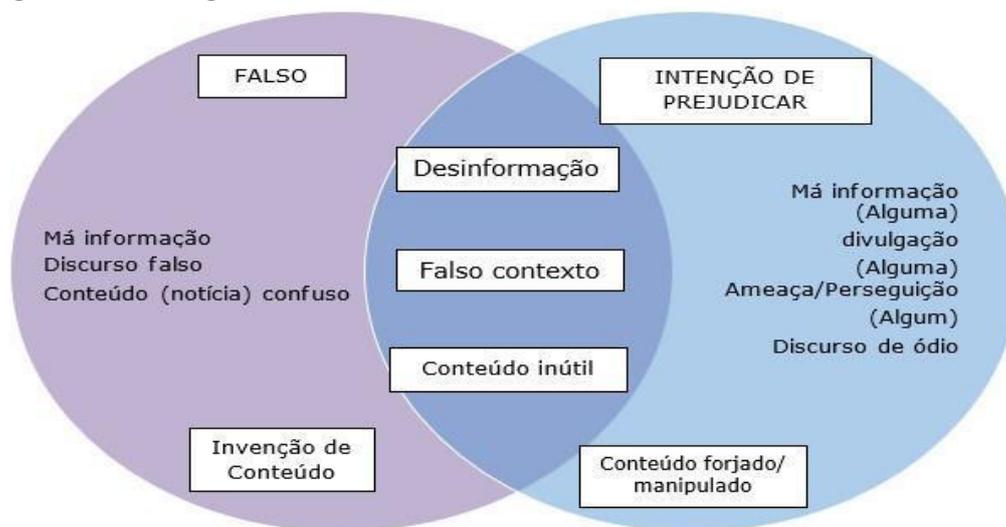
De modo geral, entendemos que essas noções sobre os Modos de Organização do Discurso preconizados por Charaudeau (2014) fornecem instrumentos para analisar a produção discursiva em ambiente digital.

Ademais, podemos considerar que os discursos produzidos em ambientes digitais como plataformas (de escritura ou de leitura social, por exemplo), redes sociais (como *Twitter* ou *Facebook*, e também outras redes menos citadas como *Linkedin*, *Youtube*, *Pinterest*) ou ferramentas (*Google Docs*, *Wikis*, *Spreadsheets*, que permitem a escrita colaborativa), modificam a forma material do texto e produzem uma relação do sujeito/interlocutor com a linguagem, cujo processo de constituição, formulação e circulação é afetado pelas condições de produção do discurso.

Outrossim, acrescentamos, mediante esse contexto, que há uma dinâmica complexa na divulgação de informação por meio de compartilhamento de postagens, pois na maioria dos casos os usuários não averiguam se a notícia é segura e se veio de uma fonte confiável. Como consequência, essa não verificação culmina em desinformação e má-informação. Fenômeno esse que pode desencadear uma *fake news* que a pessoa/usuário acredita ser verdade.

Numa tentativa de sintetizar as explicações dadas sobre esses fenômenos ligados à *fake news*, propomos a seguir (figura 1) um esquema da desorganização da informação em uma notícia que pode configurá-la como uma *fake news*. Vejamos.

Figura 1 - Desorganização de informação



Fonte: Elaborado pelos autores com base em Karlova e Fischer (2013).

Por meio da figura 1, buscamos mostrar os elementos que se fazem presentes no processo de desorganização da informação que, por sua vez, pode culminar numa *fake news*.

No primeiro círculo, à esquerda, temos a má informação correlacionada a outras duas propriedades: “falso” e “invenção de conteúdo”, as quais podemos entender como informações imprecisas que devem ser investigadas, uma vez que, “má informação” é uma informação incompleta, vaga, confusa com várias possibilidades de interpretação.

No segundo círculo, à direita, podemos observar a presença de “má informação, divulgação, ameaça/perseguição, discurso de ódio” atrelados à “intenção de prejudicar”, recorrendo assim até ao forjamento e manipulação de conteúdo.

Outrossim, a interseção entre o “falso, invenção de conteúdo” e a “intenção de prejudicar e conteúdo forjado/manipulado” culmina nos elementos que claramente testificam uma desinformação: “falso contexto”, “conteúdo inútil” e “conteúdo forjado/manipulado”, pois esses elementos enfatizados podem ser característicos de uma notícia falsa.

Sendo assim, podemos considerar que a desinformação é um propósito malicioso do usuário ao tentar convencer o destinatário. É válido acrescentar que, tanto a má informação quanto a desinformação são informes, ou seja, são construídas com a função de informar. A primeira, má informação, trata de uma informação errada; a segunda, a desinformação, é a informação passada com a intenção real de prejudicar, isto é, a pessoa que a passa sabe do seu teor inverídico, como bem ponderam Ireton e Posetti (2018).

Diante do exposto, faz-se necessário considerar as três fases da desorganização da informação: criação, produção e distribuição. Pois essas fases organizam o posicionamento do usuário, dado que ele configura o conteúdo/discurso separadamente dos produtores e disseminadores.

Avançando nessa questão, tratamos, no tópico a seguir, da transformação da indústria das notícias em face aos avanços da tecnologia digital.

A transformação da indústria de notícias: tecnologia digital, plataformas sociais e a disseminação de desinformação

A era digital tem sido considerada a era de “ouro” para a produção de conteúdo *online*, pois os ambientes de interação oportunizados pela *web 2.0* impulsionaram as produções discursivas. Nesse sentido, trabalhar a noção de gênero de discurso em ambientes digitais elaborados pelas tecnologias discursivas se faz necessário (PAVEAU, 2013).

Os ambientes digitais apresentam ecossistemas integrados à *web* em que a materialidade dos tecnosignos⁵ alterna a interação linguageira (PAVEAU, 2015). Nessa perspectiva, “o ecossistema das produções verbais contém um conjunto de dados que nos circunda, quer sejam eles humanos ou não humanos” (PAVEAU, 2013, p. 5).

Além desses efeitos mencionados, a tecnologia digital permite a construção colaborativa entre usuários e empresas, rompendo as fronteiras de acesso a partir de um clique do *mouse*. A tecnologia digital concedeu desafios e mudanças estruturais à indústria de notícias. Neste século digital, o fazer jornalístico vem enfrentando uma “tempestade virtual”, bem como “pressões” convergentes que alimentam a desorganização da informação contendo

- a) O aumento da propaganda computacional e o ‘armamento da desconfiança’;
- b) A interrupção digital da publicidade, causando o colapso do modelo de negócios tradicional para a publicação de notícias e o desemprego em massa;
- c) O fracasso da publicidade digital em apoiar o jornalismo como uma substituição da publicidade impressa (Google e Facebook são agora os principais beneficiários das vendas de publicidade digital);
- d) Convergência digital transforma comissionamento, produção, publicação e distribuição de conteúdo, aumentando

⁵ São os clicáveis como *hashtag* (#) e o botão de aceite ou pedido de amizade do *Facebook*, assim como *emojis* e os *stickers*.

significativamente a pressão do prazo e levando a perdas adicionais de emprego;
e) Plataformas de mídia social coloca o público como responsável pela descoberta e distribuição de conteúdo;
f) Expectativas do público-alvo das notícias que são recebidas pelos *smart phones* envolve tempo real nas mídias sociais, aumentando ainda mais a pressão sobre os profissionais de notícias que enfrentam recursos cada vez menores em um ciclo interminável de notícias (POSETTI, 2018, p. 55-56).

A fim de corroborar essa citação de Posetti (2018), torna-se oportuno mencionar que as mídias digitais têm inspirado nossas vidas e nossos comportamentos, pois somos influenciados pela publicidade que vem desenhando o estilo de vida dos usuários. Por meio das publicidades, da fabricação e da manipulação de conteúdo, a era digital (ED) contribui para produzir a desinformação a partir de um sistema de distribuição de notícias no qual o compartilhamento desempenha papel fundamental.

Metodologia

O presente estudo se enquadra na pesquisa bibliográfica atrelada ao método de análise qualitativa. O *corpus* deste trabalho é composto de uma captura de tela de uma publicação realizada no Facebook em 2019 (figura 1) e o texto/notícia “Bananas infectadas com AIDS foram encontradas no Brasil?” do *blog E-farsas*, que classifica a notícia “Banana com vírus HIV” como *fake news*.

Como procedimento metodológico, identificamos no *corpus* as categorias do Modo de Organização do Discurso (enunciativo, descritivo e argumentativo), de forma a tornar viável a averiguação da forma como essas categorias corroboram para que o interlocutor identifique um texto ou uma postagem como uma notícia verdadeira ou uma *fake news*.

A escolha do *post fake* e do texto/notícia para a composição do *corpus* se justifica pela repercussão que a notícia teve em 2019, devido ao grande número de *fake news* divulgadas na área da saúde.

Análise do corpus/texto

Para construir a análise de um texto, é necessário levar em consideração a Situação de Comunicação (CHARAUDEAU, 2014). Assim,

devemos investigar no texto em análise “o que está acontecendo aqui?” e “para quem escreve?”. Neste trabalho, analisaremos os Modos de Organização do Discurso (enunciativo, descritivo e argumentativo), presentes no *corpus*. Para iniciarmos às análises, apresentamos abaixo a figura 2 e a situação de comunicação do *post fake*.

Figura 2 – Banana com HIV



Fonte: Facebook (2019).

Assim, o contrato de comunicação estabelecido pela situação de comunicação para o *post* acima é:

Tabela 1 – Situação de Comunicação

Domínio	Midiático
Suporte	Página do Facebook https://www.facebook.com/seyi.olusanya.12
Identidade dos parceiros do ato de comunicação	Seyi.olusanya; usuário da rede social Facebook
Fim discursivo	Alertar, fazer-saber para um fazer-fazer

Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Para observarmos a organização desses textos, mobilizamos as categorias dos Modos de Organização do Discurso conforme Charaudeau, (2014), sendo elas: enunciativo, descritivo, narrativo e argumentativo, conforme o quadro abaixo:

Quadro 1 – Modos de organização do discurso

Modo de Organização	Função de Base	Princípio de Organização
ENUNCIATIVO	Relação de influência (EU → TU) Ponto de vista do sujeito (EU → ELE) Retomada do que já foi dito (ELE)	<ul style="list-style-type: none"> • Posição em relação ao interlocutor • Posição em relação ao mundo • Posição em relação a outros discursos
DESCRITIVO	Identificar e qualificar seres de maneira objetiva/ subjetiva	<ul style="list-style-type: none"> • Organização da construção descritiva (Nomear-Localizar-Qualificar) • Encenação descritiva
NARRATIVO	Construir a sucessão das ações de uma história no tempo, com finalidade de fazer um relato.	<ul style="list-style-type: none"> • Organização da lógica narrativa (actantes e processos) • Encenação narrativa
ARGUMENTATIVO	Expor e provar causalidades numa visada racionalizante para influenciar o interlocutor	<ul style="list-style-type: none"> • Organização da lógica argumentativa • Encenação argumentativa

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Charaudeau (2014, p. 75).

Podemos observar a presença de elementos linguísticos que demarcam uma posição enunciativa do locutor, uma vez que busca, de certa forma, atingir um propósito com a publicação. Por exemplo, no início o locutor faz uso da interjeição “urgente cuidado” para chamar a atenção do interlocutor/leitor, o que cria um efeito de sentido de seriedade na publicação, ou seja, algo importante será abordado. Nesse contexto, conforme explana Charaudeau (2014), o uso da interjeição para chamar a atenção marca a presença enunciativa do locutor na produção discursiva, sendo, pois, o uso do pronome pessoal “você” em “se **você** perceber q (sic) a fruta contém uma cor avermelhada não coma [...]” a demarcação da presença do interlocutor em relação ao locutor, caracterizando assim o Modo Enunciativo.

Para Charaudeau (2016), o Modo Enunciativo tem uma função particular na organização do discurso e é responsável por uma intervenção na encenação de cada um dos outros três modos. Sendo assim, sua vocação essencial dá conta da posição do locutor com relação ao interlocutor, a si mesmo e aos outros, resultando na construção de um aparelho enunciativo. Dessa forma, consideramos que o Modo Enunciativo é o comandante dos demais modos.

Prosseguindo, outros elementos linguísticos como verbos no modo imperativo (“compartilhe”, “não coma”, “salve o próximo”) presentes na publicação também instauram lugares enunciativos: o de um locutor (sujeito falante) que, considerando a situação de comunicação, é o “Eu comunicante” com autoridade quando fala ou escreve para dizer o que deve ser feito ou não; e o de um interlocutor que deve obedecer às ordens caso não queira contrair o vírus da AIDS.

Assim, com base no quadro acima, sobre os Modos de Organização do Discurso em Charaudeau (2014), podemos dizer que os elementos linguísticos destacados anteriormente trazem a função de relação de influência (EU→TU), de modo que o Eu (enunciador) se posiciona em relação ao Tu (interlocutor), fazendo com que este último volte sua atenção ao dito/à notícia.

No que se refere ao Modo de organização Descritivo, Charaudeau (2014) considera que este serve para descrever ações, isto é, contar algo. No caso da postagem, figura 1, observamos o uso do recurso imagético/fotografia, que no contexto digital desempenha um papel fundamental na compreensão do interlocutor, para ilustrar o que está descrito. Embora a presença das duas as imagens na figura 1 tenha esse caráter de ilustrar o dito, elas têm por objetivo, nesse contexto, desviar a atenção do interlocutor/leitor para a ausência das premissas de uma notícia verdadeira (O quê? Quem? Como? Onde? Por quê?).

Nesse sentido, o recurso imagético digital desviou a atenção do interlocutor/leitor das premissas de uma notícia verdadeira, pois, considerando Charaudeau (2014), a descrição inicial não determina o lugar que um ser ocupa no espaço e no tempo, ou seja, não responde às perguntas (quando?) e (onde?) o fato ocorreu.

Observando o Modo de Organização pelo qual a publicação é construída, podemos perceber a presença do operador argumentativo “se” na terceira linha do texto, o que impõe uma certa condição ao interlocutor, no caso em que esteja disposto a consumir uma banana. Nesse sentido, Charaudeau (2014) destaca que o argumento é dirigido ao interlocutor que raciocina e busca compreender o dito; no entanto, o sujeito que argumenta se expressa com convicção enquanto explica como reconhecer uma fruta contaminada.

Já para Koch (2016), a relação de condicionalidade expressa pelo operador “se” anteriormente destacado introduz um fato hipotético ou uma premissa a que se associa uma consequência ou inferência, neste caso, o consumo de uma fruta infectada e os danos que ela pode causar ao consumidor.

Dessa forma, é seguro dizer que o argumento introduzido pelo operador de condicionalidade visa persuadir o interlocutor/leitor enquanto expõe e tenta provar a informação, por meio de sintagmas descritivos da fruta, bem como busca fazer uso das imagens para corroborar o que diz. Assim, podemos observar a triangulação entre sujeitos, de que trata Charaudeau (2014), na qual um sujeito argumentante alerta sobre um possível perigo, sendo este o fato de haver frutas contaminadas com vírus HIV, o que representa neste contexto a proposta sobre o mundo, e na qual há um sujeito-alvo (o interlocutor/leitor) que é levado a acreditar no discurso em voga.

Diante do exposto, trazemos à tona marcas deixadas na materialidade linguística que comumente se encontra numa *fake news*. Por exemplo, desvio de ortografia: a escrita da palavra “que” de forma reduzida “q” reflete uma linguagem do meio digital informal; além de problemas de concordância, de sintaxe e de pontuação. Tais marcas podem ser observadas no *post fake* (Figura 2) aqui analisado.

Tendo, pois, realizado as considerações sobre os Modos de Organização do Discurso identificados no *post fake*, passaremos, a seguir, a descrever e comentar o texto/notícia do *blog E-farsas*, que classifica a notícia do referido *post* como uma *fake news*. Assim, serão observados os Modos de Organização Discursivos a partir do Quadro 2.

Quadro 2 - Texto/notícia

Bananas infectadas com AIDS foram encontradas no Brasil?

Gilmar Lopes: Publicado em 10 de janeiro de 2016

- (1) Notícia afirma que a Organização Mundial de Saúde estaria alertando sobre o perigo das bananas contaminadas com HIV! Será verdade?
- (2) O texto apareceu na internet brasileira no começo de janeiro de 2016 e chama a atenção para a grande parte das bananas consumidas no Brasil que vem da Guatemala, onde teriam descoberto que possam existir cerca de 2 milhões de bananas infectadas com HIV que teriam sido distribuídas para várias partes do continente.
- (3) O alerta teria sido dado através da diretora regional para as américas da Organização Mundial da Saúde, Dra. F. Carissa Etienne. Carissa teria informado à imprensa que, após realizar as inspeções, as autoridades da Guatemala teriam averiguado que estariam injetando sangue infectado nas frutas.
- (4) O alerta ainda pede para que se evite o consumo de bananas no continente até novo aviso.
- (5) Será que esse alerta é verdadeiro ou falso?
- (6) Verdadeiro ou falso?

- (7) A primeira coisa a se fazer ao receber esse tipo de mensagem é verificar se os nomes envolvidos no boato confirmam as informações. No caso, o texto cita a Organização Mundial de Saúde, mas uma busca no site da OMS para as Américas mostra que não houve nenhum comunicado por parte deles com relação a bananas com HIV!
- (8) A dra. Carissa Etienne existe, mas não há nenhuma publicação dela sobre esse alerta.
- (9) Uma busca sobre bananas contaminadas da Guatemala nos retorna apenas sites e blogs que copiaram o mesmo texto, que parece ter surgido em um site caça-cliques chamado Jefter Ruthes (entre nesse site para ver a enorme quantidade de notícias falsas publicadas lá).
- (10) O Jefter Ruthes não cita nenhuma fonte e não apresenta nenhuma prova da veracidade das denúncias.
- (11) O vírus HIV sobrevive fora do corpo?
- (12) Podemos colher mais uma prova de que essa notícia é completamente falsa no site do Ministério da Saúde sobre a AIDS.
- (13) Na página com as dúvidas mais frequentes é explicado que o vírus HIV sobrevive apenas cerca de uma hora fora do organismo. O site Médico Responde também confirma essa informação e você também pode verificar isso em outros sites sobre o assunto.
- (14) Ou seja, se uma banana fosse infectada com o vírus da AIDS na Guatemala, é certeza que esse vírus não sobreviva até chegar ao consumidor.
- (15) Além disso, imagine o trabalho que daria infectar mais de 1 milhão (ou 2 milhões, o alerta muda de 1 milhão para 2 milhões em diferentes parágrafos) de bananas com seringas de sangue contaminado! Ah... e imagine também a quantidade de sangue gasto nessa tarefa!
- (16) Boato recorrente
- (17) Essa não é a primeira vez que boatos envolvendo frutas e AIDS circulam pela web brasileira. Em março de 2015, mostramos aqui no E-farsas a verdade a respeito da notícia afirmando que laranjas importadas da Líbia estavam infectadas com o HIV.
- (18) Conclusão
- (19) Podem continuar consumindo bananas à vontade, pois essa história de frutas infectadas com AIDS é falsa!

Fonte: E-farsas.com (2019).

O texto do gênero discursivo “notícia” que topicaliza uma *fake news* na área da saúde circulada em vários *websites*⁶, foi publicado pela Organização Mundial de Saúde para tranquilizar a população a respeito da notícia falsa representada na figura 2.

Nesse contexto, tendo em vista o *post fake* (figura 2), observaremos a seguir o Modo de Organização do Discurso que impera numa notícia, tendo o texto do quadro 2 como contraponto, uma vez que este faz uma análise do referido *post*.

⁶ <http://www.saude.gov.br/fakenews/44193-bananas-com-virus-hiv-fake-news> <https://www.jornalciencia.com/bananas-contaminadas-com-virus-hiv-a-historia-causou-panico-na-internet/> <http://www.e-farsas.com/bananas-infectadas-com-aids-foram-encontradas-no-brasil.html> entre outros.

O Modo de Organização do Discurso que impera na notícia é o argumentativo, já que o locutor procura captar a atenção do interlocutor, pois este deseja saber a veracidade da notícia trazida no *post*. Essa interpelação pode ser observada a partir do título, apresentado sob a forma de uma pergunta: “Bananas infectadas com AIDS foram encontradas no Brasil?”, o que, de certa forma, provoca no interlocutor a curiosidade de saber se a notícia é verdadeira ou não. Dessa forma, considerando a capacidade de refletir e compreender (CHARAUDEAU, 2014), a indagação do título pode ser vista como uma estratégia argumentativa do locutor (o sujeito argumentante).

Ademais, sobre a questão argumentativa, observamos o que diz Charaudeau (2016, p. 202), para quem “a argumentação não está no âmbito da língua [...], mas sim na organização do discurso”. Assim, para que haja argumentação é necessário que exista uma proposta sobre o mundo que provoque um questionamento (como o caso do título do texto/notícia) quanto a sua legitimidade (legitimidade do *post fake*, figura 2).

Ainda se faz necessário o engajamento de mais dois sujeitos: um que se engaje em relação a esse questionamento e um outro que questione esse raciocínio construído pelo sujeito primeiro como possível verdade/aceitabilidade/legitimidade. Dessa forma, conceitua Charaudeau (2016) que argumentar é, portanto, uma atividade discursiva que participa de uma dupla busca: uma busca de racionalidade que tende a um ideal de verdade e uma busca de influência, que tende a um ideal de persuasão.

O uso do negrito no título como recurso de escrita pode ser observado aqui como parte de uma organização de lógica e encenação para prender a atenção do interlocutor/leitor que, por sua vez, ao parar para ler a notícia, abre margem para o pressuposto de que tem dúvida com relação à autenticidade da notícia do *post* ou até mesmo não sabe como identificar tal autenticidade. Assim, o título, munido de elementos linguísticos e palavras-chave da temática, chama a atenção do interlocutor/leitor, ativa e cria expectativas, fazendo-o considerar um prosseguimento na leitura da matéria.

No parágrafo 1, (“Notícia afirma que a Organização Mundial de Saúde estaria alertando sobre o perigo das bananas contaminadas com HIV! Será verdade?”) temos uma pergunta retórica, pois o fim discursivo de produções desse gênero consiste em um fazer-saber (informar as características falsas da postagem que a notícia em questão averigua para um fazer-fazer com que os interlocutores passem a questionar a veracidade da notícia em pauta e, até mesmo, a desacreditá-la).

Essa hipótese se fortalece no texto/notícia no parágrafo 2, (“O texto apareceu na *internet* brasileira no começo de janeiro de 2016 e chama a atenção para a grande parte das bananas consumidas no Brasil que vem da Guatemala, onde teriam descoberto que possam existir cerca de 2 milhões de bananas infectadas com HIV que teriam sido distribuídas para várias partes do continente”). O articulador “onde” indica o primeiro local da possível infecção das bananas, e o verbo “apareceu”, usado no tempo passado, contribui para a análise da procedência da notícia. Como foi produzida em ambiente digital, o locutor apresenta a razão persuasiva dialógica (argumentação interlocutiva) para o interlocutor/leitor analisar a veracidade do que está lendo.

Observamos ainda a presença do Modo Descritivo, conforme esclarece Charaudeau (2014), quadro 1, uma vez que os parágrafos trazem uma construção descritiva capaz de nomear-localizar-qualificar o dito. Assim, o interlocutor nesse texto/notícia consegue, diferentemente do *post fake* (figura 2), identificar as fontes consultadas para escrever o texto (“site da OMS”, “Site do Ministério da Saúde”, etc); consegue localizar-situar, ou seja, consegue determinar o lugar que um ser ocupa no espaço e no tempo (CHARAUDEAU, 2014), respondendo às perguntas “quando?” (janeiro de 2016) e “onde?” (*Internet, Brasil, Guatemala*”).

Prosseguindo, podemos observar no texto/notícia o Modo de Organização de Discurso enunciativo que permite ao analista constatar as relações entre os sujeitos, sejam elas de influência, ponto de vista e/ou retomada do que já foi dito, como bem expõe Charaudeau (2014).

No decorrer do texto/notícia, observamos a presença de marcadores de subjetividade/impessoalidade que, por sua vez, podem ser entendidos como uma tentativa de aproximação entre locutor e interlocutor, de modo que tais elementos se articulem para encenar o discurso com finalidade exclusiva de convencer o interlocutor da inveracidade da notícia dada pelo *post fake* (figura 2).

Essa relação enunciativa (EU→TU) pode ser observada nos parágrafos: (7) “A primeira coisa a **se** fazer [...]”; (9) “**nos** retoma apenas *sites e blogs* [...]”; (12) “**Podemos** colher mais uma prova [...]”; (15) “[...] **imagine** o trabalho que daria [...]”; “[...] Ah... e **imaginem** também [...]”; (17) “[...] **mostramos** aqui [...]”; e (19) “**Podem** continuar consumindo bananas [...]”. Dessa forma, os elementos linguísticos em destaque apontam a tentativa de aproximação do locutor com o interlocutor, de modo que tais elementos visam inserir pontos de vista que tenham a finalidade de convencê-lo, enquanto retoma outros ditos, isto é, as fontes pesquisadas, para conferir a autenticidade da notícia do *post*.

Como mencionado acima, os elementos linguísticos em destaque, introduzem indícios básicos para que se possa identificar uma *fake news*. O uso de tais elementos pressupõe, ainda, que o interlocutor/leitor não possui conhecimentos científicos para uma análise mais precisa. Assim, na construção enunciativa, busca aproximar-se do interlocutor para persuadi-lo a como proceder frente a uma notícia.

Considerações finais

No presente trabalho tivemos como objetivo analisar as categorias dos Modos de Organização do Discurso presentes na notícia “Banana com vírus HIV”. Questionamos como os modos de organização do discurso do gênero *post fake* corroboram para a interpelação direta do interlocutor. Assim, procuramos mostrar como uma postagem *fake* e uma notícia verdadeira são organizadas, de forma que se observe ou não a presença de elementos linguísticos e de Modos de Organização Discursivos para que se classifique uma notícia como verdadeira ou falsa.

Dessa forma, podemos dizer que o uso das tecnologias tem contribuído para a ocorrência do efeito bolha da desinformação e má informação, pois, com a velocidade de propagação de uma informação proporcionada pela *internet* (em especial o suporte rede social), os sujeitos pouco param para analisar/checar a veracidade do que estão compartilhando. Não obstante, as análises, tanto do *post fake* (figura 2) quanto do texto/notícia (quadro 2), trazem elementos linguísticos que são utilizados para convencer o interlocutor do dito, tanto para acreditar no *fake*, como para que ele saiba identificar esse *fake*, figura 2 e quadro 2, respectivamente.

Observamos que, dos Modos de Organização do Discurso, da teoria semiolinguística de Charaudeau (2014), os que imperam no *post fake* são o enunciativo e o argumentativo; já no texto/notícia, identificaram-se os Modos argumentativo, enunciativo e descritivo. Nesse sentido, a ausência do Modo Descritivo no *post fake* é o elemento decisivo para que se questione a veracidade da publicação, uma vez que as premissas de uma notícia não são localizadas, isto é, o interlocutor/leitor não consegue localizar as fontes que embasam a notícia, tornando-a infundamentada.

Dito isso, concluímos que, além de desvios da norma culta da língua, uso de verbos no modo imperativo, como em “compartilhe”, “não coma” e “salve o próximo”, presentes no *post fake*, a ausência do Modo de Organização do Discurso (descritivo) é um fator crucial para que o sujeito-alvo (interlocutor/leitor) ponha em xeque a veracidade da notícia veiculada, evitando, assim, o seu compartilhamento nas mídias sociais digitais e a propagação de fake news, principalmente no que tange à saúde coletiva.

Referências

- BARRERA, F. E. C. Web 3.0 = web 2.0 + semântica. **Universitarios Potosinos**, San Luís Potosí, ano 15, n. 234, p. 30-35, abr./2019. Disponível em: <http://www.uaslp.mx/Comunicacion-Social/Documents/Divulgacion/Revista/Quince/Universitarios%20Potosinos%20234.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2019
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.
- CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso: modos de organização**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2014.
- CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso: modos de organização**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2016.
- DELMAZO, C.; VALENTE, J. C. L. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, [S. l.], v. 18, n. 32, p. 155-169, 2018. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462_32_11/4561. Acesso em: 23 jan. 2021.
- IRETON, C.; POSETTI, J. **Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo**. Paris: UNESCO, 2018. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>. Acesso em: 18 dez. 2019.
- KARLOVA, N.A.; FISCHER, K.E. A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour. **Information Research**, [S. l.], v. 18, n. 1, n. p., 2013. Trabalho apresentado em Proceedings of the ISIC, 2012, Tóquio. Disponível em: <http://InformationR.net/ir/18-1/paper573.html>. Acesso em: 16 dez. 2019.
- KOCH, I. G. V. **Escrever e argumentar**. São Paulo: Contexto, 2016.
- LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34 Ltda, 2016.
- PAVEAU, M. **Genre de discours et technologie**. Paris: Université de Paris, 2013.
- PAVEAU, M. Ce qui s'écrit dans les univers numériques. In: **Itinéraires**, [S. l.], n. 2014-1, 2015. Disponível em: <http://journals.openedition.org/itineraires/2313>. Acesso em: 1 nov. 2019.

POSETTI, J. N. The 'Twitterisation' of Investigative Journalism. In: TANNER, S. J.; RICHARDSON, N. **Journalism Research and Investigation in a Digital World**. South Melbourne: Oxford University Press, p. 88-100. Disponível em: <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=2765&context=lhapapers>. Acesso em: 17 dez. 2019.

PRIMO, A. O que há de social nas mídias sociais? Reflexões a partir da teoria ator-rede. **Contemporânea**: Revista de comunicação e cultura. Salvador-BA, v. 10, n. 3, 2012, p. 618-641. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6800/4681>. Acesso em: 17 dez. 2019.

VEYNE, P. **Acreditavam os gregos em seus mitos? Ensaio sobre imaginação constituinte**. São Paulo: Unesp, 2014.