



Da tecnologia e da política na informação – circulações na disputa pelas ruínas do espaço público

Of technology and politics in information – circulations in the dispute for the ruins of public space

De tecnología y política en la información – circulaciones en la disputa por las ruínas del espacio público

Telma Domingues da Silva - Universidade Estadual de Campinas | Campinas | São Paulo | Brasil | telmadds@gmail.com |  <https://orcid.org/0000-000273-5786>.

Resumo: Este artigo tem como proposta discutir relações entre a mídia tradicional e as novas circulações, produzindo uma compreensão das *condições de produção* do jornalismo no país na atualidade, tomadas em sentido amplo como as determinações ideológicas em jogo na conjuntura histórica. A análise se apoia na teoria do discurso de Pêcheux (1988, 1990, 2016) e na distinção entre *constituição*, *formulação* e *circulação* dos discursos proposta por Orlandi (2001). Procuo levantar questões acerca desse momento de disputa em torno do “fato” jornalístico, considerando as formulações/ circulações que tencionam a notícia (informação) e a opõe às *fake news* (desinformação), no contexto do embate da mídia tradicional e das novas circulações com a materialidade do/no digital.

Palavras-chave: jornalismo, *fake news*, redes sociais, espaço público.

Abstract: In this article, my proposal is to discuss relations between traditional media and new circulations, producing an understanding of the conditions of journalism production in the country today. These conditions are taken in a broad sense as the ideological determinations that are in relation in the historical conjuncture. The analysis is based on Pêcheux's Theory of Discourse (1988, 1990, 2016) and on the distinction between constitution, formulation and circulation of discourses proposed by Orlandi (2001). Methodologically, I try to raise questions about certain moment of dispute around the journalistic “fact”, considering the formulations/circulations that strain the news (information) and oppose it to fake news (disinformation), in the context of the clash between traditional media and the new circulations with their materiality of/in the digital.

Keywords: journalism, fake news, social networks, public space.

Resumen: Este artículo se propone a discutir las relaciones entre los medios tradicionales y las nuevas circulaciones, produciendo una comprensión de las condiciones de producción periodística en el país hoy, entendidas en un sentido amplio como las determinaciones ideológicas en juego en la coyuntura histórica. El análisis se basa en la teoría del discurso de Pêcheux (1988, 1990, 2016) y en la distinción entre constitución, formulación y circulación de los discursos



propuesta por Orlandi (2001). Trato de plantear interrogantes sobre este momento de disputa en torno al “hecho” periodístico, considerando las formulaciones/circulaciones que pretenden la noticia (información) y la oponen a las fake news (desinformación), en el contexto del choque de los medios tradicionales y la nuevas circulaciones con la materialidad de/en el digital.

Palabras clave: periodismo, fake news, redes sociales, espacio público.

 <http://dx.doi.org/10.22484/2318-5694.2021v9n22p20-46>

Recebido em novembro 2021 – Aprovado em dezembro 2021.



"Mas como se desprender da evidência teológica do sentido, no instante em que sua desconfiança a torna ainda mais preciosa?"
(M. Pêcheux, 1980, abertura do Colóquio Materialidades Discursivas)

1 Introdução: o jornalismo na produção da memória histórica

Junto à tecnologia digital, sobre a qual se tem procurado pesquisar e compreender a partir de diferentes perspectivas, constituem-se imaginários sobre a linguagem: o imaginário de "um mundo sem fronteiras" assenta-se sobre o imaginário de "acesso à informação", que hoje se ofereceria generalizado e infinito, com a internet e seus sentidos de "tudo lá". Esse imaginário tem sua base justamente na já conhecida ideologia da "informação", de modo que, se o digital representou uma "revolução" – a partir da projeção também imaginária do poder excepcional de uma dada tecnologia, para o bem ou para o mal das sociedades –, tal revolução não se relacionou à compreensão da linguagem, em suas circulações tradicionais e novas.

Com isso, estou dizendo que, embora tenhamos muitas discussões e pesquisas inovadoras sobre a linguagem no âmbito acadêmico, mesmo no que diz respeito, mais especificamente ao espaço digital, na prática da linguagem midiática, e inclusive em sua crítica à *desinformação*, o que se vê é a mídia e o digital serem ocupados e cercados pela sustentação e alimentação da velha ideia de "informação" já presente no funcionamento das comunicações tradicionais. Mais ainda, no contexto atual, a comunicação faz falar em informação enquanto enfrentamento à desinformação, esta que estaria sendo hoje produzida em abundância – de modo que a noção de informação ganha apelo político renovado, fortalecido, em prol da sobrevivência da democracia.

Para além de um contexto de trabalho específico, o jornalístico, em que informação é o que o jornal/jornalista "entrega" à população, a partir



de um cotidiano de trabalho que inclui a seleção de pauta, a pesquisa, apuração etc., podemos considerar, na perspectiva discursiva do funcionamento da linguagem: 1) que informação é um efeito produzido; 2) que “acesso à informação” e o jornalismo como tal são imaginários que colocam em movimento a língua e as linguagens enquanto comunicação social, mas que representam, no efeito de evidência sobre os sentidos em jogo nas trocas linguísticas, uma incompreensão no que diz respeito à produção da linguagem enquanto produção simbólica.

A ideia de informação implica no pressuposto de uma neutralidade, como se o que pudesse ser considerado notícia fosse algo dado e não relacionado a uma determinada perspectiva política e ideológica. Como afirma Flores (2018, p. 295), “desde a sua fundação e principalmente a partir do século XX, o discurso jornalístico produz o efeito de neutralidade e imparcialidade como forma de organizar filiações de sentidos possíveis sobre determinado acontecimento”.

Assim, associado ao jornalismo como instituição que informa, mantém-se o sentido de “fato”, como se o evento histórico existisse inequívoco, ou seja, para além dos significados diversos que dele se produzem mediante os diferentes sujeitos em jogo. Diante do fato, caberia então ao jornalista conhecê-lo e narrá-lo com isenção – esquece-se de que o que vemos e compreendemos se dá mediante as formações ideológicas presentes na sociedade, às quais nos identificamos enquanto sujeitos históricos, fazendo com que certos discursos, certos sentidos ecoem, reverberando nosso conhecimento/desconhecimento¹.

¹ A posição filosófica com a qual compactuamos em relação a “fato” relaciona-se à reflexão de Paul Henry, que afirma que “não há ‘fato’ ou ‘evento’ histórico que não faça sentido, que não peça interpretação [...] mesmo que possamos divergir sobre esse sentido em cada caso”, e, mais adiante, afirma ainda que estas são questões que “desembocam muito rapidamente no terreno da ética e da política” (HENRY, 1994, p. 51-52). Daí que, segundo entendemos, nem na ciência, nem na história, nem no jornalismo podemos afirmar na relação entre uma dada formulação linguística e o mundo (o “real”) a possibilidade de uma verdade intrínseca.



Na perspectiva da AD, não há essa transparência que o sentido de informação pressupõe, mas, ao contrário, na língua, base dos diferentes discursos, os sentidos não são evidentes, e sim produzidos pelas filiações às várias *formações discursivas* (PÊCHEUX, 1988). As palavras não têm um sentido nelas mesmas, de modo que a compreensão passa por um percurso de leitura, a interpretação, que inclui suas condições de produção.

Apoiando-se na reflexão de Orlandi (2001), Flores (2018) afirma que o “efeito de neutralidade no discurso jornalístico está relacionado com a política do silêncio” (FLORES, 2018, p. 306), ou *silêncio constitutivo*, isto é, significa que, para dizer, “apagamos necessariamente outros sentidos possíveis, mas indesejáveis, em uma situação discursiva dada” (ORLANDI, 2001, p. 75).

A noção de condições de produção é fundamental para a compreensão dos discursos, para que possamos problematizar o dizer e sair das evidências. Porém, observa-se que essa noção não pode ser associada a uma perspectiva pontual (emissor/ receptor), psicologizante, mas sim, ao ser considerada

[...] num sentido mais amplo, as condições de produção incluem o contexto sócio-histórico e o aspecto ideológico. A proposta de (re)definição de condições de produção a concebe alinhada à análise histórica das contradições ideológicas presentes na materialidade dos discursos e articulada teoricamente ao conceito de formação discursiva. A somatória dos valores ideológicos constitui o imaginário que designa o lugar que os sujeitos do discurso se atribuem mutuamente (MEDEIROS, 2008, p. 4).

Diz Pêcheux (1990, p. 77): “um discurso é sempre pronunciado a partir de condições de produção dadas”, de modo que a língua será sempre atravessada pela história e pela ideologia.

O discurso jornalístico tem papel fundamental na produção da memória discursiva, do interdiscurso: “ao narrar os fatos do cotidiano, o discurso jornalístico produz o efeito de realidade, tornando visíveis



acontecimentos que interessam à instituição imprensa” (FLORES, 2018, p. 305). A imprensa, prática social/discursiva, produz sentidos e contribui para a constituição dos imaginários de uma dada sociedade, tendo em vista, como já foi dito, a possibilidade de organizar filiações de sentidos possíveis sobre determinado acontecimento. Segundo Mariani (1998, p. 94), “a força ideológica desta prática discursiva é a ilusão mantida em torno do uso de uma linguagem transparente para registrar um mundo objetivo”.

O embate entre *fake news* e notícia abala o lugar de dizer da imprensa ao mesmo tempo em que o requisita. Assim, por outro lado, seria este um momento interessante para compreender que os fenômenos em torno da *fake news* têm a ver com o modo de produção linguageira da mídia como parte constitutiva da memória discursiva – e que a des-informação e a des-autorização, como sentidos para os fatos e para a imprensa, são um retorno sobre o jornalismo enquanto parte do espaço público.

2 Novas circulações

A formulação/circulação da língua/linguagem não é indiferente à materialidade com que circula. Como afirma Orlandi (2001, p. 129), a própria “textualização, a colocação do discurso em palavras, tem uma relação necessária com o político”. Refletindo sobre o boato, Orlandi (2001, p. 127) pergunta: “Que estatuto dar à separação entre verdadeiro e falso, quando se pensa discursivamente? Que relação estabelecer entre fato e linguagem? Em minha opinião, é preciso introduzir a noção de silêncio para compreender bem como se constituem, como são formulados e como circulam os sentidos”.

Essas questões, dirigidas então ao fenômeno do boato, cuja circulação pela oralidade se opunha ao atestado da/pela história escrita, podem hoje ser tomadas quanto às *fake news*. O boato estaria, segundo Orlandi (2001), entre o atestado e o possível. O boato enquanto objeto de reflexão sobre o funcionamento da linguagem possui especificidades, como a sua



constituição pela oralidade e a sua não autoria (o “diz-se que”). Orlandi fala ainda do modo lúdico de relação com o dizer no boato, que implica: 1) em produzir o efeito de verdadeiro e 2) no impulso de “passá-lo à frente”.

Com relação às *fake news*, é interessante que o próprio nome as ligam ao jornalismo: *news*/notícia. Conhecido assim, no Brasil, pela terminologia em inglês, o fenômeno em questão marca a relação do jornalismo brasileiro com o jornalismo americano.

O imaginário da informação tem sido uma condição ideológica que submete a prática do jornalismo, bem como a sociedade enquanto sociedade da informação. A partir da análise de discurso, compreendemos a linguagem em seus efeitos de sentido: a informação é um efeito generalizado relacionado ao discurso jornalístico inicialmente, e posteriormente aos discursos midiáticos, em suas diferentes práticas, em materialidades diversas. O digital é, no âmbito desse imaginário informacional, território de propagação, ao qual todo e qualquer sujeito poderia se inserir, ainda enquanto esse imaginário informacional. Seria esse um território configurado, formulado, para servir ao sujeito da informação, para servir ao efeito de informação circulante ao acesso desse sujeito, que o faz justamente fértil para a propagação. Mas o que se vê então é que o sujeito nas redes sociais pode ser *instrumento* político pela propagação (“informacional”).

Hoje, com as redes sociais e o espaço digital, procura-se compreender as batalhas travadas no contexto desse espaço de formulação/circulação (mas também de constituição de discursos), e vem se significando aí a disputa pelos sentidos em torno do “fato”, ou melhor, o “fato credível”. Com a oposição entre as notícias (a *informação*) e as *fake news* (a *desinformação*), objetiva-se a suposta defesa da democracia, em vias de se nos esvaír, em plena revolução tecnológica das/nas linguagens, perdidos que estão (estamos) os sujeitos entre boa informação e informação *fake*, entre a verdade da ciência e a crença no que a nega. Dessa forma, a prática jornalística em seu imaginário não avança em termos de uma prática de



linguagem outra, mas, ao contrário, aferra-se ao *ideário moderno da informação* enquanto produto “legítimo”, entre as falsificações que hoje se apresentam.

Forças políticas partem para a disputa no corpo a corpo da formulação/circulação digital, e nas redes circulam dizeres, produzindo-se uma concorrência entre versões: as *fake* também circulam pela mídia, também produzem mídias, também se reproduzem e se propagam. Há uma aproximação, nesse sentido, entre informação “legítima” e *fake news* – diferentemente do que ocorre com relação ao boato, que tem sua especificidade na *oralidade* (associada a sentidos de informalidade e não verificabilidade), perfazendo uma distinção com o que na/pela *escrita* se atesta (esta formal, “verificável”) – a linguagem escrita constituiu-se como documento comprobatório, historicamente, pela oposição à linguagem oral.

Habermas (1984), numa perspectiva filosófica outra, reflete sobre o processo histórico de separação entre as informações de interesse público e as informações de interesse privado (que configura a distinção entre o *correio* e o *jornal*), a partir do qual compreenderá a constituição de uma *esfera pública*, com a atuação do jornalismo, como terreno que possibilita ao cidadão a crítica aos governos e, portanto o seu engajamento político². Mas a imprensa vai deslizando desse comprometimento com a coisa pública, baseada na falácia do próprio interesse “do público”, enquanto consumidor (o jornalismo é voltado para um mercado).

As *fake news* podem ser compreendidas na perspectiva do discurso a partir da consideração do silêncio como constitutivo da linguagem e significante: o silêncio não diz mas significa. Nesse sentido, relacionam-se à possibilidade de um cidadão que *não tem* mais (nunca teve, mas podia acreditar ter) na grande mídia um terreno comum de conhecimento e, diante do rompimento com esse ideal, diante dessa falta e dessa falha,

² Para uma discussão sobre uma compreensão atualizada dessa perspectiva, cf., por exemplo, Trivinho (2010), que distingue a *cena pública de promoção e autopromoção*, o *espaço público de partilha e de resposta* e a *esfera pública de discussão*.



pode, mais do que “desconfiar daquilo que é oficial”, ele pode obter informações de outras fontes e ele pode replicar.

3 O imaginário da informação e as condições de produção do jornalismo: repórteres, notícias, fontes

Hoje, do jornalista profissional e sujeito histórico, exige-se ainda que trabalhe com essa dispersão da notícia, a partir da ideia de um mesmo “conteúdo” a ser produzido jornalisticamente em “diferentes plataformas”. Ou seja, na perspectiva da linguagem e do trabalho jornalístico, a multiplicidade de produtos, ao remeter ao sentido conteudista, multiplica a exploração de seu profissional: caberia ao jornalista multiplicar-se, considerando-se as (mesmas) empresas jornalísticas e suas novas exigências.

No próprio cotidiano jornalístico, com o digital, ocorre uma mudança que diz respeito ao funcionamento da verificação das notícias: a internet como fonte é inserida fortemente na práxis do jornalismo. Segundo Del Bianco (2004, p. 4) “a rede tem sido um instrumento para coletar informação pronta de segunda ou terceira mão [...] ambiente onde os jornalistas se movem em busca de informação”. E ainda, com isso, “a internet coloca nas mãos dos jornalistas a possibilidade de obter rapidamente a informação necessária para complementar suas matérias” (DEL BIANCO, 2004, p. 6), procedimento que pode porém, segundo a mesma autora, contribuir para a padronização do conteúdo.

Ou, mais do que isso, por um lado, a internet como fonte pode estar ao alcance de qualquer sujeito e por outro lado o jornalismo pode se assemelhar aos espalhadores de *fake news*. Em julho de 2021, ano em que se inicia a vacinação no país, a *Folha de S. Paulo* publicou uma notícia que alertava para a aplicação de vacinas vencidas (milhares) em diversas localidades, chamando o leitor para uma verificação. O jornal teve que se



“retratar”, e a versão da notícia online é alterada. Lê-se ao final da notícia refeita:

Erramos: o texto foi alterado

6.jul.2021 às 21h49

Versão anterior desta reportagem deixou de alertar que os dados sobre 26 mil doses aplicadas fora do prazo de validade poderiam decorrer de erros do sistema do Ministério da Saúde. O texto foi atualizado. (FOLHA..., 2021).

A manchete é alterada de “Milhares no Brasil tomaram vacina vencida contra a covid; veja se você é um deles” para “Registros indicam que milhares no Brasil tomaram vacina vencida contra a covid; veja se você é um deles”. Esse evento seria, portanto, significativo de um problema mais recente quanto à prática de tomar a internet como fonte. Por outro lado, é também significativo quanto à rapidez com que se pretende circular a notícia enquanto “furo”, algo já inscrito na prática jornalística em sua concorrência interna, que pode ter se intensificado com o digital.

A notícia, na sua versão digital, teve de ser alterada e na versão impressa não, pois o tempo de publicação é outro: “Na notícia impressa, o título já contemplava a mudança realizada nas plataformas digitais”. No entanto, o digital permitirá uma reescrita, que se sobrepõe, apagando a primeira, deixando um vestígio na forma de nota: “*Versão anterior* desta reportagem *deixou de alertar* que os dados sobre 26 mil doses aplicadas fora do prazo de validade poderiam decorrer de erros do sistema do Ministério da Saúde. O texto foi atualizado”. Nota-se que a expressão “deixou de alertar” marca que o que ocorreu é muito diferente de “mentir”, de dizer algo que não é verdade. O primeiro texto, que ocorreu só no digital, não é mais encontrado, pois no digital pode-se apagar uma versão e inserir outra em seu lugar. Se fosse encontrado, poderia circular como circulam as *fake news* em seu poder de desmoralizar e destruir. A nota marca a alteração quanto à formulação da manchete com um reconhecido



“erramos”, mas ao mesmo tempo o sentido dessa reescrita é significado pelo termo “atualização”, corrente no contexto digital (FOLHA..., 2021).

Não é de hoje, porém, que a circulação de manchetes no jornalismo vem propor uma interpretação bombástica da atualidade, *produzindo um fato*³. Como sabemos, a produção do fato jornalístico é poderosa, tem grande força política, que é muito bem compreendida, aprendida, reproduzida. Em reportagem sobre a vitória de Trump em 2016, Daniela Pinheiro cita dois exemplos de *fake news* que circularam: a notícia de que o papa Francisco teria anunciado apoio a Trump teve 960 mil compartilhamentos e a notícia de que um investigador do caso dos e-mails de Clinton teria sido encontrado morto teve 567 mil compartilhamentos. Podemos compreender esses eventos, entre outros, que estamos chamando de *fake news*, como “produção de fatos”, entendendo que no fato, enquanto produto midiático, manifesta-se seu apelo sensacionalista. O fato de serem mentiras deixa de ter importância se o que interessa unicamente é alcançar um dado resultado político.

A reportagem da revista *Piauí* (PINHEIRO, 2016) acima citada expõe diversas entrevistas, no sentido de se mostrar como jornalistas e estudiosos do jornalismo nos EUA compreenderam criticamente o papel da imprensa na vitória de Trump, em seguida ao ocorrido. Dana Milbank, editorialista do *The Washington Post*, afirma que a imprensa tratou com igual criticidade coisas muito diferentes em Clinton e em Trump. Afirma que a imprensa deveria ter sido muito mais incisiva com Trump, pois o que ele oferecia, como medidas a serem tomadas no seu futuro exercício enquanto presidente, eram ações antidemocráticas: expulsar 11 milhões de imigrantes ilegais do país; construir um muro na fronteira do México com os Estados Unidos; proibir a entrada de muçulmanos; rever as leis de meio

³ Trabalhos na área acadêmica da Comunicação apontam para a necessidade de distinguir “fato” como objeto do jornalismo, retomando-se toda a discussão sobre a relação entre as proposições linguísticas e a realidade, enquanto verdade etc., e “fato” como produto do jornalismo, nos enunciados que se colocam como proposições “credíveis”, cf.: (SPONHOLZ, 2009, p. 67).



ambiente, o acordo sobre o programa nuclear iraniano e a ameaça ao sistema universal de saúde conhecido como Obamacare.

O caso de Bolsonaro é, como sabemos, tremendamente análogo: homenageou torturador, prometeu acabar com as reservas indígenas e quilombolas, prometeu matar comunistas, entre outros, prometeu acabar com a proteção ambiental, prometeu mais licença para armas, prometeu mais armas, prometeu uma polícia mais livre para matar, confrontando esse tal de “direitos humanos” que “só serve para bandido” etc. etc. – para citar algumas das inumeráveis declarações absurdas, se pensarmos que isto se dá no contexto público e através da representatividade de uma personalidade pública em países democráticos.

Como devemos compreender a imprensa nesse contexto? Pode-se mesmo dizer, em um e outro caso, que a imprensa subestimou o candidato? Trata-se mesmo de não dar importância ou credibilidade? Trata-se de considerar que a imprensa foi utilizada como instrumento político pelo político de extrema direita? Podemos talvez supor que a imprensa funcionou como aliada de um projeto político não democrático – não que o resultado das urnas pudesse em definitivo ser diferente em outro caso. Porém, no lugar que seria o da “neutralidade do jornalismo”, fica, no real, esse vazio em relação à coisa pública, desviada, na justificativa do interesse do público (o consumidor) – a ser conferido. Então, tratar-se-ia de um “dar de ombros” sobre o que seria importante, considerando uma posição ética enquanto instituição.

Não foi este ou aquele jornal ou um ou outro jornalista. Mas a questão crucial é a identidade da imprensa enquanto instituição, a prática do jornalismo como suposta garantia e condição de uma esfera pública e, nesse sentido, houve *silenciamento* do/no jornalismo – compreendido, conforme propõe Orlandi (2001), como silêncio local ou censura, “que remete à interdição: apagamento de sentidos possíveis mas proibidos, aquilo que é proibido dizer em uma certa conjuntura” (ORLANDI, 2001, p. 128).



Houve silenciamento por parte da imprensa brasileira diante da ascensão do autoritarismo recente, silenciamento que produziu como efeito a normalização dos abusos de poder que hoje presenciamos. Este silêncio, estou compreendendo-o na forma da *censura*, embora não tenha se dado como ingerência direta, tal como durante o governo da ditadura militar no Brasil nas décadas de 60-80.

4 Sobre o imaginário da informação hoje: dispersão, (in)completude e a circulação como campo de batalha

Com relação à tecnologia digital, por um lado, experimenta-se o entusiasmo para com as possibilidades futuras: reflexões como a de Henry Jenkins (2009), sobre o cruzamento entre mídias alternativas e de massa em seus múltiplos suportes, caracterizam o tempo presente como era da convergência midiática. Essa ideia organiza de certo modo o momento que estamos experimentando em termos das novas tecnologias, projetando um futuro a partir das habilidades sendo adquiridas quanto ao modo de aprender, trabalhar e, claro, se informar. Digo organiza, pois o momento atual poderia ser visto como um momento de crise e desestabilização, em que os “formatos” já conhecidos, anteriores, estarão sendo questionados em sua possibilidade de reexistir no digital, de modo que, na internet, funcionariam modelos tradicionais reinventados.

A minha proposta, na presente reflexão, foi considerar o contexto ideológico que abarca esse confronto entre a “mídia tradicional” x as “novas circulações” (o digital, a internet), considerando que as mudanças tecnológicas são um reordenamento do mundo como um todo, o que carrega consigo a desestabilização de certos objetos simbólicos, como o “jornal”, conforme já abordei em trabalho anterior.

A tecnologia digital rivaliza com a circulação midiática anteriormente institucionalizada, fazendo o jornalismo impresso, bem como o televisivo, desdobrarem-se para “ir ao encontro” de um público de informação, que



vinha sistematicamente lhes escapando. A televisão responde ao oferecimento que caracteriza o espaço digital como espaço de informação com “linkagens” em sua programação: tanto os programas jornalísticos quanto outros programas, no caso, por exemplo, da Rede Globo, remetem o telespectador ao digital, ao site, via de regra, ou a algum aplicativo, gesto que requalifica a televisão, se pensarmos que o veículo procura manter a sua viabilidade, mostrando a sua capacidade de atualização enquanto “canal de informação”. Produz-se um imaginário de atualidade e completude: remeter ao site ou aplicativo produz sentidos de aprofundamento ou complementação das informações que estão sendo “recebidas”, funcionando enquanto tal, a despeito do acesso ou não do telespectador.

Em trabalho anterior (SILVA, 2016), procurei discutir o que se mostrou em determinado momento como uma “crise” para a imprensa escrita, tomando o caso do jornalismo diário, em que *O Estado de S. Paulo*, a *Folha de S. Paulo* e o *Jornal do Brasil* responderam diferentemente, em 2010: o Estado manteve duas redações integradas; a Folha uma só redação para a produção do jornal impresso e do jornal online e o JB passou a funcionar apenas na versão digital. Ou seja, as empresas relacionam-se de formas diferentes com o leitor do jornal, no imaginário de sua presença aqui ou ali, mas também de formas diferentes com o seu trabalhador, o jornalista ou repórter.

Dada a mudança ampla na significação do mundo, no artigo acima mencionado, procurei compreender como isso afetava o reconhecimento do objeto “jornal”, dividido entre formulação/circulação nas materialidades impressa e digital. Tomei declarações de profissionais da imprensa cuja análise mostra a força desse objeto simbólico, o jornal, bem como a incerteza por parte dos próprios trabalhadores, pelo desmonte que a tecnologia do digital significa para a prática do jornalismo impresso, que se sustenta desse monumento (“jornal”). E será através da identidade da empresa, de seu nome, que a unidade/ identidade do jornal foi buscada:



houve investimento nos elementos de design gráfico, de modo a permitir o reconhecimento do leitor/ consumidor de um “mesmo” jornal dos/ nos “diferentes formatos”.

A partir da noção de formulação do discurso em Orlandi (2001), compreendi o jornal como “formulação do discurso jornalístico” (SILVA, 2016). Em sua materialidade gráfica, o jornal foi (é ainda) elemento do cotidiano urbano; é ele mesmo uma instituição nas sociedades modernas, objeto simbólico que, em sua unidade, foi se modificando historicamente, na relação com uma imagem de público leitor enquanto sujeito urbano (identificado enquanto consumidor de informação, consumidor de notícias, de cultura etc.)⁴.

A textualização é uma organização, um construto simbólico cujo efeito de unidade (sempre imaginário) constitui-se. Dada a significação da imprensa enquanto parte da democracia, por meio da “veiculação das informações de interesse público”, a significação do “jornal” o produz como monumento da inscrição da imprensa na vida urbana/ pública, como parte da *res-pública*.

O espaço digital moveria o sujeito da informação na sua direção, o que obriga a uma dispersão por parte dos veículos tradicionais, que se multiplicam então, ocupando a rede, distribuindo-se em portais, websites, aplicativos, e ocasionando assim os muitos novos produtos. Mas, com o digital, a “informação” sai do âmbito da comunicação como fenômeno de massa, sai de uma identificação apenas com o que o jornalista “entrega” a seu público. No digital, encontramos *o sujeito urbano* não somente como “consumidor de informação”, mas em seu “aparecimento” – vejamos mais à frente de que se trata.

⁴ Podemos mencionar aqui, a título de exemplificação sobre essa relação dos jornais com um *sujeito urbano*, que em determinado momento o jornalismo cultural foi bastante expressivo (Caderno 2, Folha Ilustrada, Caderno B, Suplemento Cultural etc.), e lembrar também o calhamaço do jornal em alguns dias da semana por conta dos cadernos classificados, algo que, em não sendo notícia, no entanto, fazia ainda assim parte do jornal.



Dias (2019) retorna às pesquisas realizadas no projeto “O Sentido Público do Espaço Urbano” no Laboratório de Estudos Urbanos – Labeurb/Unicamp (ORLANDI, 2001), em que os pesquisadores abordaram aspectos diversos relacionados à cidade e ao urbano, para compreender o “espaço público”. Os trabalhos mostram que a cidade tende a ser normatizada enquanto espaço de circulação e de sociabilidade, ao mesmo tempo em que se nega ao espaço urbano seu(s) sentido(s) político(s). “A divisão dos espaços da cidade e a forma de ocupação desses espaços é política e jurídica”, afirma Dias (2019, p. 57), sendo que o espaço público é pensado como “espaço de linguagem, sentidos, discursos, relações sociais, espaço de interpretação” (DIAS, 2019, p. 58-59). Porém, as redes sociais vão ressignificar “o sentido da relação política e espaço público, da relação política e mídia, o sentido da relação política e cidadão, ou o sentido do povo nas ruas, o sentido da multidão, o sentido do conflito social” (DIAS, 2019, p. 59).

O digital mexe na estrutura de poder da qual os meios de comunicação fazem parte: com as redes sociais, o cidadão tem oportunidade de “revogar” a procuração dada aos meios de comunicação e tomar a palavra, o que poderia produzir uma “cidadania empoderada” (NADDAF, 2017 *apud* DIAS, 2019, p. 69). Assim, particularmente as redes sociais, mas o digital como um todo, tem “alterado os regimes de visibilidade, dos quais a vida política muito se serve, naquilo que diz respeito à sua função social e democrática” (DIAS, 2019, p. 68).

A autora pensa o espaço digital nesse sentido de espaço público: o espaço urbano não é meramente um espaço de circulação, mas sim um espaço em que o político está presente, considerando que o político implica “no espaço de aparecimento do outro” (ARENDT *apud* DIAS, 2019, p. 59). Portanto, diz respeito ao modo como se dá a tomada da palavra, “não aquela do palco, do cenário midiático, mas a fala das ruas, que se materializa nos corpos desorganizados que se movem e falam juntos ao assumir uma posição no espaço ao significá-lo como público justamente



porque ecoam vozes e falas diversas, dispersas e divergentes” (DIAS, 2019, p. 61). Nesse trabalho, Dias vai expor sua compreensão do político constitutivo das redes sociais, como Twitter, Facebook ou Instagram: as redes sociais são um espaço de “aparecimento político”, espaço que se cria a partir da ação e da fala, entre os sujeitos: “É preciso dizer que esse espaço de aparecimento político produzido pelas redes sociais tem efeitos no modo de significação do espaço público” (DIAS, 2019, p. 65).

Tendo em vista essa reflexão sobre o espaço público e nele o político, podemos apontar aqui para algumas práticas presentes nas redes sociais, como o “cancelamento”, que ocorre muitas vezes relacionado a debates importantes, por exemplo a respeito de racismo, homofobia, xenofobia e outros tipos de preconceitos, mas também ocorre por motivos banais, e a “lacração”, que indica que alguém teve um desempenho tal numa fala, post, ação etc., que não deixou espaço para reações, discussão ou comentários. Podemos perceber nessas práticas que viralizaram/viralizam nas redes a fantasia de um mundo absoluto. No cancelamento, algo é interpretado, na fala de uma determinada personalidade da/na rede, como um “erro imperdoável”, que resultará no “cancelamento” desse sujeito, negando-se seu lugar de fala na rede: esse sujeito pode estar dizendo de um lugar de “fala desorganizada”, ou seja, remetendo a essas vozes da rua que circulam na internet, nessa indistinção entre formal e informal, público e privado, mas a resposta repercute como turba organizada, imperiosa, por parte de uma jurisdição própria do/ no espaço digital. Na lacração, temos essa ideia de um “dizer tudo”, que não se relaciona com o conteúdo do que é dito, mas com um dizer que afronta, com um desempenho sobre o qual “não há mais nada a dizer”.

Seriam estas duas práticas, em termos de relação intersubjetiva, exemplos de “negação”: negação da possibilidade de um dizer outro, negação do outro e negação da possibilidade de dizer ele mesmo, o próprio sujeito que cancela e lacra, em seu submetimento ao dizer do outro, pelo *like/deslike*.



5 Cancelando e lacrando

As chamadas novas tecnologias se expandem na atualidade, no mesmo momento em que se verifica em diversas localidades a *tendência a* posturas e governos de direita. Primeiramente, a eleição e governo de Trump, que aqui repercutiram, em seguida a eleição e o governo de Bolsonaro no Brasil. E depois a pandemia. As eleições mencionadas são resultado de um contexto que contou com a circulação das chamadas *fake news*. A pandemia por sua vez ofereceria uma oportunidade à imprensa em nosso país, por meio da possibilidade de reafirmar o papel do jornalismo no Estado de direito, a necessidade da “boa” informação – evidenciada, porém, pela falta de uma política sanitária por parte do governo federal no país, que se voltou para a recusa do que se colocava como recomendável pelas instituições científicas nacionais e internacionais.

Assim, as eleições e governos de Trump nos EUA e Bolsonaro no Brasil e a pandemia imprimem deslocamentos e questionamentos sobre a imagem da imprensa, que permitem negar e reafirmar em seguida a importância de um segmento de referência do/no jornalismo – e nos coloca diante desse construto simbólico do jornalismo, que contempla desde o objeto jornal monumentalizado em sua versão impressa até o esgarçamento da imprensa enquanto guardiã do Estado de direito, em seu fundamento nas sociedades democráticas.

Como é que, em países democráticos, tais como os EUA e o Brasil, com uma “imprensa livre” em funcionamento, os líderes de Estado puderam ser democraticamente eleitos com a participação decisiva das *fake news*? Como compreender essa circulação pública, nas redes sociais, que não faz parte da imprensa, mas, ao contrário, vai ainda requalificá-la como necessária e funcionar como um oposto? Trump e Bolsonaro são eleitos com a utilização das redes sociais, vídeos curtos e apelativos, memes, falas destrutivas e irreverentes.



Se uma parcela dos cidadãos já não mais buscava programas e produtos jornalísticos com assiduidade “para se informar”, dado esse reconhecimento na atualidade de uma imprensa não tão “guardiã” de um estado de direito, mas partícipe da sua política, e de modo bastante tendencioso, muitas vezes, a pandemia configura em um primeiro momento essa necessidade: a necessidade da informação por um jornalismo de propagação abrangente, que atinja toda uma mesma sociedade. Além disso, no Brasil, a pandemia escancara o jogo político de Bolsonaro que, na busca de seu público/ eleitor, coloca-se como vítima da grande imprensa e ataca sistematicamente jornalistas da *Globo*, do *Estadão* e da *Folha de S. Paulo*, empresas tratadas como inimigas desse governo atualmente instalado⁵.

A pandemia situa nas versões sobre a saúde a guerra que Bolsonaro representa para com a imprensa e as notícias de modo geral (e também para com o judiciário), enquanto um terreno específico que nos permitiria distinguir: de um lado a notícia, de outro a *fake news*. Para além, porém, de um confronto com a imprensa, que seria normal, a produção das chamadas *fake news* de dentro do próprio Palácio de Governo, como vem ocorrendo, situa-nos em um terreno que nos aparenta a um país fantasioso, imaginado no contexto da criação literária de um realismo fantástico.

Isto inclusive porque o que aparece inicialmente como estratégia eleitoral, mantém-se como governo, como vimos, produzindo a continuidade do espetáculo de apelo popular das figuras autoritárias de Trump e Bolsonaro. Ainda no artigo de Pinheiro citado, temos Margaret Sullivan, crítica de mídia do jornal *The Washington Post*, em palestra quatro dias depois da eleição dizendo “Acho que a imprensa viveu seu ano do pensamento mágico”, evocando o livro da escritora americana Joan Didion

⁵ Esse quadro permitiu a produção do documentário *Cercados - a Imprensa contra o Negacionismo*, de Caio Cavechini, de 2020, que mostraria a perspectiva do jornalista ou, mais especificamente, do repórter, diante da situação que vivemos na pandemia sob governo Bolsonaro.



sobre o luto: “É aquilo: você vê a coisa diante dos olhos, mas pensa que é óbvio que aquilo não vai acontecer. Quem fala o que ele fala, quem faz o que ele faz, era óbvio que não iria ganhar. E passamos o ano assim”.

Na continuidade da fala de Sullivan, um resumo sobre as análises possíveis naquele momento: a imprensa atribuiu ao malfeito menor de Clinton o mesmo peso que conferiu às barbaridades de Trump; encarou a candidatura dele como uma piada e não como um fato consumado; transformou a corrida eleitoral em um circo; confiou em gráficos e estatísticas ao invés de ir procurar entender o real anseio do eleitorado do país; deu a ele um palanque livre porque lhe trazia audiência; foi engolida pelas redes sociais; consentiu em ser manipulada. São apontados elementos diversos, que envolvem a ética da neutralidade (ouvir os dois lados), a tendência ao sensacional que caracteriza o funcionamento midiático da imprensa e a objetificação do jornalismo diante ou associado às redes sociais (é “engolido” pelas redes, ou se deixa manipular ao ser, como parte desse fenômeno do “passar pra frente” das *fake* nas redes, um instrumento político da direita).

As falas dos jornalistas entrevistados nesse artigo de Pinheiro (2016) sobre o contexto americano sem dúvida reverberam no contexto brasileiro. Steven Ginsberg, editor de Política do *Post*, diz sobre Trump que “Nunca um candidato mentiu tanto”. E ainda:

Antes, os políticos ficavam numa área nebulosa da verdade e era mais fácil escrever sobre isso. Já ele inventa, tem uma realidade própria sem qualquer compromisso com a verdade. Tudo tem que ser checado e desmentido imediatamente porque senão viramos parte da propaganda política dele. [...] Qualquer disparate que dizia aumentava sua popularidade nas pesquisas. Óbvio que isso queria dizer algo. (PINHEIRO, 2016).

Na descrição acima, compreende-se que “a mentira”, ou a “realidade própria”, compõe esse caráter notável, tantas vezes caricato, dos candidatos/ governantes, caráter que, assim tratado, os transforma não em



criminosos, apesar de declarações mentirosas e antidemocráticas, mas apenas em atrações, em sensação, pois, no funcionamento de mercado da imprensa, o jornal e a notícia significam pela sua audiência mesmo – enquanto na rede repercutem pela lacração.

Entre as estratégias semelhantes quanto à relação desses sujeitos com a imprensa, temos a desinformação programada e a rejeição encenada diariamente. A situação é assim descrita com relação à Trump: sua secretária de imprensa não retornava as ligações; ninguém sabia quem coordenava sua campanha; usava o Twitter para dar bronca nos jornalistas, reclamar e xingar; proibia que repórteres viajassem em seu avião durante a campanha; confiscou credenciais daqueles de quem não gostava etc. Bolsonaro, segundo relatório produzido pela organização Artigo 19 sobre a liberdade de expressão no mundo, emitiu 1.682 declarações falsas ou enganosas em 2020, uma média de 4,3 por dia (SOARES; YAMAGUTI, 2021). O relatório aponta ainda os ataques à imprensa: registraram-se 464 declarações públicas feitas ou pelo Presidente da República, ou por seus ministros ou ainda seus assessores, contendo ataques diretos a jornalistas ou deslegitimando o trabalho da mídia.

E ainda: “A estrutura de acesso à informação foi desorganizada no Brasil pelo governo. Ao mesmo tempo, campanhas de desinformação foram realizadas, inclusive durante a pandemia”, afirmou Denise Dora, diretora-executiva da Artigo 19 no Brasil e na América Latina, ao Poder360. Segundo o relatório, somente 15% dos pedidos de informação foram respondidos de forma completa: 35% dos pedidos de informação foram respondidos com informações incorretas, 25% com desinformação intencional, 20% com censura de informações e 5% com informações parciais.

As descrições e análises apresentadas acima mostram uma relação inextricável entre jornalismo, *fake news* e governo autoritário, uma relação que, no jogo de cena que se configura aos “espectadores”, ou vitimiza governo, segundo relatos próprios dessas figuras públicas e a crença de seus seguidores, ou vitimiza a imprensa.



Ainda segundo Ginsberg, do *The Washington Post*, a ascensão de sites de notícias falsas e sensacionalistas desestabilizaram o embate político; foi na ânsia de se mostrar imparcial, que o jornalista (que o jornalismo) teria tentado igualar o espaço dado à cobertura dos escândalos de Trump e de Clinton. O professor Robert Entman, do Departamento de Mídia da Universidade George Washington, por sua vez, diz que se deu uma sucessão de falhas por parte dos jornalistas, sendo que um dos maiores erros teria sido tratar o Trump político como o Trump celebridade.

Tais análises/declarações produzem uma determinada compreensão sobre as figuras públicas de políticos de extrema direita em seus “palanques”, que explicam seu êxito pelo “controle” que exercem da imprensa: controle ao desqualificar jornais e jornalistas e se voltarem para a manifestação direta com o seu público, através da internet em suas plataformas, como o Twitter; controle pelo simples fato de que, como se diz a respeito de Trump, “todo dia ele produzia um fato novo – fosse com uma frase polêmica ou absurda”.

Não me parece que Bolsonaro possa ser considerado um estrategista, na manipulação da imprensa, talvez nem mesmo Trump. A análise do professor, acima mencionada, avança ainda a continuidade para com o homem-celebridade, que confunde a mídia, fazendo-a transferir seus holofotes da celebridade para o político.

Pode-se pensar no quanto essas figuras de extrema direita forjadas, por exemplo, em Trump e Bolsonaro são, elas mesmas, frutos do sensacionalismo. Mais do que o “controle” da mídia – isso seria dizer pouco e/ou superestimar uns e subestimar outros – seria o caso de perceber como o funcionamento do espetáculo, que se aprende e apreende a partir do funcionamento das comunicações, da mídia, chegou a um ápice talvez não imaginado; não dessa forma.

Fagundes (2018) lembra como o jornalismo sensacionalista do *Notícias Populares* participou da queda de Jango em 1964. O jornal foi fundado em 1963 e teria como objetivo combater a “esquerdização” que se



processava na época, buscando neutralizar a influência que o jornal *Última Hora* exercia entre a classe trabalhadora. Não falar de política era a estratégia política do *NP*, sob a alegação de que dava a esses sujeitos (que compõem as classes trabalhadoras) o que eles queriam. Em relação a Bolsonaro, Fagundes considera que “o novo presidente foi eleito pelo tripé sensacionalista que explora o sexo, a violência e o sobrenatural”, a mesma estratégia da fundação do jornal sensacionalista *Notícias Populares*.

O sensacionalismo se sustentaria no tripé mencionado, ou seja, em aspectos polêmicos e libidinosos que se relacionam aos tabus, “temas que ficamos contidos em debater”. Dessa forma, Bolsonaro, assim como Trump, colocou sistematicamente em pauta essa relação do sujeito com desejos reprimidos (desejo de matar, desejo de dominação do macho, desejo homossexual etc.), representando, por um lado, aquele que irá estabelecer a ordem, e por outro aquele que “ousa exprimir aquilo que o público reprime aliviando deste os sentimentos de culpa” (FAGUNDES, 2018).

6 Considerações finais

Procurei levantar questões e fazer articulações na direção de uma compreensão do jornalismo na atualidade, a partir de suas condições de produção.

Aponta-se para um desmonte no governo Bolsonaro com relação a mecanismos de “acesso” à informação, dificultando ou impedindo a tarefa do jornalismo, em sua produção de informação legítima ao cidadão. Em cinco anos, o Brasil deixou de ser um dos países com maior pontuação do mundo em liberdade de expressão, segundo o relatório *The Global Expression Report 2021*, produzido pela organização Artigo 19, para ser considerado uma nação em crise de democracia e com a liberdade de expressão ‘restrita’. As estratégias do governo Bolsonaro seriam diversificadas, tendo em vista a distinção que o relatório produz entre informações incorretas, desinformação intencional, censura de informações



e informações parciais. Tais considerações dizem respeito à manutenção de uma imagem da imprensa em sua importância para o cidadão.

Mas, já em 2013, posteriormente às manifestações, falava-se em uma “crise de representação” do jornalismo tradicional, indicada pelo fato de que este, naquele momento, “perdeu a pauta” para as redes sociais⁶.

Não tenho a pretensão de ter resposta ou direção a apontar quanto aos questionamentos que ora apresento, penso apenas que no Brasil de hoje a grande imprensa (a chamada imprensa de referência brasileira, em suas poucas empresas/ famílias) não esteja desempenhando um papel decisivo – a não ser pela sua desqualificação mesma, agora na voz do autoritarismo.

E a voz do autoritarismo encontra-se na rede: diante dessa presença constante, e dos eventos nefastos todos, desde as *fake news*, declarações impróprias, e os desmontes sucessivos, faz parecer que antes havia uma esfera pública e hoje encontramos suas ruínas, seu “desmoronamento”. Pode-se pensar nas formas de presença desse sujeito autoritário, em seus ecos e repetições na rede: não poderíamos considerar o cancelamento e a lacração, práticas emblemáticas da comunicação hoje, como significantes desse sujeito voltado para o elogio da eliminação das diferenças?

O que tínhamos antes era produção de informação, em seu efeito de neutralidade, de um lugar de referência que significava um comprometimento com determinados setores da sociedade. Certos eventos, como o corte da fala de convidados, durante programas jornalísticos, ao vivo, mostram que a diferença no máximo é encenada, mas não contemplada de fato.

⁶ Cf. programa *Roda Viva* de agosto de 2013, com os integrantes do Mídia Ninja, Pablo Capilé e Bruno Torturra, que defendem a ideia de multi-parcialidade, reforçando o pressuposto de que não há jornalismo imparcial, mas é preciso que, em nome da pluralidade, diferentes pontos de vista sejam contemplados; defendem formas mais horizontais e participativas de jornalismo em tempos de conteúdos multiplataforma e conexões em rede.



A rede, mas não só a rede, e sim uma série de elementos no campo da representação política, trouxe também novos sujeitos à cena política, outros discursos, inscritos, por exemplo, nos emblemas da inclusão e do politicamente correto, para citar a questão de forma resumida, permitindo também novas possibilidades de jornalismo, como os *podcasts*, que são muitos e variados. Não só a rede, mas a rede situa a possibilidade de uma cultura outra, ameaçando certos monopólios antes indiscutíveis.

Assim, parece que, por um lado, a grande imprensa não chegou e não chega a constituir a possibilidade de um lugar de debate, a não ser talvez em alguns casos, quanto à afirmação da posição da ciência contra o negacionismo e seus efeitos na saúde, sobretudo em sua assistência pública. Por outro lado, é também, ainda nas redes sociais que se verifica hoje o lugar político da negação do político e da política.

Assim, das comunicações alternativas dos líderes autoritários, em seu desvencilhar-se da intermediação da imprensa, aos cancelamentos e lacres, não é mais a imprensa em sua “neutralidade”.

Referências

DEL BIANCO, Nélia R. **Radiojornalismo em mutação** – a influência cultural e tecnológica da Internet na transformação da noticiabilidade no rádio. 2004. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

DIAS, Cristiane, O discurso político e a política nas redes sociais: plataformas tecnológicas ou a ressignificação do espaço público. *In*: PRIA, Albano Dalla; KARIM, Jocineide Macedo; BRESSANIN, Joelma Aparecida; KARIM, Taisir Mahmudo (Org.) **Estrutura, acontecimento e formação: os sentidos do político nos estudos da linguagem**. Campinas: Pontes, 2019.

FAGUNDES, Raphael Silva. Matar e gozar com Jesus no coração: o tripé sensacionalista que deu vitória a Bolsonaro. **Revista Fórum**, 26 dez. 2018. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/rede/matar-e-gozar-com-jesus-no-coracao-o-tripe-sensacionalista-que-deu-vitoria-a-bolsonaro/#>. Acesso em: 20 dez. 2021.



FLORES, Giovanna B. O político no discurso jornalístico: sentidos de notícia e informação. *In*: SCHERER, Amanda E.; MEDEIROS, Caciene de; OLIVEIRA, Simone. **Linguística de nosso tempo**: teorias e práticas. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2018. p. 298-310.

FOLHA errou ao não afirmar que dados sobre vacinas vencidas poderiam decorrer de falhas do sistema; texto foi alterado. **Folha de S. Paulo**, 6 jul. 2021. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2021/07/folha-errou-ao-nao-afirmar-que-dados-sobre-vacinas-vencidas-poderiam-decorrer-de-falhas-do-sistema-texto-foi-alterado.shtml>.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HENRY, Paul. A história não existe?. *In*: ORLANDI, Eni (Org.). **Gestos de leitura** – da História no discurso. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1994.

JENKIS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

MARIANI, Bethania. O PCB e a imprensa. Os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989. Rio de Janeiro: Editora Revan; Campinas: Editora Unicamp. 1998.

MEDEIROS, Caciene de Souza. As condições de produção e o discurso na mídia: a construção de um percurso de análise. *In*: ENCONTRO DO CÍRCULO DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS DO SUL, 8., 2008, Porto Alegre, RS. **Anais [...]**. Porto Alegre, RS: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008. Disponível em:

http://www.leffa.pro.br/tela4/Textos/Textos/Anais/CELSUL_VIII/discurso_da_objetividade_e_condicoes.pdf. Acesso em: 08 dez. 2021.

ORLANDI, Eni. **Discurso e texto** – formulação e circulação dos sentidos. Campinas: Pontes Editores, 2001.

PÊCHEUX, Michel. A Análise do Discurso: três épocas. *In*: GADET, F.; HAK, T. **Por uma Análise Automática do Discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2016. p. 311-320.

PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso (AAD-69). *In*: GADET, F.; HAK, T. **Por uma Análise Automática do Discurso**: uma introdução à obra de M. Pêcheux. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1990. p. 61-105.



PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1988.

PINHEIRO, Daniela. O jornalismo pós-Trump. **Piauí/UOL**, edição 123, dez. 2016. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-jornalismo-pos-trump/>.

SILVA, Telma Domingues da. Comunicação e instituição: a esfera pública no Brasil. *In*: SILVA, Telma Domingues; SOUZA, Tânia Clemente; AUGUSTINI, Carmem (Org.). **Imagens na comunicação e discurso**. São Paulo: Annablume; Belo Horizonte: Fapemig, 2012.

SILVA, Telma Domingues da. Mídia e imagem urbana: tecnologia no discurso jornalístico. *In*: ORLANDI, Eni (Org.). **Cidade atravessada**. Campinas: Pontes, 2001. p. 151-163.

SILVA, Telma Domingues da. O sujeito urbano e a notícia impressa – novos percursos de leitura. **Estudos Linguísticos**, São Paulo, v. 45, n. 3, p. 1062-1071, 2016. Disponível em: <https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/817/1121>.

SOARES, Gabriella; YAMAGUTI, Bruna. Bolsonaro deu 1.682 declarações falsas ou enganosas em 2020, diz relatório. [S.I.]: **Poder 360**, 29 jul. 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-deu-1-682-declaracoes-falsas-ou-enganosas-em-2020-diz-relatorio/>.

SPONHOLZ, Liriam. O que é mesmo um fato? Conceitos e suas consequências para o jornalismo. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p. 56-69, dez. 2009.

TRIVINHO, Eugênio. Espaço público, visibilidade mediática e cibercultura: obliteração estrutural da esfera pública no cyberspace. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p.266-277, set./dez. 2010. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8194>. Acesso em: 10 dez. 2021.