
Desinformação, Liberdade de Expressão e Sentido: Uma Análise de Processos Referenciais em *Tweets* do Portal Aos Fatos ¹

Jaqueline Barreto LÉ²
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

RESUMO

Pautado na perspectiva teórica de Linguística de Texto e nos estudos comunicacionais da cultura digital, o presente trabalho aborda o fenômeno da desinformação a partir de redes referenciais de sentido – anáforas indiretas - que são ativadas em prol da orientação argumentativa associada a conteúdos falsos na web, mais especificamente, em *tweets* jornalísticos. Também investiga a relação entre a disseminação desses conteúdos falsos e os discursos que fomentam formas de resistência à censura numa defesa enviesada da liberdade de expressão. Para tanto, foram analisadas, no período de 15 de agosto a 15 de setembro de 2022, trezentas checagens do perfil Aos Fatos (Twitter @aosfatos), o qual constitui um portal jornalístico de combate à desinformação, atuando, sobretudo, na esfera política.

PALAVRAS-CHAVE: desinformação; liberdade de expressão; referenciação; pós-verdade; bolha informacional.

INTRODUÇÃO

Os estudos comunicacionais mais recentes sobre cultura digital têm lidado, inevitavelmente, com o fenômeno da desinformação e com as suas consequências em diversos campos de atuação humana ou *esferas sociais*, no sentido bakhtiniano do termo (BAKHTIN, 2003). Autores como Faustino (2019), Ferrari (2018, 2020), Lemos (2021), Santaella (2018a, 2018b, 2023, entre outros têm demonstrado que o efeito sombrio da atual desordem informacional é apenas um reflexo do movimento distópico do nosso convívio, há mais de duas décadas, com as redes e tecnologias digitais. Do ponto de vista das práticas textuais/discursivas ambientadas no meio digital, tal fenômeno também traz consequências à construção de sentido(s), uma vez que os usuários são levados a ativar determinadas redes referenciais e/ou inferenciais que se vinculam a uma determinada orientação argumentativa.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Professora Adjunta do Centro de Formação de Professores da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (CFP/UFRB). Doutora em Linguística. Líder do Grupo HIPERJOR. E-mail: jaqueline.le@ufrb.edu.br

Amossy (2016, p. 49), ao tratar modalidade argumentativa do discurso, define a *polêmica* como “um debate em torno de uma questão da atualidade, de interesse público, que comporta os anseios mais ou menos importantes numa dada cultura.” Nesse sentido, o discurso político promovido na esfera pública digital pode ser compreendido também como um modo de discussão em torno de um tema de interesse comum, sendo supostamente comprometido com a ética da informação. Embora saibamos que pontos de vista antagônicos fazem necessariamente parte desse debate, a desordem informacional apresentada atualmente nas redes faz com que nelas sejam fomentados, também, discursos enviesados, como, por exemplo, aqueles que estabelecem um confronto direto entre a liberdade de expressão e qualquer espécie de curadoria do conteúdo digital. A questão primordial que apresentamos no presente estudo é: como as redes referenciais e inferenciais de sentido ratificam (ou são ratificadas) por discursos cujos conteúdos se apoiam na desinformação?

Os dados coletados nesta pesquisa correspondem às checagens de fatos realizadas durante o primeiro turno da campanha eleitoral de 2022 no Brasil, quando o portal *Aos Fatos* verificou, sobretudo, as informações falsas veiculadas pelos presidenciais. Quanto às redes de referência, elas são representadas, nesta pesquisa, pelas *anáforas indiretas* (MARCUSCHI, 2005) e relacionadas a estratégias argumentativas utilizadas na propagação de conteúdos falsos, tanto no processo de produção como de recepção das informações, uma vez que influenciam ativamente na construção textual do(s) sentido(s). Além disso, no que concerne à escolha dos referentes – também chamados de *objetos de discurso* (MONDADA; DUBOIS, 2003) e sua relação com a argumentação no plano textual/discursivo - retrata-se, neste estudo, o ponto de vista do jornal a partir das checagens de fatos que são viabilizadas pelo portal. Desse modo, considera-se, nessa dimensão referencial e argumentativa, a relevância da depreensão dos objetos de discurso no processo de combate às *fake news* e, ainda, no entendimento das práticas textuais/discursivas que vão do discurso de ódio à liberdade de expressão.

1 A INSTABILIDADE CONSTITUTIVA DOS REFERENTES E A CONSTRUÇÃO TEXTUAL DO(S) SENTIDO(S)

A instabilidade constitutiva dos objetos de discurso, conforme apontam Mondada e Dubois (2003), é um aspecto que torna a depreensão dos referentes sempre resultado da

negociação intersubjetiva dos sentidos, a qual muitas vezes se pauta em processos inferenciais, bem como em conhecimentos de mundo (enciclopédicos) e nos conhecimentos partilhados entre os interlocutores (KOCH, 2006).

As autoras assinalam que os referentes, também chamados de *objetos de discurso*, Mondada e Dubois (2003) podem ser vistos como construtos culturais, representações constantemente alimentadas pelas atividades linguísticas processadas na instância discursiva. E, em tal perspectiva, seria mais adequado falar em referenciação do que em referência, de modo a ressaltar a ideia de processo que caracteriza o ato de referir. Nada teria, portanto, uma segmentação pré-definida: tanto as categorias discursivas quanto as cognitivas podem evoluir e se modificar de acordo com um contexto ou ponto de vista. As opções lexicais se reconstroem e se ajustam ao que está sendo negociado entre os interlocutores, dependendo de seus propósitos enunciativos.

Com efeito – no lugar de partir do pressuposto de uma segmentação *a priori* do discurso em nomes e do mundo em entidades objetivas, e, em seguida, de questionar a relação de correspondência entre uma e outra – parece-nos mais produtivo questionar os próprios processos de discretização. Desejamos, além disso, sublinhar que, no lugar de pressupor uma estabilidade *a priori* das entidades no mundo e na língua, é possível reconsiderar a questão partindo da instabilidade constitutiva das categorias por sua vez cognitivas e linguísticas, assim como de seus processos de estabilização”. (MONDADA; DUBOIS, 2003, p. 19)

Nessa abordagem, os modos de estabilização decorrentes da apreensão dos objetos de discurso são vistos como processos “que se desenvolvem no seio das interações individuais e sociais com o mundo e com os outros, e por meio de mediações semióticas complexas.” (MONDADA; DUBOIS, 2003, p. 22) Um dos processos de estabilização discursiva apontados pelas referidas linguistas é a *referenciação anafórica*. Como elas assinalam, a *anáfora* pode ser vista tanto como um modo de ilustrar tipicamente o problema dos referentes evolutivos (CHAROLLES; SCHNEDECKER, 1994, apud MONDADA; DUBOIS, 2003, p. 43), quanto como uma forma de estabilizar ou de focalizar uma denominação particular, excluindo para isso outras possibilidades, mesmo se elas estiverem potencialmente disponíveis no texto. Tal aspecto pode ser verificado no exemplo (1), apresentado a seguir:

Exemplo (1)



(Twitter @asofatos, 22/08/2022)

Em (1) verifica-se uma relação anafórica direta entre as expressões *pandemia de Covid-19* e *crise*. Tal processamento discursivo só foi possível, no entanto, por meio da negociação intersubjetiva com o leitor, capaz de acionar cognitivamente, entre os vários sentidos associados ao referente *crise*, aquele que mais se aproxima da situação em tela: uma pandemia mundial de um vírus até então desconhecido, e, ao mesmo tempo, a falta de estrutura dos hospitais públicos na região Norte do Brasil. Todos esses conhecimentos são mobilizados pelos interlocutores, na leitura do *tweet*, de modo a promover uma estabilização na construção do(s) sentido(s), mesmo sob o efeito da instabilidade constitutiva dos objetos de discurso.

1.1 As anáforas indiretas (AI) e a redes inferenciais de sentido

No âmbito das abordagens textuais do fenômeno coesivo, a definição de *anáfora indireta* (doravante AI) apresentada por Marcuschi (2005) se distancia da visão clássica, a qual atrelava a coesão anafórica à noção de retomada de expressões na superfície contextual e, também, à noção de correferencialidade entre as entidades do discurso. Nas últimas décadas, os estudos do texto passaram a incorporar uma visão mais ampla do processamento anafórico, pautada em associações metalinguísticas de diferentes tipos e redes inferenciais que se estabelecem sociocognitivamente. Segundo o autor, o processamento anafórico das AI também apresenta os seguintes traços: a) ativação de referentes novos como se fossem velhos; (b) a motivação ou ancoragem no universo textual. Esses traços podem ser vistos no exemplo (2):

Exemplo (2)



(Twitter @asofatos, 16/08/2022)

A relação indireta que se estabelece no encadeamento *alegações enganosas – urnas fraudáveis* se dá, no exemplo (2), por meio de um encapsulamento anafórico baseado em pistas que se ancoram no universo co-textual e, também, em redes inferenciais de sentido. Nesse caso, os aspectos sociocognitivos são cruciais aos processamento discursivo, pois permitem que o interlocutor infira quais seriam as alegações enganosas.

A classe das anáforas indiretas representa um desafio teórico e obriga a abandonar a maioria das noções estreitas de anáfora, impedindo que se continue confinando-a ao campo dos pronomes e da referência em sentido estrito. Ameaça noções de texto e coerência hoje no mercado, constituindo um problema central para as teorias formais da referência, sendo ignorada pelos gerativistas. Por fim, reintroduz no contexto da gramática aspectos sociocognitivos relevantes que permitem repensar tópicos gramaticais na interface com a semântica e a pragmática. (MARCUSCHI, 2005, p. 54)

Se o estudo das AI corresponde a um verdadeiro desafio teórico nos estudos de referência, grande parte de tal dificuldade se deve à imprecisão ou à oscilação na tarefa de determinar quais os tipos ou subtipos válidos para essa forma de processamento anafórico. Apoiado em Schwarz (2000), Marcuschi (2005, p. 61) adota a divisão das anáforas indiretas em dois grupos principais: tipos semanticamente fundados e tipos conceitualmente fundados. Com base nesses dois grandes grupos e fazendo algumas reformulações na classificação apresentada pela autora, ele chega a seis subtipos básicos:

a) AI baseadas em papéis temáticos dos verbos; b) AI baseadas em relações semânticas inscritas nos SNs definidos; c) AI baseadas em esquemas cognitivos e modelos mentais; d) AI baseadas em inferências ancoradas no modelo do mundo textual; (e) AI baseadas em elementos textuais ativados por nominalizações; (f) AI esquemáticas realizadas por pronomes introdutórios de referentes.

Lé (2012), por sua vez, propõe uma reelaboração das categorias apresentadas por Marcuschi (2005), reconhecendo apenas três subtipos de anáforas indiretas, quais sejam: a) as *anáforas associativas*, pautadas em tipos indiretos de associação semântica e/ou cognitiva; b) as *anáforas pronominais esquemáticas*, que envolvem coesão pronominal sem antecedente explícito; c) os *encapsulamentos anafóricos*, que incluem as nominalizações e os rótulos. Adotamos, neste estudo, a classificação proposta por Lé (2012, p. 31), por entender que esses subtipos são capazes de ilustrar o processamento anafórico indireto na sua correlação com os aspectos argumentativos no plano textual/discursivo.

Considerando, ainda, o potencial argumentativo no uso das expressões nominais referenciais, Koch (2001, p. 76) assinala que, ao se colocar em ação a estratégia de descrição definida, “opera-se uma seleção entre propriedades passíveis de serem atribuídas a um referente, daquela(s) que, em dada situação discursiva, é (são) relevantes para o locutor, tendo em vista a viabilização do seu projeto de dizer.” Desse modo, assumindo tal perspectiva, a argumentação discursiva também pode, sem dúvida, ser acionada, reforçada e reestruturada por meio de estratégias referenciais. Em outras palavras, a ação de *referir* e construir um dado objeto do discurso é motivada, em última instância, pela imagem referencial que o falante pretende ativar discursivamente, podendo incluir, sem dúvida, aspectos histórico-sociais e ideológicos envolvidos no ato de *argumentar*.

No que tange às práticas comunicativas que se dão são em meio digital, verificamos, ainda, que essa relação entre o *referir* e o *argumentar* pode também estar vinculada à ação de *desinformar*, na medida que a seleção de referentes em conteúdos falsos que circulam na web pode ser contornada por um determinados viés argumentativo, como se vê no exemplo a seguir.

Exemplo (3)



(Twitter @asofatos, 22/08/2022)

Em (3), observamos que a escolha do referente *ideologia de gênero* não se deu por acaso, uma vez que fornece uma base argumentativa ao processamento anafórico indireto *pátria – ideologia de gênero*. Tal expressão, amplamente utilizada por conservadores religiosos desde os anos 1990, serve de base para uma teoria da conspiração sobre um plano para minar a heterossexualidade e a família cristã. Sendo assim, a escolha do referente, nesse caso, atendeu à orientação argumentativa do produtor do texto, bem como apresentou conteúdo falso. Conforme destacou o portal Aos Fatos, uma pesquisa feita pelo Datafolha em julho 2022 apontou que 80% dos brasileiros consideram importante debater questões de gênero e sexualidade nas escolas. Desse modo, vemos, em muitos casos, que as ações de *referir*, *argumentar* e *(des)informar* apresentam apenas uma tênue linha divisória, estando fortemente imbricadas.

2 BOLHAS DE PÓS-VERDADE: DO DISCURSO DE ÓDIO À LIBERDADE DE EXPRESSÃO

Ao tratar da desinformação no âmbito da cultura digital, podemos também nos questionar como a negociação intersubjetiva de sentidos está relacionada a uma determinada orientação argumentativa identificada no plano textual-discursivo. Como os referentes, especialmente os que apontam para processos referenciais indiretos (*anáforas indiretas*), são estrategicamente utilizados, por exemplo, em textos do domínio

jornalístico-midiático e/ou da esfera política que apresentam conteúdo falso? Nesses campos de atuação, em que sentido podemos dizer que ações de *referir* e *argumentar* se aproximam da desinformação? Tendo em vista esse questionamento, partimos dos conceitos de *bolha* (FERRARI, 2018) e *pós-verdade* (SANTAELLA, 2018a) para explicar um dos aspectos distópicos do surgimento das redes: a rápida disseminação de *fake news*.

Ao tratar de *pós-verdade*, Santaella (2018a) destaca dois fatos históricos que marcaram o cenário político mundial em 2016: a eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, e o plebiscito do Brexit, no Reino Unido. Segundo a autora, trata-se, nos dois casos, de batalhas vencidas graças à disseminação de informações que não passaram pelo crivo da ética, pelo benefício da dúvida ou por aquilo que, para Stengers (2010), representaria a arte do cuidado. Desde então, o termo *pós-verdade* disseminou-se entre especialistas de diversas áreas do conhecimento – entre elas, a Linguística e a Análise do Discurso –, popularizando-se de tal forma que foi eleito, em 2016, a palavra do ano pelo Dicionário de Oxford. Assim, no verbete britânico, *pós-verdade* é indicado como um termo que denota “circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influenciadores na formação da opinião pública do que apelos à emoção ou à crença da pessoa”.

Segundo Ferrari (2018), a *era da pós-verdade* é marcada pela noção de *bolha informacional*, que surgiu no contexto da cultura digital há cerca de uma década para designar determinado espaço de proteção do usuários. Mas a noção de *bolha* sofreu modificações ao longo dos últimos anos. Santaella (2018b) lembra que, antes da *era da pós-verdade*, o que se entendia como bolha informacional era uma atividade baseada em “espaços de proteção e controle da privacidade, contra a invasão da vigilância” (SANTAELLA, 2018b, p. 19). Posteriormente, as bolhas passaram a ser relacionadas a incrementos de algoritmos, constituindo um espaço para detecção de um perfil psíquico, social, econômico, político, ou seja, para detecção da *forma mentis* daqueles que estão interagindo nas redes. Assim, o termo *bolha* começou a ser vinculado ao sistema de crenças, preferências e convicções dos usuários, delimitando, cada vez mais, aqueles indivíduos que podem ser enquadrados num dado perfil.

Neste cenário, entendemos que as *bolhas de pós-verdade* são justamente aquelas responsáveis por replicar esse sistema de crenças e convicções, sendo uma das principais condições envolvidas no mecanismo da desinformação, na disseminação das chamadas *fake news*. Desse modo, hoje assumimos que essas bolhas acabam por infestar as redes,

ferindo quaisquer valores baseados nas correspondências entre os discursos e os fatos objetivos, entre as palavras e os acontecimentos que eles designam.

Ainda que haja uma ou outra tentativa, por parte dos donos das redes, de eliminar a propagação de conteúdos falsos e postagens sensacionalistas - tal como se deu na mudança de algoritmo do Facebook em 2018 -, as bolhas continuam a funcionar como forma de mapeamento da *forma mentis* dos usuários, desvinculando-se da concepção inicial, que era ligada a um sistema de proteção da privacidade. Nesse sentido, ajudam também a engendrar discursos que antagonicamente, e de modo enviesado, se apoiam na liberdade de expressão e nas formas de resistência à censura, vinculados à má utilização dos espaços democráticos de informação.

Vemos, em (4), um *tweet* do Portal Aos Fatos que checa a fala dos presidentiáveis em debate televisivo, nas eleições de 2022. Nele o candidato Bolsonaro afirma que não houve xingamento de ministros, porém, a checagem de conteúdo realizada pelo referido portal jornalístico revelou duas ocasiões que contradizem a sua fala, a saber: o uso do termo *canalha*, para se referir ao ministro Alexandre de Moraes, em 7 de setembro de 2021; o uso da expressão filho da puta, para se referir ao magistrado Luís Roberto Barroso, em 6 de agosto de 2021.

Exemplo (4)



(Twitter @asofatos, 22/08/2022)

O exemplo apresentado em (4) revela, assim, a disseminação de discursos enviesados de liberdade de expressão pautados em discursos de ódio em que seria, por um lado, perfeitamente possível um candidato proferir xingamentos a autoridades

públicas e, por outro lado, negar o conteúdo desses xingamentos, contribuindo para desordem informacional em período de eleições.

Na contramão desse fenômeno, encontra-se a estratégia de distanciamento do leitor da sua bolha de informação, o que lhe permitirá uma compreensão textual/discursiva associada a fatos reais, objetivos, e não propriamente ao seu sistema de crenças e emoções. Entendemos, aqui, que a escolha dos referentes, bem como o processo de formação do leitor na cultura digital, passa, necessariamente, pela formação de um cidadão mídia-ativo, capaz não só de selecionar e checar as informações, mas também de compreendê-las e inferi-las, para assim atuar criticamente na realidade que o cerca. Por esse processo, esperamos a constituição de outra ética do discurso quanto à curadoria da informação, que leve em conta a promoção de diálogos sociais, de forma livre e democrática, na esfera pública digital.

2.1 As variadas faces do *fake*

Autores como Ferrari (2018), Santaella (2018b, 2023) advertem que os efeitos danosos das *fake news* são diversos e que elas assumem, também, diferentes formatos. No que tange aos tipos de conteúdo falso investigados na pesquisa, tomamos como referência a classificação apresentada pelo *First Draft News* (2017), um projeto de combate à desinformação *online* fundado em 2015 por nove organizações reunidas pelo Google News Lab. Em tal classificação, os sete formatos indicados foram: 1) conexão falsa. 2) contexto falso; 3) contexto manipulado; 4) sátira ou paródia; 5) conteúdo enganoso; 6) conteúdo impostor; 7) contexto fabricado. Esses tipos são indicados na Figura 1, apresentada a seguir.

Compreendemos, nesse sentido, que é necessário assumir que existe uma gradação em termos dos malefícios provocados pelas *fakes news*, já que elas são encontradas em inúmeras esferas sociais, públicas ou privadas, nas diversas práticas comunicativas da cultura digital. Assim, elas vão desde a simples sátira ou paródia, sem a intenção de enganar, até aos conteúdos e contextos 100% fabricados, com a intenção de enganar ou ludibriar. Por isso, como lembra Santaella (2023) definir a desinformação é preciso, uma vez somos levados, tendencialmente, a inserir todos esses eventos num mesmo bloco.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE DOS *TWEETS* DO PORTAL AOS FATOS

Neste estudo, foram analisadas, no período de 15 de agosto a 15 de setembro de 2022, trezentas checagens do perfil Aos Fatos (Twitter @aosfatos), o qual constitui um portal jornalístico de combate à desinformação, atuando, sobretudo, na esfera política. A coleta de dados foi feita no período do primeiro turno das eleições de 2022 no Brasil, de modo a acompanhar a checagem de fatos relativa à fala dos presidentiáveis, sobretudo nos debates televisivos. O objetivo geral foi investigar as redes referenciais/inferenciais de sentido poderiam estar vinculadas a uma orientação argumentativa que apoiasse o conteúdo falso apresentado pelos candidatos.

No que toca aos procedimentos metodológicos desta pesquisa e à abordagem utilizada da análise dos dados, optamos por um estudo tanto quantitativo como qualitativo. Em um primeiro momento, catalogamos as ocorrências de conteúdo falso (*fake news*), a partir da classificação apresentada pela Fisrt Draft News (2017). Em seguida, analisamos nos *tweets* alguns processos indiretos de referência que corroborassem tanto conteúdos falsos como também discursos enviesados em defesa da liberdade de expressão.

Em relação à quantificação dos tipos de *fake news*, foram encontrados, em termos percentuais, os seguintes índices: 11,4% para contexto falso; 17,2% para contexto manipulado; 7,6% para contexto fabricado; 52,5% para conteúdo enganoso; 9,5% para conteúdo impostor; 1,2% para conexão falsa e, ainda, 0,6% para sátira ou paródia, como se vê na tabela 1, apresentada a seguir.

TABELA 1: Quantificação dos tipos de conteúdo falso nos tweets jornalísticos

1 Contexto falso	2 Contexto manipulado	3 Contexto fabricado	4 Conteúdo enganoso	5 Conteúdo impostor	6 Conexão falsa	7 Sátira ou paródia
18	27	12	83	15	2	1
11,4%	17,2%	7,6%	52,5%	9,5%	1,2%	0,6%

Total: 158 ocorrências (em 300 *tweets*)

Esses dados mostram, nitidamente, uma maior tendência, na fala dos candidatos, a apresentarem desinformação do tipo *conteúdo enganoso* (52,5%) e uma menor tendência para o tipo sátira ou paródia (0,6%). Isso se justifica pelo fato de se tratar da checagem do conteúdo apresentado pelos presidenciáveis em debate televisivo, em que a formalidade associada às condições de produção discursiva reduziria as chances de uma linguagem em tom mais humorístico, dando preferência a um conteúdo enganoso como forma de culpar o adversário ou como forma de defesa do *ethos*.

Esclarecemos, ainda, em relação aos dados quantitativos apresentados, que, no total de 300 *tweets* que compõem o corpus da pesquisa, 142 foram desconsiderados por não apresentarem conteúdo falso ou por estarem relacionados a conteúdos informativos sobre o Portal Aos Fatos.

A segunda parte da análise dos dados da pesquisa, relativa à influência das redes referenciais e inferenciais de sentido na orientação argumentativa que apoia conteúdos falsos, será aqui ilustrada por dois exemplos de checagem das falas dos candidatos. Eles não apenas revelam desinformação, mas também contribuem, direta ou indiretamente, para a disseminação de discursos distorcidos em defesa da liberdade de expressão. Vejam-se, a seguir, os exemplos (5) e (6):

Exemplo (5)



(Twitter @asofatos, 07/09/2022)

Em (5), verifica-se o uso do referente *imprensa livre* por parte do candidato, que, em sua orientação argumentativa, propõe explicitamente uma defesa à liberdade de expressão. No entanto, com base em redes inferenciais de sentido, observamos que em sua fala há desinformação, do tipo *conteúdo enganoso*, por que querer se defender de

acusações de frequentes ataques a jornalistas e veículos jornalísticos – tais como a ameaça de não renovar a concessão da Rede Globo. Já no exemplo (6), o referente *maioria esmagadora da população*, utilizado pelo candidato Ciro Gomes, aciona um conteúdo falso, do tipo enganoso, para culpar o governo em questão pela falta de inclusão digital dos cidadãos brasileiros. No entanto, ele também apresenta, em sua ação argumentativa, uma desinformação para justificar a defesa indireta da liberdade de expressão nas redes.

Exemplo (6)



(Twitter @asofatos, 22/08/2022)

No exemplo (6), o referente *maioria esmagadora da população*, utilizado pelo candidato Ciro Gomes, aciona uma informação falsa, do tipo *conteúdo enganoso*, para culpar o governo em questão pela falta de inclusão digital dos cidadãos brasileiros. No entanto, ele também apresenta, em sua ação argumentativa, uma desinformação para justificar a defesa indireta da liberdade de expressão nas redes, já que, ao falar em *maioria esmagadora da população*, o índice real deveria ser de ao menos 70%, o que não corresponde aos dados checados pelo Portal. Segundo a pesquisa TIC Domicílios de 2021, do Comitê Gestor de Internet no Brasil, divulgada em junho de 2022, 83% dos domicílios brasileiros de área urbana e 71% dos domicílios da zona rural têm acesso a internet, contemplando um total de 48 milhões de pessoas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, em relação aos dados verificados na pesquisa, chegamos às seguintes conclusões: a) a dimensão argumentativa do texto, da qual os referentes fazem parte, é sempre estratégica para os interlocutores, fazendo parte do seu projeto de dizer, seja para veicular informação, seja para veicular desinformação; b) cabe ao leitor imerso na cultura

digital avaliar dos diferentes aspectos envolvidos nos jogos argumentativos presentes nesse cenário de desordem informacional, negociando e captando as redes referenciais e inferenciais de sentido; d) entre os tipos de *fake news* investigados neste estudo e checados pelo portal *Aos Fatos*, verificamos a predominância do tipo *conteúdo enganoso*, que ocorre quando o conteúdo falso é usado para culpar uma questão ou indivíduo ou mesmo como mecanismo de defesa do *ethos*; d) a esfera pública digital, enquanto espaço democrático de comunicação, em tempos de bolhas de pós-verdade, pode e deve estar atrelada a mecanismos governamentais de combate à desinformação – a exemplo da regulamentação das plataformas digitais -, a fim de que seja eticamente garantida a curadoria dos conteúdos veiculados nas redes.

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth. **Apologia da Polêmica**. São Paulo: Editora Contexto, 2017.
- BAKTHIN, Mikhail. Gêneros do discurso. In: BAKTHIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p. 261-306.
- FAUSTINO, André. **Fake news: a liberdade de expressão nas redes sociais na sociedade de informação**. São Paulo: Lura Editorial, 2019.
- FERRARI, Pollyana. **Como sair das bolhas**. São Paulo: EDUC/Fortaleza: Armazém de Cultura, 2018.
- KOCH, Ingedore V. G. A referenciação como atividade cognitiva-discursiva e interacional. **Cadernos de Estudos Linguísticos**. 41. p. 75-89. Campinas-SP. 2001.
- LÉ, Jaqueline Barreto. Referenciação e gêneros jornalísticos: sistemas cognitivos em jornal impresso e jornal eletrônico. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2012.
- LEMONS, André. **A tecnologia é um vírus: pandemia e cultura digital**. Porto Alegre: Sulina, 2021.
- MARCUSCHI, Luiz Antônio. Anáfora indireta: o barco textual e suas âncoras. In: KOCH, Ingedore V; MORATO, Edwiges Maria; BENTES, Anna Christina. (orgs.) **Referenciação e discurso**. São Paulo: Contexto, 2005.
- MONDADA, L.; DUBOIS, D. Construção dos objetos de discurso e categorização: uma abordagem dos processos de referenciação. In: CALVACANTE, M. M., RODRIGUES, B. B., CIULA, A. (orgs.). **Referenciação**. São Paulo: Contexto, 2003.
- SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras/ Cores Editora, 2018a.
- SANTAELLA, Lucia. Do clímax ao anticlímax das redes sociais. Prefácio. In: FERRARI, Pollyana. **Como sair das bolhas**. São Paulo: EDUC/Fortaleza: Armazém de Cultura, 2018b.
- SANTAELLA, Lucia. **Flagelos da desinformação**. São Paulo: EDUC: PIPEq. 2023.