

## **O novo medo e o medo do novo: o (des)encantamento no consumo de (des)informação**

Fabiane Villela Marroni 

(Centro de Pesquisas Sociossemióticas — CPS, São Paulo/SP, Brasil e  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul — UFRGS, Porto Alegre/RS, Brasil)

Analice Dutra Pillar 

(Universidade Federal do Rio Grande do Sul — UFRGS, Porto Alegre/RS, Brasil)

**RESUMO — O novo medo e o medo do novo: o (des)encantamento no consumo de (des)informação** — O presente trabalho visa propor uma reflexão crítica sobre os processos de persuasão/manipulação em Mídias Digitais Contemporâneas (MDC), a partir de temáticas políticas e sociais que circularam neste meio entre os anos de 2018 e 2019, marcados por um ambiente polarizado. Para um recorte mais específico, o corpus de análise foi selecionado a partir de dados disponibilizados por agências de fact-checking e do microblog Twitter.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Semiótica. Manipulação. Sincretismo de linguagens.

**ABSTRACT — The new fear and the fear of the new: the (dis)enchantment in the consumption of (dis)information** — This paper aims to propose a reflection on the processes of persuasion/manipulation of political and social themes in Contemporary Digital Media (CDM), which circulated between the years 2018 and 2019, marked by a polarized environment. For a more specific cutout, the corpus for analysis was mainly selected from data provided by fact-checking agencies and the Twitter microblog.

### **KEYWORDS**

Semiotics. Manipulation, Language syncretism.

**RESUMEN — El miedo nuevo y el miedo a lo nuevo: el (des)encanto en el consumo de (des)información** — El presente trabajo pretende proponer una reflexión crítica sobre los procesos de persuasión/manipulación en los Medios Digitales Contemporáneos (MDL), a partir de planteamientos políticos y sociales que circularon en estos medios entre los años 2018 y 2019, marcados por un ambiente polarizado. Para un recorte más específico, el corpus de análisis fue seleccionado a partir de los datos proporcionados por las agencias de fact-checking y del microblog Twitter.

### **PALABRAS-CLAVE**

Semiótica. Manipulación. Sincretismo de lenguajes.

## Um novo tempo<sup>1</sup>

Vivemos tempos de profundo obscurantismo social. As incertezas que norteiam nossas práticas cotidianas nos surpreendem a cada dia que passa. Ao nos depararmos com notícias da grande mídia, como jornais, revistas (*on-line* ou impressa), rádio e televisão, a temática predominante construída é a do medo e do porvir, principalmente relacionadas a assuntos políticos, econômicos e sociais. Nessa discussão, valores diversos circulam em nosso meio, em posicionamentos sociais e pela escolha (ou não) do nosso tipo de leitura. Nunca tivemos tanto acesso à informação e nunca se percebeu tanta desinformação. A facilidade de muitos ao acreditar em “verdades” disseminadas via redes sociais – para a maioria a única fonte de busca –, por exemplo, nos faz acreditar em uma sociedade extremamente volátil em termos de informação. O fenômeno interessante percebido é que, nesta volatilidade, nesse processo de “desinformação”, há grupos que se “acomodam” quando se identificam com determinadas posições/posturas retóricas e partem para o campo do dogmatismo. Parece-nos que os discursos, principalmente relacionados à política no Brasil, neste momento, em determinados grupos extremistas, são regidos pela modalidade da certeza, assemelhando-se a um discurso religioso. Neste discurso, de acordo com Fiorin (2014, p. 7)<sup>2</sup>:

[...] explica-se de tudo: de onde viemos, para onde vamos, qual o sentido do sofrimento, e assim por diante. Ele anuncia dogmas a que se adere pela fé. O discurso científico é modalizado pela contingência. Ele propõe modelos parciais de exploração da realidade. Por isso, nunca chega à verdade absoluta. Ao contrário, nele, ela é sempre provisória. É por essa razão que a ciência progride sempre. A fé é algo alheio à ciência. Enquanto o dogma fecha o discurso religioso, o conhecimento é uma aventura de múltiplas possibilidades.

Com a facilidade de acesso aos meios de comunicação, principalmente às redes sociais, o “encantamento”, ou a sensação de deslumbramento de pertencer a um grupo que compactua com suas ideias e que nelas acredita, fortalece a postura do sujeito que participa de tal comunidade, de tal debate, de tal interlocução.

Neste artigo, discutindo a partir de uma perspectiva crítica, abordaremos assuntos comentados nas redes sociais, como temáticas relativas ao contexto nacional, que circularam durante os anos de 2018-2019, marcados por polarizações passionais. A proposta é tentar refletir sobre esses “novos tempos”, doravante recorte feito, especificamente, na rede social *Twitter*. Cabe destacar que os *tweets*, aqui analisados, foram selecionados a partir de “contas”, de publicações feitas por jornalistas de grandes grupos de mídia, da mídia independente e por professores (com número de “seguidores” variando de 10 mil a 395 mil), que se manifestaram sobre o “espírito do tempo”.

Desta feita, também serão ponderadas, brevemente, as formas de manipulação/persuasão utilizadas nos processos interacionais contemporâneos em meio digital, utilizando, como base teórica, a semiótica de Algirdas Julien Greimas. Esta escolha foi feita por sua ampla capacidade de analisar textos de qualquer natureza e a possibilidade de investigar estratégias interacionais, que caracterizam as Mídias Digitais Contemporâneas (MDC), aqui, particularmente, as mídias sociais. A teoria semiótica, também chamada de teoria da significação, é responsável por explicitar as condições da apreensão e da produção do sentido. De acordo com Landowski, “o sentido, longe de ser recebido ou percebido, é pensado como fruto de um ato semiótico gerador que o constrói” (1992, p. 167), portanto, consequência do fazer de um sujeito competente. Então, a teoria semiótica, ao “explicar o que o texto diz e como ele faz para dizer o que diz” (BARROS, 1990, p. 7), leva em consideração a presença de um sujeito em relação a um enunciado, ou seja, como afirma Landowski, a um “objeto, cujo sentido faz ser o sujeito” (1992, p. 167).

### **As cruzadas e as verdades: a apoplexia diante dos *novos tempos***

As mídias sociais, neste trabalho, em especial, o *Twitter*<sup>3</sup>, caracterizam-se por serem, ou possibilitarem, um espaço amplo de discussão e de acesso à informação, num espaço democrático em suporte digital. Nestes sítios, formam-se

grupos, comunidades afinadas com valores e verdades, em que sujeitos, com mais facilidade em relação à retórica, têm a possibilidade de se tornarem “pregadores”, donos do conhecimento e da verdade, não necessariamente atentos aos fatos, ou de uma exploração da realidade de uma forma lógica.

A lógica trata dos raciocínios necessários, ou seja, aqueles cuja conclusão decorre, obrigatoriamente, das premissas enunciadas. Já a retórica ocupa-se dos raciocínios, cuja conclusão é provável, plausível, possível, mas não necessária. Ela versa não sobre o que é verdadeiro, mas sobre o que é preferível (aquilo que é menos pernicioso, o que é mais útil, o que é mais adequado etc.) num dado momento para determinada comunidade. (FIORIN, 2014, p.25).

Assim sendo, saímos do domínio da língua como um sistema de signos para entrarmos em um universo da língua como instrumento de comunicação, cuja expressão é o discurso. Fiorin (2014), em um trecho da apresentação de seu livro *Figuras de retórica*, coloca que “a retórica foi uma aventura do espírito humano para, na construção da democracia, em que são essenciais a dissensão e a persuasão, compreender os meios de que se serve o enunciador para realizar sua atividade persuasória”.

Hoje, tornou-se comum compartilhar informações nas mídias sociais em um determinado grupo, que vê e entende o mundo a partir dos valores que compartilham e acreditam, ou seja, que “falam e entendem uma mesma linguagem”. Para muitos, a denominação para esses grupos é caracterizada como “bolha”. Para Sakamoto:

Uma pessoa que vive em uma bolha, a menos que conte com família, amigos e uma escola que deixem claro que nem tudo se resume a ele mesmo, pode se assustar quando percebe que o mundo não foi feito à sua imagem e semelhança. Isso acontece nas redes sociais, onde o algoritmo faz com que você receba atualizações de perfis e páginas com que você interaja mais. Ou seja, na maior parte das vezes, de quem é seu amigo, pensa como você, tem os mesmos gostos, enfim. Não é novidade, e muitos já escreveram sobre isso, que algumas redes sociais, por garantirem que chegue a você aquilo que se encaixa no seu perfil e na sua forma de interação com a sociedade, limita, bastante, a sua visão de mundo. Lembre-se que aquilo do qual gostamos não bate, necessariamente, com o que precisamos<sup>4</sup>.

Como em qualquer espaço de discussão a divergência, em certos aspectos o contraditório, deveria ser interessante para ampliar a visão de mundo dos envolvidos no processo de comunicação. Nas mídias sociais, em embates mais polêmicos, geralmente quem não compactua com o dito, ou com o “espetáculo de ocasião” promovido em determinados grupos sucumbe, por não abrir mão do seu modo particular de entender, julgar ou perceber algo, relativos ao seu ponto de vista. Para Greimas e Courtés, a expressão *ponto de vista* designa-se, geralmente, como:

[...] um conjunto de procedimentos utilizados pelo enunciador para fazer variar o foco narrativo, isto é, para diversificar a leitura que o enunciatário fará da narrativa, no seu todo, ou de algumas de suas partes. Esta noção é intuitiva e demasiadamente complexa: esforços teóricos sucessivos tentaram extrair daí articulações definíveis, tais como a colocação em perspectiva e a focalização; um melhor conhecimento da dimensão cognitiva dos discursos narrativos levou-nos, igualmente, a prever a instalação no interior do discurso do sujeito dito observador. (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 377).

Se em espaços enunciativos, como a rede social *Twitter*, a temática da discussão está relacionada a questões políticas, sociais – em um tempo de intolerância que vivemos –, no processo de contra argumentação, de ideias contrárias, geralmente o *tweet*<sup>5</sup> (ou postagem) vira ruído, e o “seguidor” do sujeito que foi contestado é intimidado pelos sujeitos de posição antagônica, ignorado ou, até mesmo, excluído do grupo. Assim, justificam-se as “bolhas”, que vão surgindo a partir do encontro de sujeitos que compactuam dos mesmos valores. Não sabemos o limite efetivo dessas interações, e a maioria dos usuários não tem noção do real alcance e das consequências de postagens em redes sociais; dos limites da liberdade de expressão e dos excessos, que levam à injúria, à calúnia e à difamação.

Para Greimas e Courtés, o modo de presença do observador no discurso é variado, sendo que, em uma das definições, colocam que o

[...] fazer cognitivo do observador pode ser reconhecido pelo sujeito observado: um novo espaço cognitivo é, assim, constituído, suscetível de transformar (de desviar ou de anular) o programa primitivo do sujeito observado. Mestre Hauchecorne, quando percebe que é observado no

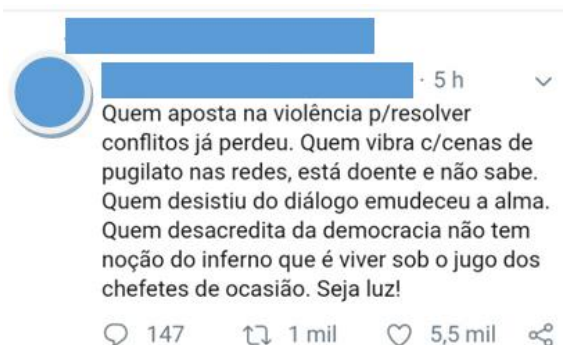
momento em que apanha um pedaço de barbante (Maupassant), instaura um novo programa narrativo de simulação cognitiva, fingindo procurar e achar dinheiro. Uma dança folclórica, apresentada no palco como espetáculo, deixa de ser uma comunicação participativa ao actante coletivo e transforma-se num fazer ver dirigido ao observador público. (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p.347-348)<sup>6</sup>.

Na constituição de grupos, com apelo mais relacionado à pauta política e de costumes, percebe-se uma retroalimentação e readaptação constante, alicerçada em acontecimentos da vida cotidiana e em função do movimento de ondas sociais. Conforme o movimento, novos programas narrativos de simulação cognitiva são instaurados, tornando seu espaço enunciativo num espaço de espetáculo e, por muitas vezes, espaços de manipulação da opinião pública. Neste sentido de espetáculo, em um espaço enunciativo de convergência de mídias, muitos são seduzidos mais pela “forma” de como os acontecimentos são narrados do que, propriamente, pelo “conteúdo”.

Na era do excesso de (des) informação<sup>7</sup>, a luta pelo espaço; na luta, o espetáculo; no espetáculo, o se *fazer ver*. O que se percebe é que sujeitos com mais facilidades em relação à retórica, com discursos que apelam a estratégias de manipulação por intimidação (muitas vezes encobertas por sedução), são os que mais seduzem neste meio, numa espécie de leilão virtual da informação, principalmente para aqueles que utilizam as redes sociais como única fonte de informação. Para muitos, a forma como é dito vale mais do que o propriamente o dito, não importando o fato e, sim, a voz do grupo.

Postagens relacionadas ao desencantamento com atitudes mais extremistas foram constatadas, com frequência, em *tweets* de jornalistas. A figura a seguir, com muitas *curtidas*, mostra a postagem de um jornalista, realizada em novembro de 2019.

**Figura 1 — Tweet (ou postagem) de um jornalista e o espírito do tempo**



Fonte: Twitter. Imagem capturada em novembro de 2019.

Em época de intensa polarização política e de intensa divulgação de informações falsas temos, por consequência, e que não é novidade, uma crise de confiança em relação às informações que circulam nas redes, que geram um processo de separação, de intolerância. De acordo com Sakamoto, a intolerância,

[...] existe nas sociedades, com ou sem internet. A internet capitaliza esses processos e as redes sociais não são, necessariamente, bons lugares para fazer debate público, porque elas são boas para construir conceitos, mas não para construir significados coletivos. É difícil construir significados coletivos, porque isso depende do outro, e as redes acabam polarizando as discussões e criando bolhas. Neste sentido, nós só vemos as postagens daquelas pessoas com as quais mais interagimos e concordamos. Então, a tendência é que se veja mais aquilo com o que mais se concorda. [...] as redes sociais criam bolhas que podem se transformar em caixas de reverberação em torno de si, e fazem com que as pessoas não tenham acesso e não se importem com qualquer outro assunto que esteja fora da sua bolha<sup>8</sup>.

Baldan (1988, p. 47) entende que, se nossa relação com o objeto-mundo é mediatizada pela ideia que temos desse mundo, então nossa percepção de mundo é mediatizada pela linguagem. Trata-se de uma relação imaginária, sónica, que, pelo fato de o ser, é aprendida: aprendemos a ver o mundo e a falar dele com a linguagem do nosso grupo. Desta forma, é importante ressaltar que não é negativo o fato de pertencer a determinada bolha social/ideológica. Não somos obrigados a conviver, interagir com pessoas que não compactuam com os nossos valores, com a nossa visão de mundo, mas o tempo urge por ações que combatam o processo de desinformação e que promovam diálogos com respeito à diversidade de pontos de vista.

Toda a interação tem como premissa uma estrutura contratual intersubjetiva e, como tal, a presença de, pelo menos, dois sujeitos. Sendo o contrato um pressuposto do estabelecimento de uma estrutura de comunicação semiótica, ele é determinante nas ações e coerções dos sujeitos envolvidos. Desta forma, os contratos fazem parte de toda interação e podem ser definidos, primeiramente, de acordo com Greimas e Courtés (2008, p. 85), de duas maneiras:

- Contrato unilateral: ...quando um dos sujeitos emite uma ‘proposta’ e o outro assume um ‘compromisso’ em relação a ela, ou
- Contrato bilateral: ...quando as ‘propostas’ e os ‘compromissos’ se cruzam.

Contrato, então, caracteriza-se como uma organização de atividades cognitivas recíprocas – de ações entre sujeitos –, transformando suas respectivas competências.

Os sujeitos envolvidos em um tipo de estrutura contratual (participativa) terão percursos que os caracterizam ora como destinadores, ora como destinatários. Destinador e destinatário são actantes narrativos recobertos, temática e figurativamente, cumprindo papéis diferenciados. Conforme a função desempenhada, poderão ser o destinador, que potencializa o destinatário a crer em seus valores e a fazer o que foi proposto, ou o destinatário que nele crê (ou não), aceitando (ou recusando) o contrato. Cabe salientar, recorrendo a Barros que a

[...] dotação de competência semântica ou manipulação cognitiva tem todas as características do programa de competência e deve ser entendida como um contrato fiduciário, em que o destinador, graças a um fazer persuasivo, busca a adesão do destinatário. (BARROS, 1988, p. 37).

O contrato bilateral, em que as propostas e compromissos se cruzam, seria o modelo de interação aliciente em ambientes virtuais. Com o avanço dos estudos do modelo de narratividade proposto por Eric Landowski, em *Interações Arriscadas* (2005), é proposto, dentre outros regimes<sup>9</sup>, o da *manipulação*, que se enquadra em alguns debates públicos de grupos em mídias sociais. Para Landowski (2014, p. 32-33),

A *manipulação* – e mais amplamente a *estratégia*, que desenvolve em uma maior escala a mesma lógica do “fazer-fazer” – constitui, em seu princípio, o recurso das sociedades civis fundadas na interdependência dos sujeitos. Nelas, a atividade de base toma a forma de um trabalho *político*, entendido essencialmente como um trabalho de persuasão que visa ao acordo entre as vontades, acordo esse explicitamente consagrado, ou não, sob a forma de contratos. Interagir, desse modo é, portanto, em primeiro lugar, atribuir ao outro ou nele reconhecer uma “vontade” e, a partir daí, procurar pesar sobre suas razões de agir: é tentar fazê-lo querer isso e não aquilo, de modo que – de bom grado ou, como se diz, a “morte da alma” – não possa deixar de querer executar o que se planeja a seu respeito. Isso equivale a dizer que aqui o reconhecimento do outro enquanto fonte de vontade não equivale, propriamente falando, a reconhecê-lo como *outro enquanto tal*, por si mesmo, enquanto finalidade.

Sendo assim, em certos grupos o manipulador (o responsável pela “conta”) reconhece o querer do outro e articula, para que esse coadune com seu discurso, em uma confluência de propostas. Todo posicionamento é monitorado. Vícios em *likes*, o curtir e ser curtido geram engajamentos, impulsionamentos – o *ser visto* – resultando em visibilidade e “poder”. Em meio ao caos da velocidade da informação e da desinformação, o que nos espera nesta distopia? Muitos expressam um novo medo: o medo do novo. Queiramos ou não, vivemos um tempo de extremos: do controlar e ser controlado, do encantamento e da decepção, do decoro ou do desbrío. Mesmo que não desejemos estar conectados, dificilmente deixamos de nos envolver, a partir de uma fotografia ou de uma citação postada por outrem, por exemplo.

Vivemos um tempo em que a retórica do medo e do desalento se encontra presente nas redes. A virulência de determinadas postagens ou *tweets* chocam e produzem um efeito de sentido de espanto e de estupor, no espaço enunciativo da mídia social aqui estudada. Tal indignação é externalizada em muitas postagens (Figura 2), que propõem o diálogo para quebrar o silêncio e combater a desinformação.

Figura 2 — Postagens do desalento - Tweets de jornalistas da mídia independente e corporativa



Fonte: Twitter. Imagens capturadas entre outubro e novembro de 2019.

Sabe-se que na “oposição entre o verossímil e o verdadeiro enfatiza-se o primeiro elemento. A verdade é efeito de sentido (aquele que foi estabelecido e, por conseguinte, tornou-se canônico, coercitivo)” (FIORIN, 2014, p. 23). Não por acaso ocorre o processo de *fake news*, mais facilmente disseminadas hoje, via redes sociais, alcançando milhões de usuários. Em sua origem, geralmente (e não sempre) associa-se algo “real”, “existente” a algo falso.

Na eleição presidencial de 2018, circulou nas redes sociais uma capa atribuída à revista *Veja*, de circulação nacional, estampando o rosto do ex-ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Joaquim Barbosa, junto com a manchete “Se a população quer me homenagear, basta não votar no PT”. Um leitor atento percebe que há algo estranho na composição visual da revista, que se trata de uma montagem, principalmente em função do logo desproporcional da empresa *Abril*, proprietária da revista, que é localizado, comumente, na lateral superior

esquerda da capa e em tamanho menor, como mostrado na Figura 3. Partindo do princípio de que muitos não têm acesso à revista semanal e, portanto, não têm referências em relação à estruturação visual da capa, isso nem sempre é percebido. É importante ressaltar que, antes da circulação da capa-montagem, o ex-ministro havia se pronunciado no *Twitter*, em favor do candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), Fernando Haddad (Figura 4), em uma postagem que teve mais de 200 mil curtidas e quase 100 mil compartilhamentos.

**Figura 3 — Comparação de capas da revista *Veja*. O logo da Editora Abril é utilizado, comumente, como na capa localizada à esquerda**



Fonte: (a) capa revista *Veja* 26/06/2019; (b) <https://www.aosfatos.org/noticias/e-falsa-capa-da-veja-em-que-joaquim-barbosa-pede-para-nao-votarem-no-pt/>

**Figura 4 — Capa-montagem e declaração, no *Twitter*, do ex-ministro do STF, Joaquim Barbosa**



Fonte: (a) <https://www.aosfatos.org/noticias/e-falsa-capa-da-veja-em-que-joaquim-barbosa-pede-para-nao-votarem-no-pt/> (b) *Twitter*.

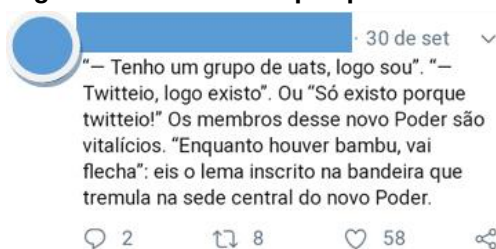
Este “novo mundo” que se forma, principalmente a aspectos relacionados à política, tornaram as redes, também, em um espaço de poder, em que vários assuntos são decididos a partir do empoderamento de determinados grupos.

Inúmeros usuários “tomam” como verdades o que recebem em grupos do *Whatsapp* e *Twitter*. Assim, na postagem, a seguir (Figura 5), ao “twittar” *tenho um grupo de uats, logo sou twitteio, logo existo ou só existo porque twitteio!* O destinador faz uma alusão a famosa frase de René Descartes “Penso, logo existo” ou “penso, portanto, sou” (do latim *Cogito, ergo sum*), em que utiliza o procedimento retórico da ironia como uma crítica aos usuários de uma única fonte de apropriação das informações, dos fatos.

A ironia (do grego *eironéa*, que significa “dissimulação”) ou antífrase (do grego *antiphrasis*, que quer dizer “expressão contrária”) é um alargamento semântico, uma difusão sêmica. No eixo da extensão, um significado tem o seu valor invertido, abarcando assim o sentido *x* e seu oposto. Com isso, há uma intensificação maior ao sentido, pois se finge dizer uma coisa para dizer exatamente o oposto. O que estabelece uma compatibilidade entre os dois sentidos é uma inversão. A ironia apresenta uma atitude do enunciador, pois é utilizada para criar sentidos que vão do gracejo até o sarcasmo, passando pelo escárnio, pela zombaria, pelo desprezo, etc. Na verdade, são duas vozes em conflito, uma expressando o inverso do que disse a outra; uma voz invalida o que a outra profere. Assim a ironia é um tropo em que se estabelece uma compatibilidade predicativa por inversão, alargando a extensão sêmica dos pontos de vista coexistentes e aumentando a sua intensidade. (FIORIN, 2014, p. 69-70).

Na mesma mensagem, também é utilizado o procedimento retórico da exclamação – *Só existo porque twitteio!* –, uma figura que consiste em apresentar, exclamativamente, um ponto de vista, caracterizada pelo andamento do texto e da intensificação do sentido (FIORIN, 2014, p.184), que mostra a apoplexia e o desencantamento ao empoderamento, em forma mais geral, de determinados grupos que se manifestam e continuarão manifestando-se em redes sociais.

**Figura 5 — “Só existo porque twitteio!”**



Fonte: Twitter. Imagem capturada em setembro de 2019.

Sabe-se que linguagem é fator primordial, tanto da significação quanto da comunicação, e é por ela que conseguimos nos expressar. A linguagem, segundo, Hjelmslev:

[...] é inseparável do homem e segue-o em todos os seus atos. A linguagem é o instrumento graças ao qual o homem modela seu pensamento, seus sentimentos, suas emoções, seus esforços, sua vontade e seus atos, o instrumento graças ao qual ele influencia e é influenciado, a base última e mais profunda da sociedade humana. (HJELMSLEV, 1975, p.185).

Do ponto de vista semiótico, as mídias contemporâneas digitais, como espaço transmídia, mais especificamente as mídias sociais, são consideradas como “texto sincrético”, pois sua estrutura é resultado de uma articulação de várias linguagens e não pela anulação de uma em benefício da outra. Como diz Assis Silva (1994, p. 74), “não há apagamento dos elementos sincretizados, mas há uma base comum que permanece e sobre a qual se assenta a percepção do sincretismo”. Textos sonoros, visuais, verbais serão tratados no conjunto de seu articular, pois é na relação existente entre esses textos que o significado é construído como um todo de significação.

Mas, como a articulação de linguagens influencia o usuário dessas mídias? Uma das condições é que ele seja persuadido através do estabelecimento de várias estruturas contratuais, corroboradas pela presença do próprio sincretismo. Assim sendo, ao convocar o sujeito, este novo meio realiza “certos tipos de atos sociais transformadores das relações intersubjetivas (critério sintático e

pragmático), estabelece sujeitos ‘autorizados’ (com direito à palavra), instala ‘deveres’, cria expectativas, instaura ‘confiança’” (LANDOWSKI, 1992, p. 10).

Nesses espaços das redes, nos grupos ou bolhas formadas por afinidade, a própria resposta do “outro”, ou um “like” coadunando com sua retórica, com sua fala, propicia um prazer, uma reação eufórica. A retórica, então, caracteriza-se por ser

[...] a disciplina que, na História do Ocidente, deu início aos estudos do discurso. Tira ela seu nome do grego *rhéseis*, que quer dizer “ação de falar”, donde “discurso”. *Rhetoriké* é a arte da oratória, de convencer pelo discurso. A emergência da primeira disciplina discursiva traz consigo a consciência da heterogeneidade do discurso. Com efeito, desde o seu princípio, estava presente nos ensinamentos de Córax que todo o discurso pode ser invertido por outro discurso, tudo o que é feito por palavras pode ser desfeito por elas, a um discurso opõe-se um contradiscurso [...] (FIORIN, 2014, p.9).

O autor acrescenta, ainda, que “é chamada arte (do latim *ars*, que traduz o grego *techné*), porque é um conjunto de habilidades (é uma técnica, entendiam os antigos) que visa a tornar o discurso eficaz, ou seja, capaz de persuadir” (FIORIN, 2014, p. 10).

As tecnologias nos colocaram num espaço amplo de discussão, de diversas “Ágoras” (no *Twitter*, os *trending topics*, por exemplo), que compartilham (ou não) dos mesmos anseios, geralmente não se preocupando com uma interlocução efetiva. O importante é “divulgar”, colocar sua posição em relação à temática abordada ou o assunto do momento. É como posicionar-se, tornar-se “pertencente” a um grupo a partir de uma discussão estabelecida. É uma presença semiótica, que faz sentido para quem dessas discussões participa. Como diz Landowski (2002, p. IX), “nunca estamos presentes na insignificância”. Se a postagem é polêmica, é retuitada ou distribuída inúmeras vezes, não importando o valor real da informação: se procede, se foi verificada em veículos da imprensa, na comunidade, ou na família, dependendo do conteúdo, por exemplo. O importante é a crença, é o sistema de valores do sujeito, de sua visão de mundo, de suas memórias.

Neste trabalho, também se parte do pressuposto que muitos usuários das redes sociais somente visualizam as informações, participando pouco do diálogo. Há uma contemplação do debate e regozijo ao ver os embates, principalmente relacionados a assuntos polêmicos, como a política. Paixões que afloram em uma linha tensiva. Geralmente, em grupos do aplicativo de conversas *WhatsApp*, ou no microblog *Twitter*, é comum receber uma aluvião de conteúdos políticos, concretizados em textos verbais, verbo-visuais, visuais, sonoros ou sincréticos (vídeos, por exemplo). Muitas vezes são montagens para que o leitor, associando com sua visão de mundo, olhe e creia na mensagem, não parando para analisar, pesquisar e concluir (ou não) que é uma mensagem passível de não ser compartilhada. Landowski, ao falar do regime de sentido da *programação* em seu livro *Interações Arriscadas*, a partir do filme *Metrópolis* de Fritz Lang, coloca que

[...] as coisas se submetem estritamente a seu modo de emprego e os indivíduos se encontram reduzidos a uma só função: servir a Moloch, figura emblemática do complexo tecnológico-econômico. Alcançando seu ponto de perfeição, o aparato assim concebido aliena tão radicalmente os homens, reduzindo-os tão bem ao estatuto de executantes programados em função das necessidades da máquina, que é apenas ela, a máquina, que pode eventualmente inverter o processo, adquirindo por sua vez a competência própria de um sujeito, justamente aquela que os homens perderam. Como se, a partir de um certo estágio de desenvolvimento, o robô fosse capaz de ultrapassar seu próprio programa, de se voltar contra o sistema que o produziu e tomar a iniciativa da revolta. Simples ficção, ou prefiguração do que a sociedade cibernética está às vias de cumprir? (LANDOWSKI, 2014, p. 32).

Nem sempre o “assunto do momento” ou “*trending topics*, no *Twitter*, são impulsionados por sujeitos de “carne e osso”. Muitos temas polêmicos são impulsionados por robôs. Nisso, muitas das informações que chegam aos grupos, ou muitos dos debates polêmicos são realizados por... robôs. De acordo com Queiroz,

As eleições de 2018 revelam uma mudança de paradigma na forma de fazer campanha no Brasil, com o ingresso definitivo da era digital nas disputas eleitorais, inclusive com o emprego da inteligência artificial no impulsionamento e direcionamento de mensagens a determinadas comunidades nas redes sociais. Saem os cabos eleitorais e entram os robôs na disseminação e até no “diálogo” com os internautas... Essa forma de fazer campanha, entretanto, não é inusitada. Trata-se, na

verdade, de um movimento que veio de fora para dentro e que já foi largamente praticado na Inglaterra, na campanha do Brexit (saída dos Ingleses da União Europeia), e na eleição do presidente norte-americano, Donald Trump. O meio é o mesmo — as redes sociais —, e as mensagens têm o mesmo formato ou padrão, sempre com forte conteúdo emocional, enorme carga de medo e de negação<sup>10</sup>.

Greimas e Fontanille, em *Semiótica das Paixões*, observam que “certas paixões, a admiração, por exemplo... –, mas, também, o ‘espanto’ ou o ‘estupor’ sugerem já a possibilidade de um horizonte tensivo ainda não-polarizado” (GREIMAS; FONTANILLE, 1993, p. 23). Um sentir não-polarizado compactua, concorda, mas não dogmatiza. Aqui, nesta discussão, a polarização, numa divisão de forças, significaria, no seu extremo, um vazio de conteúdo caracterizado pela ausência de articulações, utilizando as palavras dos mesmos autores. “A coabitação de duas exigências inversas, respectivamente ligadas às ‘forças’ e às ‘posições’, permite compreender que, antes de toda categorização, o sentir, bombardeado entre duas tendências, só pode engendrar instabilidade” (GREIMAS; FONTANILLE, 1993, p.24).

Um exemplo dos inúmeros equívocos de abraçar “verdades” e manter a polarização (na política, principalmente) é constatado no grau de engajamento, ou na forma como as pessoas interagem nas redes sociais. Acredita-se mais naqueles perfis (aqui, no caso, o *Twitter*), que tem um alto grau de engajamento. Quanto mais seguidores, para os usuários desatentos, mais se acredita na “verdade” colocada, compartilhada. Percebe-se, nesses grupos formados, uma única linha de convergência de ideais (político, cultural e social), caracterizados, em seus extremos, em verdadeiras cruzadas morais. É a era do desalento em relação a discussões mais consistentes. Vive-se um momento de acesso a um turbilhão de informações e, ao mesmo tempo, temos a sensação de um vazio, um vácuo. Esse efeito de sentido pode ser atrelado ao espírito do tempo, que em alemão é muito bem definido pela palavra *Zeitgeist*. Trata-se de um espaço-tempo caótico, em uma *Babel virtual*, que determina o modo de ser do sujeito, que só existe em função de fazer sentido para determinados grupos, em determinadas discussões.

O não ver sentido em certos espaços virtuais, ambientes midiáticos, faz com que sujeitos, que compactuam com os mesmos ideais de determinadas “bolhas”, questionem o presente momento como algo “desconectado” de sua temporalidade/espacialidade. Conforme Landowski, em seu livro *Presenças do Outro*: “se espaço e tempo nos interessam será, exclusivamente, a título de *objetos semióticos*, isto é, enquanto fazem sentido” (2002, p. 67). No caso em questão, percebe-se uma retórica do desalento, tendo, como consequência, a desilusão. As postagens, a seguir (Figura 6), refletem esse desalento. Goethe, no livro *Memórias: poesia e verdade*, mostra sua concepção sobre o mundo real e o ideal:

À medida que se vão cultivando, todas as boas naturezas sentem que têm dois papéis a desempenhar neste mundo: um real e outro ideal, e é nesse sentimento que se deve buscar a base de toda nobreza. Quanto ao papel real que nos coube em sorte, demasiado bem o aprendemos pela experiência; mas é raro que sejamos esclarecidos sobre o segundo. Quer o homem busque sua mais alta distinção na Terra, quer no Céu, quer no presente, quer no futuro, fica, por isso mesmo, exposto interiormente a uma eterna flutuação e, exteriormente, a uma influência sempre perturbadora, até se resolver, uma vez por todas, a reconhecer que o bem é o que está na sua medida. (GOETHE, 1971, p. 361).

É importante ressaltar que as mídias digitais contemporâneas, principalmente as redes sociais, são objetos semióticos, que significam na interação. Recorrendo e atualizando a citação anterior de Goethe, pode-se dizer que sempre existirá uma eterna flutuação no interior desses espaços virtuais e, comumente, eles estarão sujeitos a uma influência externa perturbadora: a dos acontecimentos.

**Figura 6 — Postagens do “desalento”. A perplexidade com o espírito do tempo**



Fonte: Twitter. Imagens capturadas no mês de julho de 2019.

Quando os sujeitos se mostram ou colocam seu(s) posicionamento(s) nas redes, parte-se do princípio, o que não é novidade, de que eles se revelam ao *mundo*. Com base no que se posta, das postagens feitas, construímos uma imagem deste sujeito a partir dos nossos valores, que poderão ser associadas à repulsa ou à admiração, por exemplo, que nem sempre coaduna com a imagem *real* de tal sujeito. Ana Claudia de Oliveira, em seu livro *Vitrinas: acidentes estéticos na cotidianidade*, trabalhando a visibilidade como critério definidor das vitrinas, diz,

[...] além dos dispositivos espaciais, a vitrina tem também relações manifestas com a passagem do tempo. Seguindo os modos de existência das coisas no mundo, centrando-nos na oposição permanente/mutável, tem-se que, enquanto a loja é algo relativamente duradouro, a vitrina é, por definição, mutante. As suas atualizações têm uma duração marcada (OLIVEIRA, 1997, p. 47).

Mais uma vez, aqui, pode-se fazer uma associação com os ambientes virtuais sociais e a necessidade de o sujeito mostrar o seu posicionamento em relação a diferentes tipos de temáticas. Num caráter de permanente espaço de discussão têm-se a mutabilidade dos acontecimentos, associado a um aspecto temporal. A cada notícia, a cada postagem, há uma duração marcada, e o engajamento torna-se maior ou menor em função da sua importância naquele coletivo, naquela bolha, naquele momento.

### **O encantamento pela manipulação**

O sociossemioticista Eric Landowski propõe a construção de uma semiótica da experiência e das práticas cotidianas – a partir de seu livro *Interações Arriscadas* (2014). Calcado nos princípios da semiótica narrativa e discursiva de Louis Hjelmslev, trabalha em quatro modelos de narratividade ou de regimes de sentido relacionados à interação social. Neles, descreve os princípios que regem a relação do sujeito com o outro e consigo mesmo. Explica as formas de organização social e política, incluindo as práticas interacionais entre os sujeitos e as mídias, como a *programação*, o *acaso* (ou acidente), o *ajustamento* e a *manipulação*.

Nessas práticas interacionais, ou regimes de sentido, a *programação* caracteriza-se como uma interação sem risco, regida pela previsibilidade e regulação, enquanto o *acaso* e *acidente* ocorrem de forma aleatória, fora de qualquer tipo de determinação. O *ajustamento* pertence à ordem do imprevisível e da sensibilidade, em que os parceiros participam da construção da interação, adaptando-se à maneira de agir um do outro, enquanto a *manipulação* é caracterizada por uma intencionalidade que envolve persuadir uma pessoa a agir de determinada maneira. Cabe observar que esses regimes não são estanques. Eles são intercambiáveis e fluidos, uma vez que passagens graduais podem ligar um regime a outro, ou seja, é concebido como um modelo geral de interação, destinado às análises de processos interacionais contemporâneos, mediados ou não por dispositivos sociotécnicos e midiáticos.

Nota-se, nas informações compartilhadas nas mídias digitais contemporâneas, uma crença no “dito”, na voz legitimada pela “bolha”. O que é colocado como “verdade” é abraçado por membros do grupo, estabelecendo um contrato unilateral, o que, para Landowski, a partir dos regimes de sentido, é definido como *programação*.

A *programação* preside, em primeiro lugar, as atividades de tipo *tecnológico* que concernem as nossas relações com as coisas. Mas ela pode, também, subjazer a um modo de organização social e política de tipo *tecnocrático*, no que tange às relações entre as pessoas. Dado que esses dois aspectos podem muito bem seguir de mãos dadas, quanto melhor se conseguir conjugá-los, mais se aproximará de um regime de segurança perfeita, sem acidentes nem desvios de qualquer tipo. (LANDOWSKI, 2014, p. 32).

Neste processo de *super vozes*, legitimadas pelas mídias digitais contemporâneas, principalmente pelas redes sociais, tornou-se necessária, como uma forma de “regulamentação dos debates”, a criação de *fact-checkings*, ou agências/serviços de checagens (figuras 7 e 8).

**Figura 7 — Capa falsa da Veja com declaração contrária a de Joaquim Barbosa (que declarou apoio ao candidato Haddad, do Partido dos Trabalhadores), com circulação nas redes sociais durante as eleições de 2018. Ao lado, Fact-checking “Fato ou Fake” e um comentário não compactuando com a checagem**



Fonte: (a) <https://www.aosfatos.org/noticias/e-falsa-capa-da-veja-em-que-joaquim-barbosa-pede-para-nao-votarem-no-pt/> (b) Twitter: @fatooufake

Mesmo com as checagens das informações, a comprovação de fatos colocados como “verdades” em determinados espaços da mídia, ser desmentida por essas agências, ainda se observa uma não concordância com este tipo de recurso, como mostrado na resposta à postagem da agência de checagem *Fato ou Fake* (Figura 7):

Lógico que é verdade, achei essa revista na pesquisa do Google, eu lembro perfeitamente dessa revista na época, esse tal de “FatoouFake” é uma armação!!!

Assim, afirma-se o contrato como unilateral, em uma programação estabelecida pela “bolha”, e não pelas agências de *fact-checking*. Desta forma,

Verdade e mentira são, portanto, integrantes dos efeitos de sentido de todo e qualquer ato de interpretação discursiva. Nesses termos, interpretar implica apreender um sentido enquanto saber produzido pelo discurso-enunciado, tal como ele emerge da cooperação dos dois fazeres implicados no ato da enunciação: o do enunciador e o do enunciatário; desse modo, a mensagem surgirá como o lugar de uma prática significante, o espaço em que ocorre um ato enunciativo que, visto do pólo do enunciador, produz o discurso, a unidade semiótica dotada de um fazer informativo - um fazer saber -, mas que, quando visto do pólo do enunciatário, se manifesta como um texto, unidade semiótica dotada de um fazer interpretativo, produtora de um fazer saber sobre aquele fazer informativo. (BALDAN, 1988, p. 48).

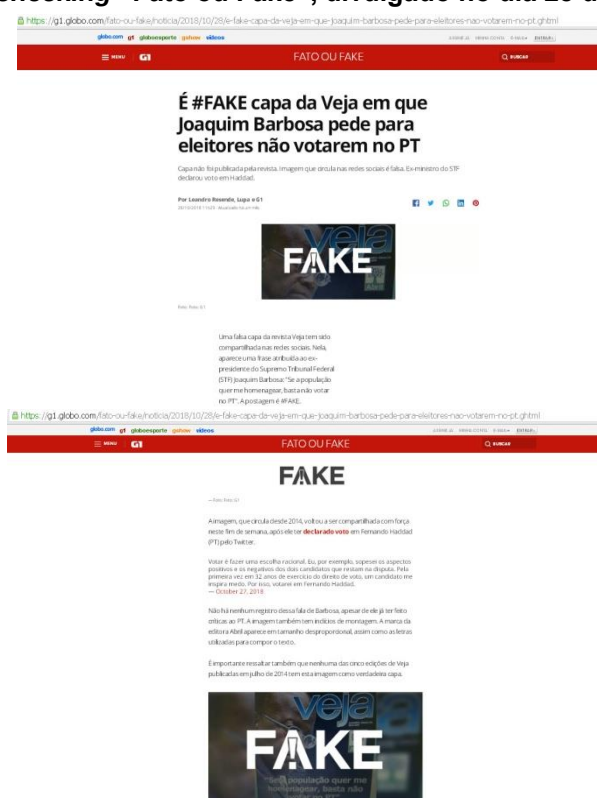
Ao falar de interação, é preciso recorrer ao percurso temático da enunciação, pois é possibilitado, através dele, verificar as estratégias de manipulação, pressupostas da proposição de contratos fiduciário e/ou de veridicção. Ao analisar esses tipos de contrato, vê-se que o primeiro é aquele que desenvolve uma relação de confiança entre o destinador e o destinatário: um propõe e o outro crê (ou não) na sua proposta. O segundo é articulado por um enunciador que, através da instalação de dispositivos veridictórios, tenta persuadir o enunciatário para que ele creia em seus valores e reconheça a verdade em seu discurso. Este contrato de veridicção, de acordo com Greimas e Courtés (2008, p. 86):

[...] visa estabelecer uma convenção fiduciária entre enunciador e enunciatário, referindo-se ao estatuto veridictório (ao dizer-verdadeiro) numa evidência (isto é, numa certeza imediata) ou então ser precedido

de um fazer persuasivo (de um fazer-crer) do enunciador, ao qual corresponde um fazer interpretativo (um crer) por parte do enunciatário.

Logo, o contrato de verificação faz parte de um contrato maior, o fiduciário, pois, no fazer interpretativo do destinatário estará presente uma crença, um valor – subjetivo, que o fará aceitar o contrato ou não. No caso das redes sociais, a aceitação é endossada a partir de um encantamento pelo novo e pela crença tanto na imagem como nos textos curtos, que circulam em altíssima velocidade e, evidentemente, no destinador de tais mensagens. Em circunstâncias, por vezes duvidosas ou controversas, fazem com que os sujeitos abracem verdades rapidamente, sem reflexão e sem checagem.

**Figura 8 — Fact-checking “Fato ou Fake”, divulgado no dia 28 de outubro de 2018**



Fonte: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/28/e-fake-capa-da-veja-em-que-joaquim-barbosa-pede-para-eleitores-nao-votarem-no-pt.ghtml>

A compreensão de textos compartilhados nos meios virtuais é fundamental para avigorar a autonomia intelectual dos sujeitos-usuários de mídias sociais.

Destarte, torna-se necessária uma reflexão da forma como são apropriadas as informações disponibilizadas. Muitos não sabem e/ou não são capazes de estabelecer associações, conexões com informações, por vezes contraditórias, pelo simples fato de não entender o ambiente virtual e como essas informações são geradas e/ou gerenciadas. Uma simples busca é ignorada por puro desconhecimento de fontes primárias e/ou confiáveis, sendo descaracterizada uma postura que deveria ser valorada euforicamente: a participativa e reflexiva perante as discussões veiculadas em grupos. Como coloca Pillar (2005, p. 128),

Esse olhar semiótico sobre os textos se sabe relativo, imperfeito, provisório, incompleto, pois a semiótica, como qualquer outra teoria, é um ponto de vista. Na produção e apreensão de sentidos em textos diversos, tanto da arte como da mídia, este ponto de vista tem fornecido contribuições muito relevantes e significativas para o campo das artes visuais e da educação.

A autora ainda lembra, a partir de Oliveira<sup>11</sup>, que “educar é, sem dúvida, fazer ver mais, ver além das aparências que vestem as coisas e os discursos, o que se processa através da compreensão das relações produtoras de significação”, salientando que “é através da reflexão sobre nossas experiências e as de outros que compreendemos, produzimos e apreendemos os sentidos do que experimentamos” (PILLAR, 2005, p. 128).

Assim, essa “presença”, em ambientes virtuais, um espaço sem fronteiras entre o “real e virtual”, tem, como consequência, um efeito de sentido de co-compreensão, de co-participação nos processos de valores compartilhados, ou seja, uma co-construção de identidade discursiva em narrativas, por vezes questionáveis, em uma ilusão de liberdade escolha. Não se sabe ao certo como trabalhar essas questões, mas pequenas ações são necessárias e clamam pela emergência em virtude dos acontecimentos, como sensibilizar os sujeitos/usuários a terem um olhar mais atento e responsável sobre as informações que circulam em meios virtuais.

Portanto, torna-se fundamental pensar em processos constantes de combate à desinformação, pois esta não serve à democracia. A desinformação é opressora e é ligada, diretamente, a um regime de interação por *programação*. Ela silencia e serve ao interesse de poucos. O combate efetivo é o não silenciar. O não silêncio não é o embate, mas a busca por diálogo e proposições. Ensinar a necessidade de analisar inúmeras fontes antes de compartilhar qualquer conteúdo. Pensar nas consequências das postagens.

Para concluir, pode-se dizer que os processos de persuasão/manipulação em Mídias Digitais Contemporâneas (MDC), principalmente interações em mídias sociais, atreladas à temática do medo e, não obstante, da desinformação, estão associados ao *regime de interação por programação*. Uma interação com uma interlocução efetiva, sem abraçar o obscurantismo e a falácia, só será possível se nos distanciarmos dos discursos dogmáticos. Não abraçar a verdade como absoluta. Neste espaço, é importante a crença na busca dos fatos, da construção do conhecimento a partir da leitura plena e não superficial, com checagem em vários canais de informação e não, somente, na “bolha” a que pertence. Assim, torna-se factível um *não compactuar* com retóricas da desinformação e da insciência.

## Notas

- <sup>1</sup> Trabalho originalmente publicado no livro *Sociossemiótica III: interação, mídia e cultura participativa*, de Ana Claudia de Oliveira (org.). São Paulo: Editora Estação das Letras e Cores | Centro de Pesquisas Sociossemióticas, 2021. p. 239-267.
- <sup>2</sup> FIORIN, José L. “Prefácio”. In: LANDOWSKI, Eric. *Interações Arriscadas*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014. p. 7.
- <sup>3</sup> *Twitter* é uma rede social e um servidor para *microblogging*, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos em textos de até 280 caracteres, conhecidos como “*tweets*”. Por padrão, os *Tweets* são públicos no *Twitter*. Qualquer pessoa pode ver e interagir com os *Tweets*. As atualizações são exibidas no perfil de um usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários seguidores. A proposta inicial de seus criadores era que o *Twitter* fosse uma espécie de “SMS da internet” com a limitação de caracteres de uma mensagem de celular. Inicialmente chamada Twtr (sem vogais), o nome da rede social, em inglês, significa gorjear, em uma ideia que o usuário da rede social pudesse “piar” pela internet.

- 4 SAKAMOTO, Leonardo. Disponível em:  
[https://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/uol\\_amp/2014/10/22/eleicoes-voce-ja-pensou-em-ver-o-mundo-alem-da-sua-bolha/](https://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/uol_amp/2014/10/22/eleicoes-voce-ja-pensou-em-ver-o-mundo-alem-da-sua-bolha/) Acesso em: 20 out. 2019.
- 5 Em português pode ser definido por gorjear, chilrear. Chilrear: 1. Emitir chilros (os pássaros); chalrear, chilrar (o canário chilreava sons claros e alegres) (os pardais partiram em revoada, chilreando). 2 fig. Cantar ou falar livre e animadamente, produzindo sons indistintos (à chegada do regente, os cantores pararam de c. os trechos da música) (ouvia-se a criançada c. no recreio. Dicionário Houaiss da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, p. 700.
- 6 Verbetes “observador”.
- 7 De acordo com a UNESCO, “a desordem informacional atual tem colocado o jornalismo em risco. Uma gama de fatores está transformando o cenário das comunicações, levantando questões sobre a qualidade, o impacto e a credibilidade do jornalismo, e ao mesmo tempo, orquestram campanhas que espalham falsidades – “desinformação”, “informação incorreta”, e “má-informação” – que são, com frequência, compartilhadas involuntariamente nas redes sociais. A UNESCO prefere chamá-las de campanhas de desinformação. As notícias do jornalismo livre, independente e plural são centrais para a democracia. Então, é uma contradição falar em “notícias falsas”. Se são notícias, não são falsas. Se elas são falsas, são desinformação. As definições são: Desinformação: informação falsa e deliberadamente criada para prejudicar uma pessoa, um grupo social, uma organização ou um país; Informação incorreta: informação falsa, mas não criada com a intenção de causar algum dano; Má-informação: informação que é baseada na realidade, mas usada para causar danos a uma pessoa, organização ou país”. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/communication-and-information/freedom-of-expression/media-development/disinformation/>. Acesso em: 18. set. 2019.
- 8 Leonardo Sakamoto em entrevista a revista *IHU on-line*, em 3 de outubro de 2017. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/159-noticias/entrevistas/572257-bolhas-de-intolerancia-nao-constroem-significados-coletivos-entrevista-especial-com-leonardo-sakamoto>. Acesso em: 27 nov. 2018.
- 9 Cf. LANDOWSKI, Eric. *Interações arriscadas*. Tradução de L. H. O. da Silva. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014, p. 32-33. (Do original *Les interactions risquées*, 2005).
- 10 QUEIROZ, Antônio Augusto de. *O papel dos robôs e das redes sociais nas eleições deste ano*. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2018-out-23/antonio-queiroz-papel-robos-redes-sociais-eleicoes>. Acesso em: 10 mai. 2019.
- 11 OLIVEIRA, Ana Claudia de. A semiótica: uma outra prática do olhar na vida sociocultural. *Nexos: Revista de Estudos de Comunicação e Educação*. São Paulo, Universidade Anhembi Morumbi, n. 3, agosto 1998, p. 35.

## Referências

- ASSIS SILVA, Ignacio (Org.). *Corpo e sentido*. A escuta do sensível. São Paulo: UNESP, 1996. 282p.
- ASSIS SILVA, Ignacio. Sincretismo e comunicação visual. *Significação: Revista Brasileira de Semiótica*, São Paulo, n. 10, p. 73-80, dez.1994.
- BALDAN, Maria de Lourdes Ortiz Gandin. Veridicção: um problema de verdade. *Alfa: Revista de Linguística*, São Paulo, n. 32, p. 47-52, 1988. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/107632/ISSN1981-5794-1988-32-47-52.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 20 out. 2018.

- BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria Semiótica do texto*. São Paulo: Ática, 1990. 96p.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria do discurso*. Fundamentos semióticos. São Paulo: Atual, 1988. 171p.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. Problemas de expressão: figuras do conteúdo e figuras de expressão. *Anais do 1º colóquio Luso-Brasileiro de Semiótica*, Niterói, 1986.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. Texto e imagem. *Linguagens*, Porto Alegre, n. 1, p. 29-37, out.1986.
- COURTÉS, Joseph. *Introdução à semiótica narrativa e discursiva*. Trad. Norma Tasca. Coimbra: Almedina, 1979. 190p. (Tradução de: *Introduction à la sémiotique narrative et discursive*).
- FIORIN, José Luiz. *Figuras de retórica*. São Paulo: Contexto, 2014. 201p.
- FIORIN, José Luiz. *Elementos de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 1997. 93p.
- FIORIN, José Luiz. *Astúcias da enunciação*. As categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 1996. 318p.
- GREIMAS, Algirdas Julien. A propósito do jogo. *Verso e Reverso*. Revista da Comunicação, São Leopoldo, n. 27, ano XII, p. 119-123, ago. 1998.
- GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. *Dicionário de Semiótica*. Trad. Alceu Dias Lima et al. São Paulo: Contexto, 2008. 543p. (Tradução de: *Sémiotique: Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*).
- GREIMAS, Algirdas Julien. *Semiótica. Dicionário razonado de la teoría del lenguaje*. Tomo II. Madrid: Hispânica/Gredos, 1991.
- GREIMAS, Algirdas Julien; FONTANILLE, Jacques. *Semiótica das paixões*. Dos estados das coisas aos estados de alma. Trad. Maria José Rodrigues Coracini. São Paulo: Ática, 1993. 294p. (Tradução de: *Sémiotique des passions*).
- GOETHE, Johann Wolfgang von. *Memórias: poesia e verdade*. Trad. Leonel Vallandro. Porto Alegre: Globo, 1971. 607p. (Tradução de: *Aus meinem Leben. Dichtung und Wahrheit*).
- HJELMSLEV, Louis. *Prolegômenos a uma teoria da linguagem*. Trad. José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Abril Cultural, 1975. p. 183-219. (Tradução de: *Prolegomena to a theory of language*). [Os Pensadores XLIX].
- LANDOWSKI, Eric. *Interações arriscadas*. Trad. Luiza Helena O. da Silva. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014. 125p. (Tradução de *Les interactions risquées*).
- LANDOWSKI, Eric. *Presenças do Outro: ensaios de sociossemiótica*. Trad. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002. 250p. (Tradução de: *Présences de l'autre. Essais de socio-sémiotique II*).
- LANDOWSKI, Eric. *A sociedade refletida*. Ensaios de sociossemiótica. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992. 213p. (Tradução de: *La société réfléchie*).
- LANDOWSKI, Eric.; OLIVEIRA, Ana Claudia. (Eds.) *Do inteligível ao sensível*. Em torno da obra de Algirdas Julien Greimas. São Paulo: EDUC, 1995. 269p.
- OLIVEIRA, Ana Claudia (org.). *Sociossemiótica III: interação, mídia e cultura participativa*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2021.
- OLIVEIRA, Ana Claudia de. (Ed.). *As interações sensíveis: ensaios de sociossemiótica a partir da obra de Eric Landowski*. São Paulo: CPS Editora, Estação das Letras e Cores, 2013.
- OLIVEIRA, Ana Claudia de. *Vitrinas: Acidentes estéticos na cotidianidade*. São Paulo: Educ, 1997. 181p.

PILLAR, Analice Dutra. Visualidade contemporânea e educação: interação de linguagens e leitura. *Contrapontos* (online), v. 13, p. 178-185, 2014.

PILLAR, Analice Dutra. Inscrições do contemporâneo em narrativas audiovisuais: simultaneidade e ambivalência. *Revista Educação* (PUCRS - online), v. 36, p. 306-313, 2013.

PILLAR, Analice Dutra. Sincretismo em desenhos animados da TV: O Laboratório de Dexter. *Educação e Realidade*, v. 30, p. 123-142, 2005.

QUEIROZ, Antônio Augusto de. *O papel dos robôs e das redes sociais nas eleições deste ano*. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2018-out-23/antonio-queiroz-papel-robos-redes-sociais-eleicoes>. Acesso em: 10 mai. 2019.

SAKAMOTO, Leonardo. *Eleições: Você já pensou em ver o mundo além da sua bolha?* Disponível em: [https://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/uol\\_amp/2014/10/22/eleicoes-voce-ja-pensou-em-ver-o-mundo-alem-da-sua-bolha/](https://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/uol_amp/2014/10/22/eleicoes-voce-ja-pensou-em-ver-o-mundo-alem-da-sua-bolha/) Acesso em: 20 out. 2019.

SAKAMOTO, Leonardo. *Entrevista a revista IHU on-line*, em 3 de outubro de 2017. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/159-noticias/entrevistas/572257-bolhas-de-intolerancia-nao-constroem-significados-coletivos-entrevista-especial-com-leonardo-sakamoto>. Acesso em: 27 nov. 2018.

### **Fabiane Villela Marroni**

Doutora e mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Pós-doutorado em Educação. Professora adjunta da Universidade Católica de Pelotas, de 1996 a 2020. Atua com temas relacionados à *semiótica discursiva* (semiótica visual e semiótica sincrética) e *Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação*. Pesquisadora e professora associada do Centro de Pesquisas Sociossemióticas do PEPGCOS da PUC-SP desde 1998 e pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Educação e Arte (GEARTE) do PPGEDU/UFRGS.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0046-3075>

E-mail: [fabianemarroni@gmail.com](mailto:fabianemarroni@gmail.com)

Currículo: <http://lattes.cnpq.br/0405454451123282>

### **Analice Dutra Pillar**

Professora titular da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, na área de ensino de artes visuais. Doutora e mestre em Artes pela Universidade de São Paulo e graduada em Artes Plásticas pela UFRGS. Realizou pós-doutorado na Universidad Complutense de Madrid. Pesquisadora do CNPq. Coordena o Grupo de Pesquisa em Educação e Arte (GEARTE/UFRGS/CNPq). É editora-chefe da Revista GEARTE.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2143-3406>

E-mail: [analicedpillar@gmail.com](mailto:analicedpillar@gmail.com)

Currículo: <http://lattes.cnpq.br/0033345213407184>

*Recebido em 10 de setembro de 2022  
Aceito em 5 de novembro de 2022*

