

ENSAIO TEÓRICO

# DOS USOS (E ABUSOS) DA CENOGRAFIA JORNALÍSTICA: AS DESNOTÍCIAS E AS FAKE NEWS

Filipo FIGUEIRA  

Programa de Pós-Graduação em Linguística – Universidade Estadual  
de Campinas (UNICAMP)

## RESUMO

Neste ensaio teórico, busca-se discutir a relação entre duas formas de “imitação” do discurso jornalístico: as desnotícias (ou notícias satíricas) e as *fake news*. Ambas as formas de enunciação se espelham no discurso jornalístico para se construírem, ao mesmo tempo que produzem efeitos completamente distintos: um provoca o riso, o outro, a desinformação. Algumas questões se colocam: em que o campo jornalístico – supostamente afeito aos fatos e à verdade e arredio à política e à arte – *permite* sua subversão para fins tão diferentes dos seus? Por consequência, quais os efeitos e fundamentos dessas subversões? Este ensaio pauta-se pela tese de que o campo jornalístico se funda através do rompimento com um discurso engajado: considera-se que a mudança de um regime discursivo pautado pela agenda política (como o discurso publicista) para um pautado pela competição econômica marca a fundação do campo jornalístico. É nesse rompimento que o discurso jornalístico institui como valor ético central de sua prática a “norma da objetividade” (que engloba outros valores, como neutralidade, equilíbrio, honestidade etc.). O que se pretende expor neste ensaio, portanto, é que, delegando a constituição de sua cenografia (isto é, o modo como constrói sua legitimidade frente aos leitores) ao controle do registro linguístico-discursivo, o discurso jornalístico abre espaço para outros usos cenográficos (como os da desnotícia e da *fake news*), de variados matizes éticos, que se fiam na memória de sua legitimidade.



OPEN ACCESS

## EDITORAS

– Claudia Wanderley (UNICAMP)  
– Anna Christina Bentes (UNICAMP)

## AVALIADORAS

– Taísa Oliveira (UFMS)  
– Maria Giering (UNISINOS)

## DATAS

– Recebido: 16/03/2020  
– Aceito: 06/12/2020  
– Publicado: 23/02/2021

## COMO CITAR

FIGUEIRA, Filipo (2020). Dos usos (e abusos) da cenografia jornalística: as desnotícias e as *fake news*. *Cadernos de Linguística*, v. 1, n. 4, p. 01-28.

#### ABSTRACT

In this theoretical essay, our objective is to discuss the relationship between two ways of mimicking the journalistic discourse: the satirical news and the fake news. Both forms of enunciation draw their legitimation on journalistic discourse to enunciate themselves, even though producing completely different effects: one causes laughter, the other, misinformation. In face of that, some questions arise: in which sense the journalistic field – supposedly so keen on facts and truth and detached from politics and art – allows its own subversion for ethical purposes so different to their own? Consequently, what are the effects and fundamentals of such subversions? This essay is based on the proposition that the journalistic field is built through the detachment from a political engaged discourse: it is considered that what establishes the foundation of the journalistic field is the transition from a discursive regime guided by political agendas (as the publicist discourse) to one characterized by economic competition. It is through this disruption that journalistic discourse establishes the “norm of objectivity” as the central ethical value of its practice (which encompasses other values, such as neutrality, balance, honesty, etc.). Hence, what we propose in this essay is that, by delegating the constitution of its scenography (i.e., the way one builds its legitimacy in front of readers) as neutral to the control of its philological features, journalistic discourse opens a gap for other scenographic employments (such as those of satirical and *fake news*). This “void” results in various ethical hues, which, on the other hand, rely on the memory of journalistic legitimacy to enunciate themselves.

#### PALAVRAS-CHAVE

Cenografia; Discurso Jornalístico; Objetividade; Fake News; Desnotícia.

#### KEYWORDS

Scenography; Journalistic Discourse; Objectivity; Fake News; Satirical News.

*“É verdade essa mentira?”, pergunta-se frequentemente às crianças.*  
– Jean-Jacques Courtine

## INTRODUÇÃO

“O real precisa ser ficcionado para ser pensado” – esta é a provocação que Jacques Rancière (2009, p. 58) lança aos historiadores e àqueles que chama de analistas da realidade. O alerta de Rancière, por mais que possa parecer frustrante ou até mesmo “relativista”, nada têm dessas duas qualidades. Sua preocupação é dar a ver que, no regime estético em que nos encontramos, o limiar entre a razão dos fatos e a razão da ficção tornou-se turvo: arte e política participam, hoje, de um mesmo regime de verdade, construindo, ambas, os rearranjos materiais dos signos que constituem a partilha do sensível (o que se faz possível ver e dizer) nas sociedades modernas. A verdade, assim, está mais em disputa do que nunca: não mais restrita às antigas instituições que a legitimavam, abre-se uma peleja discursiva à céu aberto pelo seu domínio. Encaro este diagnóstico da atualidade como uma forma de compreender o fenômeno contemporâneo apelidado, dentre outros nomes, de “crise do jornalismo” e suas consequências.

Como campo da informação legítima (BOURDIEU, 2007), o jornalismo e a grande mídia gozaram, por bastante tempo, do domínio da verdade dos fatos, constituindo-se, no imaginário social, como o “bastião da cidadania” que regularia o poder, denunciando seus abusos. Por motivos diversos, no entanto, esse, que era para ser o fiel da balança democrática, tem a efetividade de seu papel colocada sob suspeita. Esse acontecimento permitiu o aparecimento de novas modalidades discursivas que, de maneiras distintas, valem-se do jornalismo para enunciar-se como formas legítimas de ficcionar o real. Sugiro um exercício de imaginação: que se leia as manchetes abaixo tentando ignorar as referências informacionais necessárias para sua compreensão (isto é, que se ignore os fatos que vêm à memória e saturam o sentido das enunciações). O que se verá, acredito, é que, apesar de algumas diferenças sutis – talvez o tom um pouco hiperbólico da primeira sentença –, os três enunciados poderiam todos ser lidos como jornalísticos:

- (1) Cientistas dizem que já nasceu primeiro humano que verá autocrítica do PT (O Sensacionalista, 20/11/2019)
- (2) Jean Wyllys confirma convite de Haddad para ser Ministro da Educação em eventual governo petista (Boato.org, 21/09/2018)
- (3) Dilma defende Marta e diz que não deu prazo para ministros saírem (Folha de S. Paulo, 21/11/2014)

Ora, não fosse a infeliz “realidade dos fatos”, seria ínfima a possibilidade de saber quais entre elas são verdadeiras e quais não o são. Ocorre que apenas a última das três manchetes é não apenas “verdadeira”, como efetivamente jornalística. As outras duas são imitações: a primeira, pela forma artística da paródia, é a manchete de uma desnotícia; a segunda, pela forma política da mentira, do boato e do rumor, é a de uma *fake news*. Curiosamente, Rancière (*id.*, p. 59) defende que são justamente a arte e a política as duas maneiras de construir ficções, isto é, de produzir “rearranjos *materiais* dos signos e das imagens, das relações entre o que se vê e o que se diz, entre o [que] se faz e o que se pode fazer”.

Frente a estes fenômenos, algumas questões se colocam: em que o campo jornalístico – supostamente afeito aos fatos e à verdade e arredo à política e à arte – permite sua subversão para fins tão diferentes dos seus? Por consequência, quais os efeitos e fundamentos dessa subversão? São essas as perguntas que pretendo discutir no presente ensaio. Para explorá-las, primeiro me deterei sobre a constituição histórica do jornalismo enquanto um campo jornalístico autônomo, destacando o papel central que a norma da objetividade operou. Em seguida, pretendo discutir os efeitos linguísticos da norma da objetividade na construção da legitimidade do discurso jornalístico como uma análise da realidade. Enfim, volto-me às duas modalidades discursivas acima mencionadas – as desnotícias e as *fake news* –, em uma análise enunciativo-discursiva, para compreender exatamente como e em que elas transgridem o discurso jornalístico. Assim, acredito que seja possível fazer avançar a hipótese de que está na relação que o jornalismo estabelece com a língua e com a linguagem a ocasião de sua própria subversão.

## 1. O CAMPO JORNALÍSTICO E O MERCADO DE NOTÍCIAS

Há talvez um grande equívoco que cometemos quando associamos naturalmente a ideia de informação – e, por consequência, da “verdade dos fatos” – ao *métier* jornalístico: por um lado, reafirma-se que o único interesse em disputa no campo jornalístico é do domínio da informação (isto é, investigar “o que realmente aconteceu”); por outro, mantém-se o pressuposto de que o campo jornalístico é, em si, o campo da informação, que ela estaria restrita a ele na forma da “informação legítima”. Esse duplo equívoco não é casual: o “efeito tautológico” entre jornalismo e informação decorre do fato de que a autoridade social do jornalismo cristalizou a associação da ideia de informação – e de como ela deve ser apresentada, construída e circulada – à ideia de jornalismo (RINGOOT, 2014). Ora, o inverso, curiosamente, também não deixa de ser verdadeiro: a autoridade social do jornalismo decorre largamente desse mesmo efeito tautológico, isto é, o jornalismo é uma autoridade porque está implícito na ideia de informação a de jornalismo. A

particularidade, portanto, da relação entre o jornalismo e a informação é que, diferentemente dos outros campos linguageiros, ele “institui a informação enquanto objeto de discurso” (*id.*, p. 58)<sup>1</sup>. Interessa a essa discussão especificamente o processo dessa instituição, mais especificamente seus efeitos discursivos.

A constituição da informação como objeto discursivo tem razões históricas bastante peculiares, e as consequências desse processo têm sua importância principalmente pelo papel central que a “norma da objetividade” passou a desempenhar. Há uma tendência anacrônica, segundo a análise de Jean Chalaby (1998), com a qual concordo, em assumir que, desde o surgimento mais rudimentar da imprensa, a informação (enquanto “fato”) seria sua preocupação principal. Na contramão dessa assunção, o sociólogo defende a tese de que o campo jornalístico como está organizado hoje (isto é, associado à ideia da objetividade) é produto de um processo singular de diferenciação e especialização ocorrido no século XIX (principalmente nos Estados Unidos, no Reino Unido e na França), cuja motivação deu-se principalmente por critérios econômicos. Segundo Chalaby (1998), a existência da imprensa “antes” do jornalismo não preconizava a verdade dos fatos, mas a atuação política; por isso, defende chamá-la de “discurso publicista”.

Anteriormente, portanto, ao surgimento das práticas e estratégias específicas ao discurso jornalístico, o discurso publicista não constituía um campo propriamente dito, autonomizado das outras esferas da sociedade: “os publicistas eram constituintes tanto da esfera proletária quanto da burguesa, e seus textos exprimiam suas posições relativas dentro dessas esferas” (*id.*, p. 33)<sup>2</sup>. Enquanto um discurso subordinado a outros, o discurso publicista apresentava idealmente alguns traços típicos: era partidário (enunciavam a voz e as visões políticas de um grupo social específico), público (faziam coincidir seu discurso ao coletivo que participavam) e relacionalmente coerente (equilibravam o tom de seu discurso entre seus princípios ideológicos e a realidade objetiva do público alvo). Os publicistas, preocupados com a prática política, julgavam os fatos relevantes para seus leitores com base em critérios morais, políticos ou religiosos, a depender dos seus próprios princípios; se os eventos cotidianos não tivessem relação com esses princípios, não se considerava importante noticiá-los. Ademais, em decorrência de sua submissão à esfera política, essa formação arcaica da imprensa era um grande palco de conflitos entre os publicistas (principalmente aqueles vinculados às classes oprimidas) e os poderes locais e os poderes soberanos.

As divergências entre o discurso publicista e o jornalístico são evidentes e, segundo Chalaby (1998), são duas as razões que levaram à transformação de um em outro. Em primeiro lugar, diferentemente do campo jornalístico tal como é hoje, a imprensa do discurso publicista

1 Minha tradução. No original: “*le journalisme a ceci de particulier qu’il institue l’information en tant qu’objet de discours*”.

2 Minha tradução. No original: “*Publicists were constituents of either a bourgeois or proletarian public sphere, and their texts were the expression of their relative positions in these spheres*”.

tinha uma tiragem bastante restrita: de um lado, havia o desejo em dialogar com um público alvo fortemente específico (isto é, com aqueles com quem já eram alinhados politicamente, não havendo porque imprimir uma quantidade extensa de exemplares); de outro, havia as altas taxas sobre as publicações, que elevavam o preço do exemplar para além do poder de compra da maioria da população, o que impedia a expansão do número de tiragens. Assim, o surgimento de novas circunstâncias econômicas levou os recém-jornalistas a desenvolverem outras estratégias discursivas para se manterem competitivos. Em vista da alta do preço do maquinário necessário para a impressão de alta tiragem e da crescente industrialização desses países, a retirada dos impostos sobre as impressões transformou o que era um “público alvo restrito” em uma luta por “parcelas de um mercado”. Para o sociólogo, esse dilema econômico não foi o único que motivou a diferenciação, mas teria sido o mais significativo: instaurada a lógica da concorrência, apenas aqueles com capital financeiro e simbólico suficientemente grandes conseguiram manter-se operantes. Em suma, o que promoveu a diferença do jornalismo das formações discursivas anteriores é que os textos jornalísticos são produtos de relações de conflito *majoritariamente econômicas*. Desde seu surgimento, portanto, os veículos de informação estão atrelados ao funcionamento econômico, seja associando-se a um poder político-econômico hegemônico, seja funcionando como uma empresa, cuja mercadoria é a própria notícia (RAMONET, 2013).

Enquanto um campo discursivo que se autonomiza, é preciso levar em conta que não apenas uma nova rede de lutas e relações discursivas foi estabelecida a partir desses conjuntos de valores, mas também se erigiu um metadiscurso sobre o campo, de certa maneira definidor dessa rede. Enfim, para se distanciar definitivamente “da relação dogmática e engajada dos publicistas com a realidade” (CHALABY, 1998, p. 81)<sup>3</sup> e se tornar um nicho de mercado, o campo recém constituído do jornalismo investiu na separação radical entre a opinião e o fato: “[a] competição econômica entre agentes coletivos dentro do campo jornalístico, uma forma específica de luta, é um determinante chefe das práticas discursivas jornalísticas e, portanto, das características filológicas dos textos que escrevem” (*id.*, p. 34)<sup>4</sup>. Assim, os primeiros jornais propriamente ditos eram divididos entre as colunas opinativas de um lado e, de outro, as notícias fatuais – uma divisão que se mantém relativamente estável até os dias de hoje. Como estratégia para a venda de notícias, os jornalistas tiveram também de transformar seu registro linguístico: assim, não só diversificaram suas pautas e a escolha do que é noticiável (agora uma resposta ao imaginário da audiência, o

3 Minha tradução. No original: “*journalists detached themselves from publicists’ principled and dogmatic relation to reality*”.

4 Minha tradução. No original: “*Economic competition among collective agents within the journalistic field, a specific form of struggle, is a chief determinant of journalists’ discursive practices and thus of the philological characteristics of the texts they write*”.

“mercado”), como remodelaram sua maneira de escrever, estabelecendo um registro linguístico pautado pela imparcialidade frente ao antigo engajamento publicista.

O que interessa a este ensaio é que a mudança de um regime discursivo pautado pela agenda política (o discurso publicista) para um pautado pela competição econômica (o discurso jornalístico) trouxe consigo uma mudança simbólica significativa na produção discursiva e textual da imprensa (as tais “características filológicas” de que fala Chalaby). Esse novo modo de escrever, embasado pela norma da objetividade, não é contingente, mas, ao contrário, uma necessidade. Como uma prática discursiva fundadora, a norma da objetividade é muito mais do que um conjunto de regras a se seguir,

[é] também um ideal, porque muitos jornalistas são sinceros ao tentarem ser o mais objetivo possível; é uma crença, porque muitos jornalistas, apenas de admitirem que não são completamente objetivos, pensam que podem melhorar em sua objetividade; e finalmente é uma afirmação, uma vez que os jornalistas desejam que sua audiência acredite que eles são objetivos. Mas é como norma que a objetividade teve seu impacto mais potente sobre o discurso jornalístico (CHALABY, 1998, p. 133)<sup>5</sup>.

O que se vê é que a norma da objetividade e o efeito de espelho da realidade – enquanto resultado de fenômenos econômicos – não são apenas análogos ao campo jornalístico, mas são partícipes de sua diferenciação dentre o restante do macrocosmo social. Em linhas gerais, a defesa da norma da objetividade tornou-se a grande reguladora desse campo; portanto, como ideal, crença e afirmação, ela foi (e ainda é) a grande fiadora do discurso jornalístico: uma força construída *ex nihilo* para se legitimar enquanto campo e discurso autônomos e para se proteger das organizações políticas que antes representavam. Logo, muito mais do que um simples efeito de separação da esfera política, a norma de objetividade construiu o jornalismo enquanto uma mercadoria: tornou-o discursivamente possível e, acima de tudo, vendável. Pode-se dizer, portanto, que o efeito de objetividade serve, para o discurso jornalístico, como meio de naturalizar a verdade que enuncia: uma verdade inacessível à maioria, mas que se apresenta (apenas) por meio do veículo jornalístico, (supostamente) imparcial, desinteressado e sem uma agenda política própria – o jornalismo estabelecerá as “coordenadas semióticas”<sup>6</sup> possíveis para compreender o real: “isto que dizemos, assim é o real”. Torna-se pertinente, portanto, recorrer ao enquadramento proposto por Dominique Maingueneau (2006, 2013) de “cena da enunciação” para compreender como se manifesta discursivamente a saturação da verdade no discurso jornalístico.

5 Minha tradução. No original: “*It is also an ideal because many journalists are sincere in their attempt to be as objective as they can; it is a belief because journalists, although they admit they are not totally objective, think they can improve in objectivity; and finally it is a claim, as journalists want the audience to believe they are objective. But it is as a norm that objectivity had the most potent impact on the journalistic discourse*”.

6 Cf. Deleuze e Guattari (2011).

## 1.1. OBJETIVIDADE, CENOGRAFIA E LEGITIMIDADE ENUNCIATIVA

Segundo Maingueneau (2013, p. 95), o “texto não é um conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por um discurso em que a fala é encenada”. Isto é, uma produção discursiva se define pelas marcas linguísticas internas e mostradas, no sentido pragmático, que delegam papéis aos referenciais e dêiticos da enunciação. Enfim, apesar do quadro cênico (o tipo e o gênero discursivos) ser o coração da enunciação, não é diretamente com ele que nos confrontamos, mas sim com a cenografia que os envolve, com a distribuição e o jogo dos papéis com os quais os coenunciadores efetivamente se encenam (MAINGUENEAU, 2006). A cenografia, deste modo, pressupõe *um enlaçamento paradoxal*. Nas palavras de Maingueneau,

a noção de “cenografia” adiciona ao caráter teatral de “cena” a dimensão da *grafia*. Essa “-grafia” não remete a uma oposição empírica entre suporte oral e suporte gráfico, mas a um processo fundador, à inscrição legitimadora de um texto, em sua dupla relação com a memória de uma enunciação que se situa na filiação de outras enunciações e que reivindica um certo tipo de reemprego. A *grafia* é aqui tanto quadro como processo; logo, a cenografia está tanto montante como a jusante da obra: é a cena de fala que o discurso pressupõe para poder ser enunciado e que em troca ele precisa validar através de sua própria enunciação. A situação no interior da qual a obra é enunciada não é um quadro preestabelecido e fixo; ela está tanto a montante como a jusante da obra porque deve ser validada pelo próprio enunciado que permite manifestar. Aquilo que o texto diz pressupõe uma cena de fala determinada que ele precisa validar mediante sua própria enunciação (MAINGUENEAU, 2006, p. 253).

A cena de enunciação, assim, não é um quadro preestabelecido e fixo, mas está antes e depois da própria obra que se enuncia: o texto pressupõe uma cena anterior que também será validada mediante sua própria enunciação. A cenografia, em termos enunciativos, é o que insere o discurso em um fio de memória específico (o intradiscurso), mas, ao mesmo tempo, o relaciona com a memória coletiva do imaginário social no qual se enuncia (o interdiscurso). Ela é, portanto, essa armadilha, mediada pela memória discursiva<sup>7</sup>, que aprisiona e interpela o coenunciador, legitimando a cena enunciativa (e os papéis dos coenunciadores, bem como da própria enunciação, por extensão) e colocando em segundo plano o quadro cênico constituinte da enunciação: “todo discurso, por sua manifestação mesma, pretende convencer instituindo a cena de enunciação que o legitima” (MAINGUENEAU, 2013, p. 97).

Para compreendermos a subversão cenográfica das desnotícias e das *fake news* do discurso jornalístico, é necessário, primeiro, entender como é produzida a cena enunciativa de seu principal meio de ficcionar o real, as notícias. Para esse fim, recorro a duas obras, de Nilson Lage (1985) e Rudin e Ibbotson (2008). Me interessa nelas não sua orientação teórica, mas seu valor normativo em relação ao que se convencionou chamar de “linguagem jornalística”. Estes autores propõem modelos sintático-estruturais para definir as

<sup>7</sup> Como explica Courtine (2009, p. 104), toda formulação estabelece relações com outras “que ela repete, refuta, transforma, denega, isto é, em relação às quais ela produz efeitos de memória específicos”.



chamadas *hard news*, ou notícias fatuais – o coração da produção jornalística – em virtude da norma da objetividade jornalística. A notícia fatural, gênero discursivo ideal do jornalismo informativo, para ser bem produzida (não como sensacionalista ou, mais contemporaneamente, como *fake news*), tem de estar adequada a esse valor de objetividade (LAGE, 1985): desde sua estrutura (que segue a ordem de apresentação da informação central ao acontecimento e, enfim, aos seus desdobramentos), até sua formulação sintático-semântica (poucos adjetivos e ausência dos considerados interpretativos, frases curtas, sem afirmações circunstanciais etc.).

À luz da norma de objetividade, a linguagem jornalística, como a chama Nilson Lage (1985), funda-se em um controle rigoroso da língua, cujo horizonte é ocupado por uma preocupação semântica: é preciso que o discurso jornalístico se apresente de certa forma específica para que seus efeitos de sentido sejam aqueles esperados; isto é, é preciso que a linguagem seja *clara e referencial* para que expresse a *verdade dos fatos*. Conforme visto, esse desejo por uma linguagem que possa espelhar a realidade está inscrito na norma da objetividade que fundamenta a empreitada do discurso jornalístico de enunciar-se em completa adequação aos fatos e fazer vender sua mercadoria. Assim, haveria dois grandes imperativos no discurso jornalístico: a língua (ou a clareza da expressão), e o referente (ou a verdade como ela é). Em conformidade a eles, Lage (1985) define bastante objetivamente a notícia:

Do ponto de vista da estrutura, a notícia se define, no jornalismo moderno, como o relato de uma série de fatos a partir do fato *mais importante ou interessante*; e de cada fato, a partir do *aspecto mais importante ou interessante*. Essa definição pode ser considerada por uma série de aspectos. Em primeiro lugar, *indica que não se trata exatamente de narrar os acontecimentos, mas de expô-los* (LAGE, 1985, p. 16, meus destaques).

O acontecimento, portanto, é o grande astro da notícia, e cabe ao jornalismo apenas descrevê-lo, supondo-o como completamente apreensível. Adiante, em seu texto, o autor reforça a questão da referencialidade: para ele, cabe à notícia expor (e não narrar) – predileção que supõe uma separação entre objetividade/subjetividade no que tange aos dois modos enunciativos – apenas o que é de fato relevante. Em conformidade exemplar à necessidade econômica da objetividade, o papel do redator de notícias é o de ser uma espécie de “garimpeiro” de fatos (e acontecimentos), cuja “preocupação é saber se a informação tem importância ou desperta interesse bastante para ser publicada e como ressaltar essa importância ou interesse *mantendo a conformidade com os fatos*” (*id.*, p. 25, destaque meu). Quanto ao estilo, há um apelo sistemático à linguagem objetiva e imparcial:

*[a] retórica da notícia é referencial, por definição. Nisto ela se opõe à publicidade, que tem retórica conativa. O modo verbal da notícia é, portanto, o infinitivo, enquanto, nos anúncios, predomina o imperativo, ainda que por variantes estratégicas [...]. Sendo construção retórica referencial, a notícia trata das aparências do mundo. Conceitos que expressam subjetividade estão excluídos: não é notícia o que alguém pensou, imaginou, concebeu, sonhou, mas o que alguém disse, propôs, relatou ou confessou. É também axiomática, isto é, se afirma [sic] como*

verdadeira: não argumenta, não constrói silogismos, não conclui nem sustenta hipóteses. *O que não é verdade, numa notícia, é fraude ou erro* (LAGE, 1985, p. 25, meus destaques).

Em uma perspectiva referencialista da linguagem, Lage (*id.*, *ibid.*) postula que “a ideia de verdade está, aí, restrita ao conceito clássico do enunciado aos fatos”. É de aparência óbvia, portanto, sua conclusão: para a notícia (e para o jornalismo em geral), “não basta *ser* verdadeiro; é preciso *parecer*” (*id.*, p. 26, destaques do autor). Assim, aproximações, subjetivações, exageros e, acima de tudo, inverdades estariam excluídas do tom imparcial da linguagem jornalística. Todo esforço de Lage (1985) é de construir, pelo controle da (subjetividade pela) língua, a imparcialidade e a objetividade; em termos discursivos, seu esforço está em justamente adequar o discurso jornalístico aos conjuntos de valores da norma da objetividade.

Rudin e Ibbotson (2008), em seu manual de redação jornalística – que se note, portanto, que seu propósito é ensinar a escrita jornalística ideal –, não enfatizam tanto as características semânticas da referencialidade como faz Lage, mas se mantêm atrelados a ela. Assim, organizam os fatores “referencialidade” e “relevância” em uma estrutura, segundo eles, bastante tradicional e cristalizada no meio jornalístico, comumente conhecida como “pirâmide invertida”. Seguindo um “padrão lógico e fluente” (*id.*, p. 53), a (boa) notícia partiria das informações mais importantes às menos importantes ou mais gerais, conforme as considerações de quem a produziu, tradicionalmente respondendo a seis perguntas clássicas (quem, o que, onde, quando, por que e como). Seriam, dessa forma, quatro os segmentos da pirâmide invertida: a base, no topo e seguida à manchete, seria a *introdução*, que tentaria dar conta das seis perguntas (caso todas sejam necessárias), resumindo os principais pontos da matéria – este parágrafo é chamado de *lide*, segue à introdução (ou lide) os parágrafos satélites: a *explicação*, que continua a introdução, detalhando-a e descrevendo as circunstâncias do acontecimento; e a *amplificação*, que contempla informações mais abrangentes, como elaboração dos pontos fornecidos anteriormente, ou relatos e citações; por fim, a *conclusão*, que fornece um desfecho para a exposição.

Em suma, o que se vê na construção da notícia é que há um metadiscorso jornalístico que estipula não apenas o valor da objetividade, mas também sua possibilidade ao discurso jornalístico. Isto é, há um controle metalinguístico sobre o texto jornalístico para que ele se adeque ao que é considerado pelo campo jornalístico como o certo/adequado/imperativo para representar a realidade. Este contrato da objetividade é o que confere, ainda hoje, legitimidade ao discurso jornalístico; em torno dele, organiza-se não só o campo, mas todo o aparato discursivo da imprensa: tanto suas práticas, bem como seu discurso. No entanto, não é de hoje o debate, dentro e fora do campo jornalístico, sobre a possibilidade efetiva do efeito de espelho e da objetividade no jornalismo; isto é, se seria possível ou não à imprensa retratar a realidade “tal como ela é” a partir de um emprego específico de registro linguístico – mesmo Lage, defensor fervoroso da imparcialidade jornalística, deixa entrever esse

dilema quando submete a importância do acontecimento relatado ao crivo do jornalista ou da empresa de notícias a que ele serve. A tese da objetividade jornalística implicaria, segundo Genro Filho (1987, p. 197), em compreender o mundo de forma pronta e acabada, “cuja existência, portanto, seria anterior a qualquer forma de percepção e autônoma em relação a qualquer ideologia ou concepção de mundo” – isto é, que o real está aí para aqueles que se prestarem a observá-lo e descobrir sua verdade.

Caberia discutir, portanto, se esse controle metalinguístico seria suficiente para eximir as notícias de apresentarem posicionamentos, isto é, de efetivamente serem *discurso*. Para dar conta da análise desse fenômeno normativo, resgato brevemente uma premissa basilar da Análise do discurso: o primado da metáfora sobre o sentido (PÊCHEUX, 2010, 2015). Em poucas linhas, a AD parte do princípio de que “não há, de início, uma estrutura sêmica do objeto, e em seguida aplicações variadas dessa estrutura nessa ou naquela situação” (PÊCHEUX, 2015, p. 158). Assim, distinções como sentido denotativo e conotativo, próprio e derivado, literal e figurado não se sustentam, porque todo sentido é, de partida, metafórico. Uma palavra pela outra: a referência discursiva do objeto é constituída sempre no interior de uma formação discursiva dentro de uma família parafrástica – fenômeno que se nomeou de *efeito metafórico*, uma maneira de “lembrar que esse ‘deslizamento de sentido’ entre x e y é constitutivo do ‘sentido’ designado por esse x e y” (PÊCHEUX, 2010, p. 96). Por outro lado, é também por essa razão que os elementos textuais de um enunciado podem ser transformados (“meta-forizados”) em outro, deslocando-se historicamente (PÊCHEUX, 2015, p. 158). Ficcional o real é metaforizá-lo – e nem o discurso jornalístico consegue escapar disso. Observemos, agora, trechos da notícia do exemplo (3), para ilustrar o controle linguístico do jornalismo em sua relação com o efeito metafórico:

(4) [a] Dilma *defende* Marta e diz que não deu prazo para ministros saírem [...].

[b] Dilma *tentou minimizar* a polêmica sobre a decisão de Marta em divulgar a carta de demissão nesta terça-feira (11) durante sua viagem presidencial ao exterior. ‘A ministra Marta não fez nada de diferente, de errado, não teve atitude incorreta, seria uma injustiça [criticá-la]. Ela me disse o teor da carta antes de eu viajar. Logo depois da minha eleição, disse que sairia e eu aceitei. Ela me disse que enviaria uma carta’, afirmou Dilma [...].

[c] Dilma *evitou rebater*. Afirmou que a ministra apenas expressou o que pensa sobre o tema: ‘Não fez nada de diferente de outros ministros. As pessoas têm direito de dar opinião’ (Folha de S. Paulo, 21/11/2014, meus destaques).

Essa notícia foi publicada algumas semanas após a vitória acirrada de Dilma Rousseff (Partido dos Trabalhadores - PT) sobre o candidato tucano, Aécio Neves (Partido da Social

Democracia Brasileira - PSDB), elegendo-se para seu segundo mandato na cadeira da presidência, em 2014. À época, no entanto, a ex-presidenta já sofria quedas em sua popularidade (a vitória foi por pouco mais de 50% no segundo turno), e eram muitas as críticas às políticas econômicas levadas a cabo no primeiro mandato de sua gestão. Mais especificamente, esta notícia foi publicada no dia seguinte à divulgação da carta pública de demissão da então ministra da Cultura, Marta Suplicy (Movimento Democrático Brasileiro - MDB), à época filiada ao PT; nesta carta, um dos destaques foi aspiração da ex-petista de que a presidenta montasse uma equipe econômica independente, uma que pudesse resgatar a economia – aspiração que foi manchete em alguns jornais.

Da estrutura dessa notícia, é possível dizer que corresponderia perfeitamente àquela estipulada pelos autores acima e orientada pela objetividade e referencialidade. No que tange à modalidade linguística, é notável o uso de uma linguagem que produz efeito de sentido de imparcialidade e clareza, e a ausência (aparente) de pessoalidade nos textos, critérios que tanto Rudin e Ibbotson (2008) quanto Lage (1985) propuseram para a produção de uma boa notícia. Não há, por exemplo, nenhum tipo de inserção marcada do enunciador-jornalista em seu discurso, bem como a dêixis aparece apenas nos trechos de discurso direto de Dilma. Os “adjetivos interpretativos”, em oposição aos descritivos, como os define Lage (1985), também são inexistentes. De maneira ampla, a linguagem jornalística referencial, em acordo com a norma de objetividade (e os valores de “neutralidade” e “imparcialidade”), estaria sendo respeitada. No entanto, esse desejo fura perceptivelmente em pelo menos três pontos dessa notícia (outros poderiam ser destacados em uma análise um pouco mais abrangente, o que não cabe neste ensaio).

Ora, é fato que não há nenhuma forma marcada de introdução do enunciador nessas três sequências. Ao mesmo tempo, não há nenhuma adjetivação que indique o posicionamento do jornal ou do redator em relação ao acontecimento. Supostamente, não haveria nesses casos nenhum tipo de posicionamento ou interpretação – a adequação à norma da objetividade estaria plenamente garantida. No entanto, a escolha dos verbos é significativa quando a questão são os efeitos de sentidos. É preciso lembrar que o discurso jornalístico é um discurso que busca *explicar* os acontecimentos, isto é, cujo papel auto incumbido é de mediar a realidade (ou os fatos) e o público em geral (MOIRAND, 2007). Nesse sentido, cada sintagma acima, que supostamente exporia as reações da presidenta, é na verdade uma atribuição, um deslizamento parafrástico do sentido: a manchete em (4a) – “Dilma *defende* Marta...” – é exemplar desse funcionamento, pois fornece uma espécie de “chave de leitura”, em que todas as falas de Dilma são compreendidas pelo viés da “defesa” – *supor-se-ia*, portanto, não apenas que Marta estaria em posição de ser defendida, quanto que o fato de Dilma a defender seria notícia, logo, algo extraordinário. Nesse mesmo sentido, cada uma das três sequências discursivas introduz uma reação de Dilma à carta, supostamente da ordem da realidade objetiva, mas produzida no e pelo discurso jornalístico: por um lado, ela

visa minimizar a polêmica, mas sem sucesso – indicado pelo verbo “tentar”, em (4b); por outro, constrói-se uma imagem passiva ou até acuada, de alguém que não quer entrar na polêmica, enfim, que “evita rebater” (4c).

Na ocasião das eleições municipais paulistanas de 2020, duas manchetes da *Folha de S. Paulo* causaram grande alvoroço, principalmente nas mídias sociais, sendo largamente comentadas. Dada sua notoriedade e, em certa medida, sua exemplaridade quase palpável do fenômeno discursivo que me propus analisar, acredito que seja interessante também discuti-las, mesmo que brevemente. Ambas datam de um mês de diferença entre si, publicadas entre setembro e outubro de 2020. São elas:

- (5) Felipe Sabará, do Novo, *retifica a declaração de bens* e passa de R\$15 mil para R\$ 5 milhões (Folha de S. Paulo, 21/09/2020, meus destaques)
- (6) *Confrontado*, Boulos corrige patrimônio após *omitir conta à Justiça Eleitoral*, [candidato diz ter R\$579,53 no banco] (Folha de S. Paulo, 23/10/2020, meus destaques)

À primeira vista – ou melhor, se as lêssemos em separado –, não há nada que salte aos olhos: ambas cumpririam o papel republicano do jornalismo de “vigiar o poder” durante as eleições, auxiliando na idoneidade do processo democrático ao notificar o público/audiência da conduta dos candidatos à prefeitura. Ambas, assim, noticiam o mesmo “evento jurídico”: ter de rever as informações bancárias fornecidas à Justiça Eleitoral. No entanto, quando confrontadas, a economia do silêncio e do dito deixa entrever onde o discurso jornalístico, mesmo que se fiando em seus princípios deontológicos e filológicos rigorosos, “falha” em sua própria ordem – isto é, deixa ver que ainda é uma *interpretação*. Vou me ater, pela comodidade dos meus propósitos neste ensaio, a comentar a seleção lexical de cada enunciado.

Defendo que, entre ambas, e mesmo mantidos os princípios filológicos da norma da objetividade, há uma diferença de *densidade*<sup>8</sup> em como são retratados os candidatos ao cumprirem seu papel de vigília. Do primeiro, Felipe Sabará, do partido Novo, liberal, noticiou-se a *retificação* de sua declaração de bens. Supõe-se, de retificação, que Sabará apenas *corrigira* seu patrimônio; tê-lo declarado 330 vezes menor foi apenas um *erro* ou um *lapsos*, como informa o restante da notícia. O mesmo gesto jurídico “gentil” (de supor idoneidade, benefício da dúvida etc.) não foi estendido ao segundo candidato, Guilherme Boulos, do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), socialista: o que se tornou notícia foi a *omissão* de uma outra conta bancária, guardando o valor R\$ 579,00; supõe-

8 Cf. Possenti (2002).

se, portanto, que, sabendo de sua conta, *decidiu não a declarar* à Justiça – ao que se acrescenta o adjetivo “confrontado”, sinalizando a possibilidade de que sua correção tenha sido à revelia de sua vontade e somente em função do trabalho investigativo da empresa jornalística: como ressaltam no texto, o candidato havia declarado apenas seu automóvel, no casa dos 15 mil reais. A diferença está que entre *omitir* e *retificar*, pelo jogo entre dito e não-dito, entre o explícito e o elidido, explora-se o efeito metafórico para tensionar os enunciados em torno do *dolo*: Sabará *errou*, Boulos *mentiu*. Um “mesmo evento” sento noticiado de diferentes formas.

Novamente, são exemplos pontuais, mas que permitem ver que mesmo com o controle rígido sobre a linguagem, ainda assim há um enunciador (e um sujeito) por trás dessa notícia e, de modo geral, dos veículos e do discurso jornalísticos. Quando pensamos em termos de cena enunciativa, dos papéis atribuídos aos interlocutores pelo gênero de discurso e seu jogo cênico, a notícia pode ser descrita implicando um enunciador (o redator, o jornal) que relata um acontecimento ao seu coenunciador (possíveis leitores), tentando convencê-lo da factualidade de seu relato pelo seu próprio apagamento através de estratégias de controle linguístico. Em termos de cena enunciativa, por um lado, os textos noticiosos se propõem a relatar os acontecimentos a fim de produzir um sentido de imparcialidade, de um relato factual do real, regidos pela objetividade; por outro, esse controle normativo sobre a língua (e linguagem jornalística) inevitavelmente falha, uma vez que o sentido é inescapavelmente metafórico. Enfim, em poucas palavras, por conta do contrato genérico da notícia, que preconiza a objetividade, sua cenografia busca legitimar esse efeito pelo apagamento da figura do enunciador (CARNEIRO, 2014). É possível propor, portanto, que esse controle constitui a cenografia do discurso jornalístico, em específico, das notícias fatuais. Vejamos, agora, o processo de sua subversão.

## 2. AS REENCENAÇÕES JORNALÍSTICAS: RISO E DESINFORMAÇÃO

Como propõe Zoppi-Fontana (2018, p. 160), discutir a relação do jornalismo com seus modos de subversão é, enfim, atentar-se para uma “ética da enunciação”: para além do “compromisso com a verdade”, é preciso considerar também “as relações perigosas e camufladas [...] com o jornalismo e a mídia tradicional, que participam do jogo da mentira deliberadamente”. Esta questão está muito bem resumida no trecho que segue, de Flávia Biroli e Luis Felipe Miguel (2017):

Numa sociedade cindida por clivagens (de classe, de gênero, de raça, entre muitas outras), a apresentação de visões parciais como se fossem ‘nenhuma posição’ permite que as experiências e os interesses de alguns grupos sejam universalizados. Como as clivagens que diferenciam os grupos correspondem a privilégios, estamos falando de hierarquias socialmente estruturadas

que ganham forma no debate público por meio da visibilização e vocalização desigual dos grupos (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 11-12)

O dilema, portanto, quando tratamos da “crise do jornalismo” e das modalidades discursivas que o subvertem, não está circunscrito exatamente ao campo do “compromisso com a verdade” *versus* “a política do engodo”. Não é porque a imparcialidade seja falha que ela deixa de produzir efeitos. Como a discussão acima deixa claro, toda a legitimidade da ficção do real da notícia e do discurso jornalístico está depositada nessa construção de objetividade e no controle da linguagem. Os valores da objetividade são tão cruciais para o jornalismo que, no imaginário social de sociedades democráticas, constitui, até hoje, seu fiador de legitimidade: só é um jornal de fato aquele que é imparcial, que dá a verdadeira notícia sem ser “vendido” ou “partidário” (GUILBERT, 2013). Esse controle vai além das notícias, expandindo-se, por exemplo, para todas as modalidades da imprensa, passando pelo rádio até o telejornal (são conhecidos os casos de falso sotaque dos apresentadores e repórteres, que devem assumir uma prosódia supostamente neutra). Ao considerarmos que o jornalismo se faz de imparcial, escondendo que tem, inevitavelmente, uma agenda própria, entra-se no campo de *quem pode exercer certo “domínio legítimo” da mentira*. A hipótese que defenderei aqui é que tanto as desnotícias quanto as *fake news* enunciam-se mediante esse domínio legítimo de maneira a explorá-lo para fins distintos. Começo pelas desnotícias.

## 2.1. AS DESNOTÍCIAS E A PARÓDIA

Para compreender a relação enunciativo-discursiva das desnotícias com o discurso jornalístico, é interessante partir, primeiro, da compreensão da arte paródica que a sustenta. Sigo aqui a teoria de Linda Hutcheon (1989), para quem a paródia seria uma espécie de “obra limite” (p. 25): “uma confrontação estilística, uma recodificação moderna *que estabelece a diferença no coração da semelhança*” (*id.*, p. 19, meus destaques). Ao abordá-la pela dupla-codificação (um código matriz parodiado por um código ulterior), a autora defende que ela não precisa passar pela hostilidade, mas “pode ser uma crítica séria, não necessariamente ao texto parodiado; pode ser uma alegre e genial zombaria de formas codificáveis. O seu âmbito intencional vai da admiração respeitosa ao ridículo mordaz” (*id.*, p. 28). Dessa forma, apesar de ser sempre uma inversão irônica – isto é, de um dizer marcado pela discordância com o dito – não é necessário que essa ironia seja marcada também pela crítica ridicularizadora: “esta ironia tanto pode ser apenas bem-humorada [*playful*], como pode ser depreciativa; tanto pode ser criticamente construtiva, como pode ser destrutiva” (*id.*, p. 48). Seu traço principal, portanto, ao contrário da hostilidade (ou mesmo do riso), seria que toda paródia é produto da distância estabelecida pelo próprio texto com sua fonte.

A paródia é, efetivamente, a diferença no coração da semelhança; ficciona o real pela *repetição desarmônica*. O riso ou a fruição da obra paródica não viria do humor em particular, “mas do grau de empenho do leitor no ‘vai-e-vém’ intertextual (*bouncing*)” (*id., ibid.*). Apesar de que, em uma postura discursiva, proposições como “intencionalidade” e “codificação” não satisfizem o modo como concebemos a língua, o discurso ou mesmo a enunciação, os paralelos são possíveis<sup>9</sup>. Como fenômeno interdiscursivo, enfim, é possível argumentar que a paródia é uma *subversão legalizada* na medida em que é organicamente dependente do discurso que imita e ao qual se opõe – e justamente por isso se difere do *simulacro*<sup>10</sup>. Proponho ilustrar com um exemplo do portal *The Piauí Herald*. A desnotícia abaixo – de que recortei a manchete e o lide – foi publicada logo após a sabatina de defesa da ex-presidenta Dilma Rousseff, em seu processo de deposição. Diferente dos jornais, que publicaram sobre a sabatina em si, o portal *The Piauí Herald* atentou para outros elementos e desnoticiou, em resposta, um acontecimento falso, parodiando a cobertura jornalística.

(7) Dilma vai fazer mímica para os senadores

CASA DA MÃE JOANA – Depois de repetir as mesmas teses em seu discurso no Senado, nas respostas aos parlamentares e no cafezinho com Chico Buarque, Dilma Rousseff anunciou a adoção de novas táticas para sublinhar seus argumentos. “A partir das 20h, adotaremos um sistema inspirado no Responde ou Passa”, explicou o advogado José Eduardo Cardoso. “Dilma poderá escolher entre responder as perguntas ou pagar uma prenda.” Por volta da meia-noite, a presidente afastada usará a estratégia de desenhar seus pontos de vista numa cartolina presa num cavalete. De madrugada, partirá para o jogo de mímica (*The Piauí Herald*, 29/08/2016).

Há, evidentemente, elementos fatuais no texto: durante sua sabatina, Dilma Rousseff repetiu suas teses (“este processo de impeachment é um golpe político” etc.) inúmeras vezes, seja em seu discurso inaugural, seja nas respostas dos questionamentos também repetitivos que lhe foram dirigidos. No entanto, os fatos acabam aí. Isto é, é possível, se não provável, que Dilma tenha repetido essas mesmas teses ao cantor Chico Buarque, visto os posicionamentos políticos do cantor, anunciados publicamente, em defesa da ex-presidenta. Em todo caso, essa pequena tirada cômica não está no *script* jornalístico, não só pela pouca prova (ou relevância temática), mas porque de fato não apareceu nos veículos brasileiros de maior circulação. Logo, o que se segue na desnotícia é uma forma de explorar

9 Para uma discussão mais detida sobre uma teorização discursiva da paródia, sugiro modestamente minha dissertação (cf. FIGUEIRA, 2019), em especial o Capítulo II.

10 Cf. Maingueneau (2008).



humoristicamente a repetição da presidenta na sabatina através do recurso às diversas formas recreativas (mímica, adivinhas etc.), que, inclusive, sugeririam que sua defesa seria óbvia (por isso poderia ser manifestada através de recursos simples), ou ainda, lúdica (quicá, de faz-de-conta). O importante é que, aqui também, há alguma relação com o acontecimento (e como ele foi noticiado), mas a maior parte do texto não é imparcial, nem pretende representá-lo “tal como ele aconteceu”. Retomo outro exemplo. O texto encabeçado pela manchete em (1), do *site O Sensacionalista*, continua como segue:

- (8) Um grupo de cientistas que estuda o aumento da longevidade do ser humano comemorou um novo recorde: segundo eles, já nasceu o primeiro bebê que viverá para ver o PT fazer uma autocrítica.

Já pessoas ligadas ao partido acham que a autocrítica sobre a política econômica desastrosa dos governos Dilma, dos escândalos de corrupção e de não ter unido as esquerdas contra Bolsonaro em 2018 só vão ocorrer alguns dias depois que o Sol explodir, daqui a 2 bilhões de anos.

Ele garante que até lá Lula ainda será o presidente do partido e único candidato para todos os cargos do país (O Sensacionalista, 20/11/2019)

No que tange à estrutura, é patente que o texto se organiza tal qual uma notícia: inicia com uma manchete, abrangendo as informações centrais (a descoberta do recém-nascido); segue-a o *lide*, contextualizando o ocorrido (o suposto estudo levado a cabo por cientistas); e finaliza com dois parágrafos que amplificam (a suposta reação do partido à descoberta) e concluem (com o comentário sobre a onipresença de Lula) a exposição-narrativa. Quanto ao estilo, contudo, é nítida a diferença em relação ao discurso jornalístico: onde deveria se encontrar uma linguagem objetiva e parcial, há um estilo jocoso e paródico. A memória sobre o jornalismo e seu discurso de relato verdadeiro dos fatos, impregnada como factualidade e neutralidade na estrutura noticiosa, é utilizada como cenografia e subvertida: dá-se tom de verdade a uma narrativa que é, em grande medida, inventada. Assim, é possível observar a ilogicidade de alguns enunciados que vão ao encontro das questões da objetividade e da factualidade; por exemplo, que a autocrítica do partido só ocorrerá “alguns dias *depois que o Sol explodir, daqui a 2 bilhões de anos*”. Ademais, há casos de hipérbole e absurdo (“pessoas ligadas ao partido acham que a autocrítica [...] só vão [*sic*] ocorrer alguns dias depois que o Sol explodir, daqui a 2 bilhões de anos”); adjetivos “interpretativos” (“a política econômica desastrosa dos governos Dilma”); entre outras ocorrências que vão de encontro ao que Lage (1985) define para o estilo jornalístico – afora a própria questão da “veracidade dos fatos” (os enunciados não só não são imparciais como não correspondem “objetivamente” ao real – e não se propõem a tal).

Em ambos os casos, o que se vê é que as desnotícias empregam a forma estrutural da notícia, no entanto, sem comprometer-se totalmente com a objetividade; o compromisso, ao contrário, é apenas com sua aparência – e isso basta para legitimar sua cena enunciativa. Baseando-me na definição de Hutcheon (1989), é possível dizer, enfim, que as desnotícias, para provocar o riso, jogam com o dissenso sobre a objetividade e com a possibilidade de adequar-se plenamente à norma de objetividade, conforme supõe o campo jornalístico. O que se observa, no que tange às desnotícias, é precisamente a recorrência cenográfica à situação de enunciação já legitimada da notícia, gênero discursivo jornalístico tradicional em nossa sociedade, difundidos nos mais diversos grupos sociais. O que a desnotícia faz, então, é apropriar-se da estrutura e do estilo da notícia como sua cenografia – a semelhança –, para, na verdade, subverter o princípio da objetividade – o coração da redação jornalística –, com uma narrativa ficcional – enfim, a diferença.

Em suma, enquanto a cenografia da notícia busca legitimar a interpretação do jornalista de um acontecimento (real), i.e., legitimar a imparcialidade e objetividade pressuposta pelo contrário genérico jornalístico, o mesmo não ocorre na desnotícia. O ponto é que é precisamente essa subversão cenográfica que possibilita ao leitor reconhecer no texto seu teor humorístico, e não apenas enunciados irrealis e absurdos. Portanto, a objetividade na notícia é expressa por meio de seu contrato genérico e legitimada pela cenografia; na desnotícia, ela é apenas uma aparência, uma encenação, um rastro de memória articulado para legitimar e dar graça à enunciação de uma narrativa inventada. Fica evidente que, mesmo que a desnotícia deva muito de sua estrutura e enunciação ao campo discursivo jornalístico e ao gênero da notícia, o propósito, por assim dizer, de seus enunciados não é informativo ou opinativo; enunciando um discurso humorístico – filiando-se, portanto, ao campo discurso do humor –, as desnotícias têm como propósito o riso, produzido pela paródia e pelo jogo com a língua e com os fatos. Assim, as desnotícias, mesmo que, por recorrerem a acontecimentos reais – direta ou indiretamente –, possam estimular o leitor a procurar informações sobre este acontecimento, ou até mesmo informar, em certa medida, seu leitor, este não é, em absoluto, seu intuito discursivo. Algo semelhante, mas com diferenças políticas significativas, ocorre com as *fake news*.

## 2.2. AS FAKE NEWS E A PSEUDOLOGIA

Ao contrário das notícias e das desnotícias, que apresentam quadros cênicos e cenografia mais estáveis, com publicações “completas”, com um “começo, meio e fim”, as *fake news* prescindem de “completude” na explanação do acontecimento falso: basta dizer o suficiente para que o engodo seja bem-sucedido, mesmo que de efeito efêmero. Como prática política *mobilizadora*, portanto, precisa “apenas” fazer com que uma proposição falsa pareça verdadeira; logo, pode assumir formas muito distintas, desde textos que imitam toda

a estrutura jornalística (da mesma maneira que fazem as desnotícias), até aqueles que imitam partes dela (como apenas a manchete, tal qual o caso (2), já apresentado) ou apenas carregam em si a memória do discurso jornalístico (como a produção massiva de mensagens instantâneas enviadas em aplicativos mensageiros ou de postagens em redes sociais como *Twitter* etc.). Entre todas essas formas, o esforço está em garantir que o *engodo* seja compreendido como *fato*. Ora, se o propósito das notícias (e do jornalismo) é providenciar a “elucidação dos fatos” – mesmo que como mercadoria –, e das desnotícias, provocar o efeito humorístico – pela arte da paródia –, o das *fake news*, em contrapartida, é espalhar uma inverdade, criar rumores, desinformar, participando da “pseudologia política” (COURTINE, 2006, p. 16), isto é, a arte ou prática milenar, intrínseca à política, de *mentir*.

Encontro nos comentários de Jean-Jacques Courtine (2006) ao tratado da *Arte da Mentira Política* (2006), de Jonathan Swift – publicado originalmente no ano de 1773, em anonimato –, caminhos para compreender o fenômeno político contemporâneo da pseudologia pelas vias das notícias falsas. Como argumenta, tanto à época da publicação do tratado quanto agora, todos mentem: “os ministros enganam o povo para governá-lo, o povo faz correr boatos caluniosos e rumores mentirosos para se desembaraçar deles” (*id.*, p. 18). A política nunca esteve, portanto, distante da mentira ou se opôs a ela. No entanto, o tratado “descreve, com efeito, o que era só um estado artesanal da dissimulação: os rumores, o boca a boca, as práticas orais, um acúmulo e uma circulação pré-modernas da calúnia” (*id.*, 22); hoje, a mentira “é eletrônica, instantânea, global; o produto de uma organização racional e de uma estrita divisão de trabalho” (*id.*, p. 23). Nos encontramos numa “nova era da tecnologia da mentira” (*id.*, *ibid.*), de uma produção maciça, produzidas numa escala sem precedentes: “[e]m lugar de uma associação de mentirosos, um Ministério da Verdade totalmente dedicado, como George Orwell o percebeu claramente na sua época, à fabricação da mentira” (*id.*, *ibid.*). O que Courtine (2006) busca evidenciar é que a mentira afetou a própria natureza da linguagem, “a possibilidade mesma de pensar a verdade de expressá-la com palavras” (*id.*, p. 24) – o que também fez com que ela se democratizasse e, em certo sentido, se tornasse mais modesta: ao invés da ambição pela longa duração histórica, grandes arcos narrativos calcados no engodo, a mentira contemporânea “é efêmera, eclética, pós-moderna” (*id.*, p. 25). Ao que me interessa, portanto, as *fake news* não são um fato novo, mas apenas uma nova roupagem para uma velha estratégia do discurso político – minha hipótese é que o imbróglio se dá justamente porque elas ingressam no jogo da mentira pública explorando o domínio legítimo que o jornalismo exerce sobre ela.

Como parte da “arte de fazer o outro de pateta” (*id.*, p. 19), as *fake news* obedecem ao cálculo enunciativo minucioso da verossimilhança: “[é] necessário saber adequar a enganação à verdade, às circunstâncias, aos fins visados” (*id.*, *ibid.*). Uma dessas formas de adequação à situação e aos propósitos planejados – dentro muitas outras – é pela cópia do estilo “direto e objetivo” da redação jornalística para fundamentar sua elaboração – com a

diferença que não há preocupação em subvertê-lo, como fica claro na manchete falsa em (2), recolhida pelo *blog Boato.org*. Nesses casos, ao contrário, quão mais próximo for o estilo dessas *fake news* aos propostos pelos manuais de redação jornalística, melhor. Esse fato fica evidente com a preocupação do jornal *Zero Hora* em zelar pela “boa escrita” ao enumerar, dentre outros desvios, indícios de uma notícia falsa, como segue abaixo:

(9) Como identificar notícias falsas

- O título costuma conter adjetivos chamativos e apelativos;
- O texto pode conter erros de português;
- Não há uma fonte identificada no texto. Ou a fonte citada é desconhecida;
- A notícia pode esconder sua data de publicação;
- Verifique se a URL da mensagem é de um site confiável. É frequente haver o compartilhamento de notícias de portais que sequer existem (o que importa para quem quer espalhar a falsa informação, no caso, é que se leia apenas o título);
- Uma notícia falsa geralmente vem como fotomontagens ou vídeos manipulados (Zero Hora, 23/11/2019)

Toda a lista é permeada pela norma da objetividade na medida em que se preza pela verdade das informações (pela presença de fontes que garantam a informações, de portais conhecidos e nomeados, além de textos não-manipulados) e pelo bom estilo jornalístico. A preocupação pela apresentação, seja na língua, seja no aspecto enunciativo mais amplo – porque não, pela cenografia jornalística? –, organiza as táticas para identificar uma *fake news*. Pode-se pensar inversamente, portanto, que uma “boa” *fake news*, isto é, uma *fake news* bem elaborada, cujo engodo seja bastante convincente, é aquela que consiga burlar ao máximo possível essas táticas, aproximando-se de um texto jornalístico autêntico ou explorando um já existente. Seja o caso abaixo, consistindo na imagem da manchete retratada em (2), seguida por um lide:



Figura 1. Exemplo de *fake news*. Fonte: *Boatos.org*.

O conteúdo “informativo” da *fake news* acima – o boato que se pretende espalhar – consiste em atestar que, caso fosse eleito na corrida presidencial de 2018, o ex-candidato Fernando Haddad, do PT, iria escolher o ex-deputado federal Jean Wyllys, do PSOL, hoje em “autoexílio” político, para a pasta da Educação. Diferentemente de outras *fake news* que se tornaram famosas (como o caso do “kit gay” ou da mamadeira erótica), não há nada diretamente escandaloso ou chocante anunciado aqui. Sua função, no entanto, é levantar a indignação. Para isso, recorre-se a mais basilar das qualidades que uma mentira precisa ter para ser bem-sucedida, a verossimilhança: visto que Jean Wyllys, abertamente homossexual e praticante de uma religião de matriz africana, foi e é um oponente explícito do candidato eleito, Jair Bolsonaro (então do PSL), desde muito antes da eleição, ele poderia ser considerado um perigo para os eleitores deste candidato. No que tange à sua cena enunciativa, pode-se afirmar que a manchete está em acordo com o estilo jornalístico, pois não há “erros de português”, como sugere o jornal *Zero Hora*, e está redigida em uma linguagem “imparcial e objetiva”.

O mais importante, no entanto, é que há um certo “golpe enunciativo” em sua cenografia, elemento que afiança sua legitimidade. Essa notícia falsa enuncia-se a partir da “cópia” de elementos visuais de um jornal renomado e conhecido, emprestando dele, portanto, uma legitimidade enunciativa previamente estabelecida. Vê-se, na imagem acima (Figura 1), que o *design* do jornal online *G1* está reencenado, bem como outros elementos textuais e paratextuais, como o lide, a data de publicação, a seção a qual corresponde a notícia (“Política”), a própria tipografia do texto etc. Enfim, se as desnotícias copiam elementos estruturais (como a pirâmide invertida) e alguns critérios estilísticos afim de subvertê-los, a *fake news* acima vai além: em uma relação de comensalismo, ela manipula a cenografia de um jornal de verdade, inserindo o boato que quer espalhar em uma cena enunciativa já legitimada. Dessa forma, cenografando-se como “a foto de uma notícia de um jornal verídico”, essa *fake news* consegue burlar o domínio da mentira, visto os outros critérios enunciados pelo jornal *Zero Hora*, delegando sua legitimidade à reencenação da cenografia jornalística pela cópia explícita.

Essa, no entanto, não é a única forma de uma notícia falsa circular. No outro extremo das táticas enunciativas das *fake news*, me parece razoável dizer, está o boca-a-boca, cujo fio que liga o enunciado falso ao discurso jornalístico se sustenta pelas redes de memória implicadas no dizer. Courtine (2006) e Swift (2006), cada um à sua época, já alertavam ao aspecto sorrateiro da mentira, ao papel fundamental do boca-a-boca para que as “lorotas” pudessem circular. Entramos no domínio do *rumor*; faz-se importante explorá-lo e as reflexões de Jean-Noël Kapferer (1987) fornecem pistas de como fazê-lo. O sociólogo francês nos lembra que, como a mais antiga das mídias de massa, “o rumor está em todo lugar, qualquer que sejam as esferas de nossa vida social” (*id.*, p. 10). O surgimento das novas mídias – desde as formas arcaicas da imprensa até a complexificação do campo

jornalístico e das mídias de massa –, por sua vez, antes de suprimi-lo ou tirar dele sua importância, apenas lhes garantiram um espaço mais especializado de circulação: “a partir de então, cada um tem seu território de comunicação” (*id., ibid.*)<sup>11</sup>. A proposição de Kapferer (1987) que mais interessa a este ensaio está no acontecimento dessa especialização; ao mesmo tempo em que o campo jornalístico constitui-se como o domínio legítimo da mentira, o rumor ganhou fôlego restituindo o espaço de *jogo* da verdade:

O rumor não é necessariamente ‘falso’: em revanche, ele é necessariamente não oficial. Na margem e por vezes em oposição, ele contesta a realidade oficial propondo outras realidades. É por esta razão que as mídias de massa não conseguiram suprimi-lo (KAPFERER, 1987, p. 304)<sup>12</sup>.

Enfim, se “o rumor é uma informação paralela, portanto, não controlada” (KAPFERER, 1987, p. 304)<sup>13</sup>, é na primazia metafórica do sentido, apanhada no entre-lugar do terreno oficial da imprensa e do terreno clandestino do boca-a-boca, que as *fake news* encontram outra ocasião para fazer circularem suas mentiras. Retomo a manchete (6) e apresento um último exemplo:

- (6) Confrontado, Boulos corrige patrimônio após omitir conta à Justiça Eleitoral; [candidato diz ter R\$579,53 no banco] (Folha de S. Paulo, 23/10/2020).
- (10) Boulos que afirmava não possuir bens agora fez uma correção. Ele esqueceu de declarar à Justiça Eleitoral uma conta bancária com quase 580 mil reais (@IzabelleFores, 24/10/2020)<sup>14</sup>.

Sucintamente, a mentira no enunciado (10) consiste em fazer circular a informação paralela de que o valor não declarado por Boulos seria, na realidade, mil vezes maior. Antes de me deter sobre ela, no entanto, faço uma consideração sobre o enunciado (10): é evidente que, frente ao enunciado (2), sua relação com o jornalismo poderia ser questionada. Afinal, trata-se de um tuíte como qualquer outro, sem nenhum tipo de mímica jornalística, o que poderia ser considerado apenas um comentário infeliz. Quanto ao mimetismo, não teria o que argumentar; efetivamente não se trata da mesma estratégia do enunciado (2). No entanto, diria que é precisamente por essa razão que a notícia falsa aqui funciona: parente

11 Minha tradução. No original: “*La rumeur est partout, quelles que soient les sphères de notre vie sociale. Elle est aussi le plus ancien des mass médias [...]. Malgré les médias, le public continue à tirer une partie de son information du bouche-à-oreille. L'émergence des premiers, loin de supprimer la rumeur, l'a seulement rendue plus spécialisée: chacun a désormais son territoire de communication*”.

12 Minha tradução. No original: “*Nous sommes là au cœur de la raison d'être des rumeurs. La rumeur n'est pas nécessairement « fausse » : en revanche, elle est nécessairement non officielle. En marge et parfois en opposition, elle conteste la réalité officielle en proposant d'autres réalités. C'est pourquoi les mass médias ne l'ont pas supprimée.*”

13 Minha tradução. No original: “*La rumeur est une information parallèle, donc non contrôlée.*”

14 Disponível em: <https://twitter.com/IzabelleFores/status/1320010753500471301?s=20>. Acesso em 17/11/2020.

da fofoca, da lorota, é na forma de comentário que o rumor circula, ele é da ordem do “ouvi dizer”. Ela depende, evidentemente, muito mais da confiança no enunciador do que da objetividade de seu dizer (KAPFERER, 1987), mas isso não diminui sua importância e muito menos a deixa distante do jornalismo. Cabe lembrar que, como define e defende Lage (1985, p. 16), os eventos devem passar por uma avaliação de interesse (tanto holístico quanto de seus aspectos particulares) para se tornarem notícia. Como mercadoria, a notícia depende do boato para vender; e o boato, como informação paralela, precisa da notícia para transgredi-la ao comentá-la. Algo que não mencionei na análise das manchetes se torna agora significa. No enunciado (6), a frase em colchetes – onde se encontra justamente a mentira em jogo nessa *fake news*, isto é, o valor retificado na declaração de bens – não está presente na manchete como ela aparece na publicação<sup>15</sup> da conta da *Folha de S. Paulo* no Twitter – plataforma em que se produziu e circulou o enunciado (10):



Figura 2. Excerto de publicação da *Folha de S. Paulo* no Twitter. Fonte: Autor.

Para saber o valor da conta bancária “omitida”, enfim, seria preciso abrir a notícia, e somente então o leitor saberia que, além de seu carro popular, Boulos deveria ter declarado também sua segunda conta no banco. Como visto acima, a escolha lexical da manchete (“confrontado”, “omitir” etc.), com ou sem a quantia da conta, caminha na direção de condenar Boulos pela sua conduta escusa. É possível aventar as razões que levaram a tal tratamento, mas me interessa mais os efeitos políticos que ela produz: Boulos é conhecido por ser um militante do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST), ao mesmo tempo que é oriundo da classe média alta. Assim, acusá-lo de *omitir* uma conta bancária (ainda mais

<sup>15</sup> Disponível em: Folha de S.Paulo no Twitter: “Confrontado, Boulos corrige patrimônio após omitir conta bancária em declaração de bens <https://t.co/eja3DHofaL>” / Twitter. Acesso em 23/11/2020.



sem revelar seu valor) leva água para o moinho daqueles que vêm na figura de Boulos um “político de esquerda hipócrita”, que usaria da sua participação no movimento social como plataforma para cargos políticos ou outros objetivos escusos – justamente o que vemos no enunciado (10), que ironiza seu esquecimento ao não declarar um valor altíssimo (mesmo que falso – e mesmo que não tão alto quanto os 15 milhões de Felipe Sabará).

Ora, é evidente que não se pode responsabilizar a notícia pela mentira que dela foi feita – efetivamente, consta na redação do texto, e também na manchete, o valor real do débito, e a intenção conta pouco para uma análise discursiva. No entanto, como boato, foi preciso apenas a *omissão*, agora, da *Folha de S. Paulo* – e a representação que fazem de Boulos não é um obstáculo, muito pelo contrário –, para que se transformasse uma notícia verdadeira em uma falsa. Bastou, portanto, ao enunciado (10) que sugerisse um valor a partir do que se constata na notícia: *na lacuna*, 579 reais se tornam 580 mil. As *fake news*, em sua verve de rumor, fiam-se não (apenas) à estrutura cenográfica, mas aos efeitos de enlaçamento que ela produz: a legitimidade que o jornalismo criou para si sobre a “informação verdadeira” e o apagamento de que sua prática carrega consigo uma hermenêutica abrem o espaço de jogo com a verdade necessário para o rumor se construir e se espalhar. “Os rumores nos lembram o evidente”, diz Kapferer (1987, p. 305), “que todas as certezas são sociais: é verdadeiro aquilo que o grupo do qual participamos considera verdadeiro”. Seja qual for seu grupo (da informação oficial ou da paralela), é preciso notar que “[o] saber social repousa sobre a fé, e não sobre a prova” (*id., ibid.*)<sup>16</sup>.

Em suma, se a notícia necessita de seu formato fixo e que dê conta de explicar o ocorrido, tendo, portanto, de entrar em detalhes (o que inclusive garantiria sua legitimidade); e se a desnotícia, como arte paródica, também acompanha certa estrutura que garante a tensão entre diferença e semelhança própria à paródia, pela qual constrói ou retoma o acontecimento pressuposto que irá fazer vacilar; uma *fake news*, no entanto, como prática política mobilizadora, precisa “apenas” fazer com que uma proposição falsa pareça verdadeira: logo, pode assumir formas muito distintas, desde textos que imitam toda a estrutura jornalística (como fazem as desnotícias), até aqueles que imitam partes dela (como apenas a manchete, tal qual o caso acima) ou apenas carregam em si a memória do discurso jornalístico (como as mensagens instantâneas enviadas massivamente em aplicativos mensageiros ou as publicações no Twitter, como o caso acima). O importante é somente garantir que o *engodo* seja compreendido como *fato*. Assim como as desnotícias, fiam-se a uma cena enunciativa já legitimada socialmente, inclusive ocasionalmente pela cópia e imitação de elementos que garantiriam essa legitimidade.

16 Minha tradução. No original: “*Les rumeurs nous rappellent l’évidence: nous ne croyons pas nos connaissances parce qu’elles sont vraies, fondées ou prouvées. Toute proportion gardée, c’est l’inverse: elles sont vraies parce que nous y croyons. La rumeur redémontre, s’il était nécessaire, que toutes les certitudes sont sociales: est vrai ce que le groupe auquel nous appartenons considère comme vrai. Le savoir social repose sur la foi et non sur la preuve.*”



Diferentemente das desnotícias, no entanto, as *fake news* não o fazem para subverter a estrutura jornalística, mas, sim, o modo jornalístico de ficcionar o real: a contradição entre a impossibilidade de expor a realidade objetiva dos fatos – uma vez que todo sentido é, de partida, metafórico – e o desejo de fazê-lo pelo controle linguístico é explorada para promover um engodo a partir do próprio funcionamento dessa contradição. Se as desnotícias jogam com o dissenso entre a norma da objetividade e a representação fiel dos fatos, as *fake news* exploram esse apagamento ao máximo: elas instrumentalizam o jornalismo e seu modo de ficcionar o real para produzir desinformação.

### 3. CONCLUSÃO

Iniciei meu percurso resgatando a constituição do jornalismo enquanto o campo do domínio da informação legítima. Discuti que os fundamentos de sua diferenciação estão baseados em critérios econômicos: abandonou-se o discurso político (abertamente) para mais efetivamente vender sua mercadoria, isto é, as notícias. A norma da objetividade, portanto, é importante para o jornalismo para além de um motivo ético, uma vez que ela é, principalmente, uma questão de sobrevivência econômica. Assim, o discurso jornalístico, para efetivamente funcionar como um “espelho da realidade” (ou como as formas abrandadas dessa posição, que se configuraram durante sua história, mas que nunca abandonam a factualidade e a objetividade), precisou adequar seu registro linguístico para esconder que, por detrás de toda enunciação, há inevitavelmente um sujeito; que por trás do sentido, há o *non-sens*, que ele é *metáfora*. Enfim, a legitimidade da ficção jornalística como “o que sucedeu” baseia-se na crença social da imparcialidade discursiva, cristalizada em sua cena enunciativa, tanto pelo estilo quanto pela estrutura dos textos. No entanto, toda tentativa de estabilização da língua, de ditar o que é “possível” e “impossível” no registro linguístico, instaura, pelo movimento mesmo da interdição, o espaço de jogo<sup>17</sup> para que essa separação seja subvertida.

Mesmo que o discurso jornalístico não possa ser discursivamente neutro, o próprio apagamento em favor da objetividade ainda assim se filia à tese da transformação do acontecimento em fato, ao anseio de uma interpretação objetiva e única para o real – é a isso que se presta a cenografia da notícia. Assim, a brecha que será explorada no discurso jornalístico pela sua mimese consiste na legitimidade de uma cenografia objetiva cuja possibilidade de

17 Gadet (2016, p. 198) defende que a “regra linguística” só pode ser definida negativamente, pois o gramatical só pode ser definido em comparação ao agramatical. Logo, toda regra linguística de (não)pertencimento ao sistema deve e é afetada por uma dimensão de *jogo*, “no sentido de um jogo de criança ou de sociedade, mas também pode ser um jogo de um músculo ou de um mecanismo” – como *espaço de manobra*.

referencialidade efetiva é, na realidade, *vazia*. As desnotícias, de seu lado, exploram a rigidez da cenografia linguística para apresentar outras possibilidades de partilha do sensível, outros modos, pela arte humorística da paródia, de ficcionar o real, evidenciando a contradição interna à prática jornalística. As *fake news*, por sua vez, instrumentalizam essa contradição inerente ao jornalismo em seu monopólio da mentira: como parte da pseudologia, usam do enlaçamento cenográfico que institui a legitimidade jornalística para expressar mentiras que sejam tomadas por verdade. Por um lado ou pelo outro, está na linguagem, e em sua relação com os regimes de verdade, a brecha explorada pelas duas modalidades discursivas. Testemunho e ficção confundem-se, de modo que “o que sucedeu” e “o que poderia suceder” atravancam-se, emaranham-se e potencializam-se na subversão da lógica jornalística. Parafraseando Lage (1985, p. 26), para as desnotícias e para as *fake news* – e mesmo para o jornalismo –, não é preciso *ser* verdade; basta *parecer*: no lugar do fato, para onde quer que se olhe, para o que quer que se diga, há somente ficção.

## 4. AGRADECIMENTOS

Agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) pela Bolsa de Mestrado (processo nº 2017/01190-9) que me permitiu realizar a pesquisa da qual resultou este ensaio (dentre outras reflexões). Agradeço também à orientação cuidadosa de Sírio Possenti, sem a qual esse texto seria impossível e de qualidade muito mais duvidável. Também, agradeço à Sheila Elias de Oliveira pelas reflexões em sala, bem como aos colegas de classe, que permitiram expandir os horizontes do ensaio que aqui apresento. Agradeço também ao Guilherme Bury, segundo leitor rigoroso e não-oficial de tudo que escrevo. Por último, agradeço às pareceristas pelas críticas e observações ao manuscrito e à equipe editorial da revista por todo o apoio técnico.

## REFERÊNCIAS

- BIROLI, F.; MIGUEL, L. F. Jornalismo, conflito e objetividade. In: \_\_\_\_\_. *Notícias em Disputa: Mídia, Democracia e Formação de Preferências no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2017. p. 57-90.
- BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2007
- CARNEIRO, M. Cenografia e Ethos: Legitimação enunciativa em uma notícia jornalística. *Alfa*, São Paulo, SP, Vol. 48, n. 2, p. 107-116, 2004.
- CHALABY, J. *The invention of journalism*. Nova Iorque: Palgrave MacMillan, 1998.
- CIENTISTAS dizem que já nasceu primeiro humano que verá autocrítica do PT. *O Sensacionalista*, 20 nov. 2019. Disponível em: <https://www.sensacionalista.com.br/2019/11/20/cientistas-dizem-que-ja-nasceu-primeiro-humano-que-vera-autocritica-do-pt/>. Acesso em 23/11/2019.

CONFRONTADO, Boulos corrige patrimônio após omitir conta à Justiça Eleitoral; candidato diz ter R\$579,53 no banco. *Folha de S. Paulo*, 23 out. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/10/confrontado-boulos-corrige-patrimonio-apos-omitir-conta-bancaria-em-declaracao-de-bens.shtml>. Acesso em 17/11/2020.

COURTINE, J.-J. *Análise do Discurso Política*: O discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos: EdUFSCar, 2009.

\_\_\_\_\_. O mentir verdadeiro. Em: \_\_\_\_\_ (org.). *A Arte da Mentira Política*: atribuído a Jonathan Swift. Pontes: Campinas, 2006, p. 13-30.

DILMA defende Marta e diz que não deu prazo para ministros saírem. *Folha de S. Paulo*, 12 nov. 2014. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/11/1546859-dilma-defende-gesto-de-marta-e-diz-que-nao-deu-prazo-para-ministros-sairem.shtml>. Acesso em 03/01/2020.

DILMA vai fazer mímica para os senadores. *The Piauí Herald*, 29 ago. 2016. Disponível em: <http://piaui.folha.uol.com.br/herald/2016/08/29/dilma-vai-fazer-mimica-para-os-senadores/>. Acesso em 15/10/2017.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. 20 de novembro de 1920 – Postulados da Linguística. In: \_\_\_\_\_. *Mil Platôs*: Capitalismo e esquizofrenia 2. São Paulo: Editora 34, 2011, v. 2, p. 11-62.

FELIPE Sabará, do Novo, retifica a declaração de bens e passa de R\$15 mil para R\$ 5 milhões. *Folha de S. Paulo*, 23 set. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painel/2020/09/filipe-sabara-do-novo-retifica-declaracao-de-bens-e-passa-de-r-15-mil-para-r-5-milhoes.shtml>. Acesso em 17/11/2020.

FIGUEIRA, F. *Três faces das desnotícias*: paródia, jornalismo e política nas publicações do *The Piauí Herald*. 2019. 141 f. Tese (Doutorado) - Curso de Linguística, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2019.

GADET, F. Trapacear a língua. In: CONEIN, Bernard et al. *Materialidades Discursivas*. Campinas: Editora da Unicamp, 2016. p. 185-200.

GENRO-FILHO, A. *O segredo da pirâmide*: Para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GUILBERT, T. *L'« évidence » du discours néolibéral*: Analyse dans la presse écrite. Broissieux: Croquant, 2011.

HUTCHEON, L. *Uma teoria da paródia*: Ensino das formas de arte do Século XX. Lisboa: Edições 70, 1989.

JEAN Wyllys confirma convite de Haddad para ser Ministro da Educação em eventual governo petista #boato". *Boato.org*, 21 set. 2018. Disponível em: <https://www.boatos.org/politica/jean-wyllys-ministro-educacao-haddad.html>. Acesso em 03/01/2020.

KAPFERER, J.-N. *Rumeurs*: le plus vieux média du monde. Paris: Éditions du Seuil, 1987.

LAGE, N. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 1985.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Editora Cortez, 2013.

\_\_\_\_\_. *Discurso literário*. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_. *Gênese dos Discursos*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MOIRAND, S. *Les discours de la presse quotidienne*: observer, analyser, comprendre. Paris: Presses Universitaires de France, 2007

PÊCHEUX, M. Análise Automática do Discurso (AAD-69). Em: GADET, F.; HAK, T. (org.). *Por uma análise automática do discurso*: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Editora da Unicamp, 2010. p. 59-158.

\_\_\_\_\_. Metáfora e Interdiscurso. Em: ORLANDI, Eni (comp.). *Análise de Discurso*: Michel Pêcheux. Campinas: Pontes, 2015. p. 151-161.

POSSENTI, S. Indícios de autoria. *Pespectiva*, Florianópolis, SC, v. 20, n. 01, p. 105-124, jan/jun 2002.

PREVINA-SE das fake news: saiba como identificar notícias falsas. *Jornal Zero Hora*, 15 dez. 2017. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2017/12/previna-se-das-fake-news-saiba-como-identificar-noticias-falsas-cjb8hebpt00wd01p9pauv1prt.html>. Acesso em 23/11/2019.

---

RAMONET, I. Meios de comunicação: um poder a serviço de interesses privados? In: MORAES, Dênis de (Org.). *Mídia, poder e contrapoder: Da concentração monopólica à democratização da informação*. São Paulo: Boitempo, 2013. p. 53-70.

RANCIÈRE, J. *A partilha do sensível: estética e política*. São Paulo: Editora 34, 2009.

RINGOOT, R. *Analyser le discours de presse*. Paris: Armand Colin, 2014.

RUDIN, R. e IBBOTSON, T. *Introdução ao Jornalismo: Técnicas Essenciais e Conhecimentos Básicos*. Rio de Janeiro: Editora Roca LTDA, 2008.

SWIFT, J. A arte da mentira política. Em: COURTINE, J.-J. (org.). *A Arte da Mentira Política: atribuído a Jonathan Swift*. Pontes: Campinas, 2006, p. 31-55.

ZOPPI-FONTANA, M. Pós-Verdade: léxico, enunciação e política. In: OLIVEIRA, R. (et al.) (orgs). *Linguagem e Significação: práticas sociais*. Campinas: Pontes, 2018, p. 133-166. Vol. 2.