

Artigo / Article

# A pós-verdade como paradigma argumentativo

*Post-truth as an argumentative paradigm*

---

**Michelle Gomes Alonso Dominguez** 

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

michelle.alonso@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0794-2514>

---

Recebido em: 27/11/2022 | Aprovado em: 05/02/2023

---

## Resumo

Ainda sem consenso, o termo pós-verdade se relaciona estreitamente às *fake news* e ao discurso informativo de modo amplo, impactando, portanto, nossa comunicação nos diversos dispositivos digitais. Pensando a argumentatividade, em seu sentido amplo, como fundamento de toda troca linguageira, o estudo apresenta uma perspectiva sobre o conceito de pós-verdade e, a partir dele, reflete sobre suas consequências na construção argumentativa. Para tanto, são analisados cinco textos, dos quais três são relativos à pandemia de covid-19, veiculados nas diferentes redes sociais em abril de 2020 e identificados como "Fake" pelo Ministério da Saúde brasileiro, e dois deles circularam na propaganda eleitoral de televisão durante a campanha eleitoral à presidência do Brasil, em outubro de 2022. A análise demonstra o impacto da pós-verdade como paradigma argumentativo, inaugurando um padrão de não persuasão favorecido pela troca entre iguais. Como consequências linguístico-discursivas, são observados o apelo a implícitos (compartilhados pelos interlocutores) e a irrelevância de uma racionalidade argumentativa calcada na lógica semântica.

**Palavras-chave:** Discurso • Informação • Fake News • Argumentação • Língua portuguesa

## Abstract

Still without consensus, the term post-truth is closely related to fake news and the information discourse in a broad way, thus impacting our communication on the various digital devices. Considering argumentativeness, in its broad sense, as the foundation of all linguistic exchange, the study presents a perspective on

the concept of post-truth and, from it, reflects on its consequences in the argumentative construction. Therefore, five texts are analyzed, of which three are related to the covid-19 pandemic, disseminated on different social networks in April 2020 and identified as "Fake" by the Brazilian Ministry of Health, and two of them circulated in the television electoral during the election campaign for the presidency of Brazil, in October 2022. The analysis demonstrates the impact of the post-truth as an argumentative paradigm, inaugurating a pattern of non-persuasion favored by the exchange between equals. As linguistic-discursive consequences, the appeal to implicit (shared by the interlocutors) and the irrelevance of an argumentative rationality based on semantic logic are observed.

**Keywords:** Discourse • Information • Fake news • Argumentation • Portuguese language

## Introdução

Atualmente, qualquer debate que envolva temas como informação e/ou argumentação não tem como escapar – e não teria mesmo por que fazê-lo – da reflexão, mesmo que implícita, sobre a questão da pós-verdade. Mais do que isso, arrisco-me a dizer que a pós-verdade se coloca como episteme da própria atualidade e, como tal, constitui todo processo comunicativo contemporâneo. Se tenho razão, toda análise discursiva deve considerá-la como pano de fundo contextual de qualquer produção discursiva, atentando especialmente para a repercussão estrutural desse novo paradigma interacional.

É nesse sentido que este artigo se propõe a refletir sobre o impacto da pós-verdade na argumentação e a reconhecer a relevância de algumas estratégias linguístico-discursivas nesse contexto. O primeiro passo dessa reflexão será dado no sentido de esclarecer o conceito de pós-verdade e de desfazer alguns equívocos conceituais, como os que tomam como sinônimos pós-verdade, mentira e *fake news*. Esclarecidos os termos (aqui resumidamente tratados<sup>1</sup>), passo, na sequência, à breve apresentação do conceito de verdade assumido por diferentes teóricos do discurso, como Foucault, Pêcheux e Charaudeau, relacionando-o com o de pós-verdade, e, por fim, proponho uma discussão sobre os impactos da pós-verdade na argumentação, a partir da análise de cinco textos: três deles divulgados como *fake news* no site do Ministério da Saúde durante o auge da pandemia de covid-19, em 2020; dois deles denunciados como *fake news* pela imprensa brasileira durante o último pleito eleitoral, em 2022.

Vale esclarecer que as *fake news* analisadas têm função apenas demonstrativa dos recursos linguístico-discursivos utilizados na construção argumentativa, não havendo nenhuma preocupação ou compromisso com qualquer esgotamento tipológico. Por outro lado, a contribuição que o estudo pretende oferecer está comprometida com a compreensão da pós-verdade e de seus impactos na construção da argumentatividade contemporânea.

---

<sup>1</sup> Já há uma literatura bastante específica produzida sobre o conceito e suas diversas relações nas áreas da Comunicação, da Sociologia, da Antropologia digital etc.

## 1 Pós-verdade: desfazendo alguns equívocos conceituais

Desde o final de 2016, quando a *Oxford Dictionaries* elegeu a ‘pós-verdade’ (*post-truth*) como palavra do ano, o debate sobre o termo repercutiu nas variadas áreas das ciências humanas, que passaram a refletir sobre sua validade e a refinar sua definição. Definida como “circunstância em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal” (Oxford, 2016, tradução minha<sup>2</sup>), a pós-verdade vem sendo conceitualmente reelaborada em diferentes áreas do conhecimento, havendo mesmo quem a conceba como embuste teórico. Nesses casos, que inclui o senso comum, o termo é concebido como manobra produzida para que se negocie com a mentira: “A mentira da pós-verdade”, intitula um artigo do jornalista Fernando Berckemeyer (2017).

Nas ciências sociais, entretanto, o conceito vem sendo desenvolvido pelo descolamento com uma enunciação específica, não podendo, portanto, ser confundido com a mentira, já que esta se institui por enunciação sem rebatimento na realidade. Para que haja mentira, é necessário que o enunciador esteja ciente de que seu dizer não guarda relação de fidelidade com o referente e, como veremos adiante, tais relações – de consciência enunciativa e referenciais – pouco dizem sobre a pós-verdade da maneira como a compreendemos. Não se afirma, com isso, a inexistência de relação entre pós-verdade e mentira, pois se reconhece a pós-verdade como terreno fértil para sua proliferação. O importante aqui é não tratar como equivalentes conceitos que apenas se relacionam. Vejamos a definição apresentada por Cesarino:

a pós-verdade diz respeito justamente a uma mudança profunda nos tipos de mediação que organizam ou, no caso, desorganizam e reorganizam em outras bases a produção de conhecimento legítimo na sociedade contemporânea. Se, nos conhecidos termos de Latour e Woolgar (1997), o que entendemos no ocidente por realidade (ou verdade) é “o conjunto dos enunciados considerados caros demais para serem modificados” (p. 278), a pós-verdade é uma condição epistêmica onde qualquer enunciado pode ser potencialmente contestado por qualquer um, a um custo muito baixo (2021, p. 4).

A compreensão da autora associa o conceito a uma espécie de condição organizativa da contemporaneidade e, nesse sentido, dialoga com a posição que venho adotando, ao considerar a pós-verdade como “um novo padrão de comportamento social diante da informação (científica, midiática ou mesmo a mais prosaica), qual seja, a da credibilidade fundada em convicções, emoções e crenças” (Dominguez, 2020, p. 1877). Não se trata apenas de “renomar” a mentira ou falsificação de fatos, mas de assumir que a busca pela verdade, na atualidade, se dá por parâmetros diversos. E a arquitetura da internet tem papel importante nisso.

Ao inaugurar uma comunicação do tipo todos-todos (Lévy, 2009), a internet proporcionou aos usuários poder e amplitude de interação inéditos. Some-se a isso a arquitetura

---

<sup>2</sup> No original: *relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief* (OXFORD, 2016).

algorítmica que estrutura a web 2.0, e temos uma rede de comunicação que hierarquiza as interações a partir de vínculos de interesse nada comprometidos com a legitimidade. A cada usuário ficam mais acessíveis conteúdos que correspondem aos dados cedidos por ele (conscientemente ou não) durante sua navegação. Nesse ambiente, que ao mesmo tempo multiplica e reduz ditos e vozes, instituições parametrizadoras da verdade, como a ciência e os órgãos de imprensa tradicional, são enfraquecidas, abrindo-se espaço para a formação dessa nova episteme pós-verdadeira.

Como consequência desse impulso em aceitar como verdadeiros “fatos” que atendem nossas demandas pessoais, as *fake news* (não necessariamente associadas a mentiras categóricas) proliferam. Em uma sociedade cuja organização da verdade se dá a partir de parâmetros como a crença e se fortalece nas bolhas algorítmicas, a informação passa a ter sua produção, circulação e consumo mais comprometidos com as expectativas da demanda do que com os fatos. Nesse sentido, compartilho com a jornalista Claire Wardle (2017) a visão de que isso que temos simplificado sob a denominação *fake news* é um ecossistema de informações complexo e diverso:

[...] todos concordamos que o termo “fake news” é inútil, mas sem uma alternativa, ficamos desajeitadamente usando aspas no ar sempre que o pronunciamos. A razão pela qual estamos em busca de uma substituição é que, mais do que notícias, trata-se de todo um ecossistema de informações. Além disso, o termo fake não descreve a complexidade dos diferentes tipos de “misinformation” (o compartilhamento inadvertido de informações falsas) e “disinformation” (a criação e compartilhamento deliberados de informações sabidamente falsas)<sup>3</sup>. [Tradução nossa] (Wardle, 2017, s.p.).

Importa esclarecer neste ponto que a referência à importância do aparato técnico como potencializador dessa (re/des)organização estrutural deve ser entendida como necessariamente derivada de ações humanas que, por sua vez, são reguladas pela estrutura social. Afinal, a arquitetura web é forjada a partir de interesses econômicos e políticos de determinados grupos, no sentido de manutenção do poder.

## 2 A questão da verdade e da informação na Análise do Discurso

Para Foucault,

Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua ‘política geral’ de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos

---

<sup>3</sup> Original em inglês: «[...] we've all agreed the term “fake news” is unhelpful, but without an alternative, we're left awkwardly using air quotes whenever we utter the phrase. The reason we're struggling with a replacement is because this is about more than news, it's about the entire information ecosystem. And the term fake doesn't begin to describe the complexity of the different types of misinformation (the inadvertent sharing of false information) and disinformation (the deliberate creation and sharing of information known to be false).»

falsos, a maneira como se sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro (Foucault, 1979, p. 12).

Ao tratar a questão da verdade como um “regime” organizado a partir de parâmetros estabelecidos por cada sociedade, Foucault suspende qualquer relação referencial que poderia sustentar o termo, compreendendo-a como construção social. É a partir desse deslocamento que se viabiliza a mudança em paradigmas determinadores da verdade e se fundamenta a percepção de que vivemos hoje um momento importante nesse sentido.

De maneira geral, as diferentes correntes identificadas dentro dessa grande área que é a Análise do Discurso não compreendem o sentido de verdade a partir da referencialidade objetiva entre dito e mundo. É assim que Michel Pêcheux (2009, p. 183) defendia que até mesmo a prática científica, supostamente encarregada de mostrar o verdadeiro, implicava em uma “tomada de posição pela objetividade” e que Patrick Charaudeau reconheceu a seguinte contradição: “a verdade seria exterior ao homem, mas este só poderia atingi-la (finalmente construí-la) através de seu sistema de crenças” (Charaudeau, 2006, p. 49). Ficam claros, portanto, os atravessamentos sócio-histórico-culturais entre o sujeito e a verdade.

A verdade, assim concebida, impõe o reconhecimento de que a informação, como todo ato de linguagem, encontra seu fundamento no contato com o outro, sendo construída a partir dos dados específicos da situação de troca (incluindo-se aí todos os fatores socioculturais determinantes). Não se trata a informação de um dado puro da realidade, como discurso reprodutor de uma verdade verificável no fato informado.

É, pois, inútil colocar o problema da informação em termos de fidelidade aos fatos ou a uma fonte de informação. Nenhuma informação pode pretender, por definição, à transparência, à neutralidade ou à factualidade. Sendo um ato de transação, depende do tipo de alvo que o informador escolhe e da coincidência ou não coincidência deste com o tipo de receptor que interpretará a informação dada (Charaudeau, 2006, p. 42).

Entendida a partir de seu vínculo com o imaginário social, a questão da verdade se coloca no ato informativo em função dos valores de verdade que (re)produz e dos efeitos de verdade que constrói. Baseados na convicção, os efeitos de verdade são produto da subjetividade do sujeito na sua adesão ao que pode ou não ser julgado verdadeiro segundo as normas sociais de reconhecimento da verdade. Diferentemente, os valores de verdade se pautam na evidência e se realizam através de uma construção explicativa e objetiva elaborada pela “instrumentação científica que se quer exterior ao homem (mesmo que seja ele quem a tenha construído)” (Charaudeau, 2006, p. 49).

Seguindo o raciocínio proposto, o discurso da informação se institui, mais do que pela veracidade dos fatos que pretende reproduzir, pelos diferentes tipos de efeitos de verdade colocados em cena no ato informativo. Quer isto dizer que, para além da busca da verdade, esse tipo de discurso busca a credibilidade, a validade do que é dito.

### 3 Argumentação na pós-verdade

Na perspectiva aqui adotada, os fatos discursivamente construídos não se sustentam em verdades ou falsidades empíricas, mas em valores e efeitos de verdade produzidos pelas condições de veracidade atribuídas à informação. Assim, segundo Charaudeau (2006), a questão da verdade impõe um compromisso com algumas atitudes discursivas, conforme elencado a seguir:

- *Dizer o exato* – fazer crer na coincidência entre o fato e o dito, através de recursos que pretendam dizer o mundo como ele é, como a designação, as imagens, os ruídos etc.
- *Dizer o que aconteceu* – colocar o relato num momento posterior ao acontecimento e promover sua reconstituição através de analogias.
- *Dizer a intenção* – instaurar uma relação de transparência entre o enunciado e o enunciador através da correspondência entre o que é dito e o que é pensado.
- *Fornecer a prova* – reportar os motivos e consequências do fato informado, validando as explicações através de análises, especialistas, investigações etc.

A realização de tais compromissos atribuiria credibilidade à informação, pois legitimaria a visada de informação em sua relação com a verdade, engajando-se na correspondência com os diferentes imaginários sociais que a questionariam. Entretanto, na era da pós-verdade, a questão é, pois, duplamente deslocada.

O primeiro deslocamento diz respeito à não exclusividade das mídias tradicionais como fontes informativas. Ainda que sirvam como caminho oficial de circulação de informação, os grandes jornais (impressos, televisivos e mesmo online) perderam a soberania de emissão da informação com o aprofundamento da comunicação todos-todos inaugurada pelo ciberespaço (Lévy, 2009). O monopólio informativo dos jornais, que contava com uma cadeia de produção específica e a legitimidade de um jornalista-enunciador, já não é realidade e, não é de hoje, disputa espaço (e versões) com vozes anônimas (Castells, 2010).

Já o segundo deslocamento refere-se ao fato de que a garantia da credibilidade não reside mais (ou apenas) no compromisso com as atitudes discursivas arroladas anteriormente, mas sim no atendimento a uma demanda da interlocução. Enfraquecidas as instituições sociais normalizadoras dos padrões de reconhecimento da verdade, é a subjetividade dos sujeitos que passa a exercer essa regulação. Nesse contexto, o enunciador sabe que a veracidade de seu discurso depende mais da adesão do interlocutor às teses propostas do que da qualidade de sua sustentação argumentativa.

Parto de um conceito amplo de argumentação, consensual na linguística atual, que reconhece a argumentatividade como intrínseca à própria linguagem humana:

A interação social por intermédio da língua caracteriza-se, fundamentalmente, pela argumentatividade. Como ser dotado de razão e vontade, o homem, constantemente, avalia, julga, critica, isto é, forma juízos de valor. Por outro lado, por meio do discurso - ação verbal dotada de intencionalidade — tenta influir sobre o comportamento do outro ou fazer com que compartilhe determinadas de suas opiniões. É por esta razão que se pode afirmar que o ato de argumentar constitui o ato lingüístico fundamental, pois a todo e qualquer discurso subjaz uma ideologia, na acepção mais ampla do termo. A "neutralidade" é apenas um mito: o discurso que se pretende "neutro", ingênuo, contém também uma ideologia — a da sua própria objetividade (Koch, 2002, p. 17).

O caminho trilhado por Koch equivale ao adotado pela Teoria de Argumentação da linguagem, como proposta em Ducrot e Anscombre (1988), mas ele não é único. A partir de conceitos relevantes nas Teorias do Discurso, como dialogismo, interdiscurso e heterogeneidade, também fica difícil refutar uma perspectiva argumentativa da linguagem. Afinal, se todo discurso se constitui a partir de outros discursos (repercutindo, questionando ou refutando etc.), há sempre uma tomada de posição (consciente ou não) constitutiva de todo enunciado.

A sugestão aqui não é a da desconsideração de uma concepção mais restrita do termo, mas a da elucidação de que a argumentatividade está inscrita na linguagem independentemente de uma organização textual estritamente argumentativa, conforme a apresentada por Garcia (2010):

Na argumentação, além de expor e explicar idéias, procuramos principalmente formar a opinião do leitor ou ouvinte, tentando convencê-lo de que a razão está conosco, de que nós é que estamos de posse da verdade. Argumentar é, em última análise, convencer ou tentar convencer mediante a apresentação de razões, em face das provas e à luz de um raciocínio coerente e consistente (Garcia, 2010, p. 370).

Tomada como modo de organização de enunciados calcada no discurso lógico, com clara finalidade persuasiva, a argumentação apresenta desafios para a compreensão de textos “pós-verdadeiros” que não pretendo enfrentar neste artigo, apesar de reconhecer aí um tema de pesquisa profícuo. Proponho-me aqui ao exercício de refletir sobre o impacto que os novos padrões de identificação/reconhecimento/validação da verdade impõem à argumentação de tipo retórica, nos moldes de Ducrot<sup>4</sup> (2009). Nesse sentido, dedico-me à observação dos recursos lingüístico-discursivos (argumentos) mobilizados pelo enunciadador na condução desse “fazer crer” argumentativo.

---

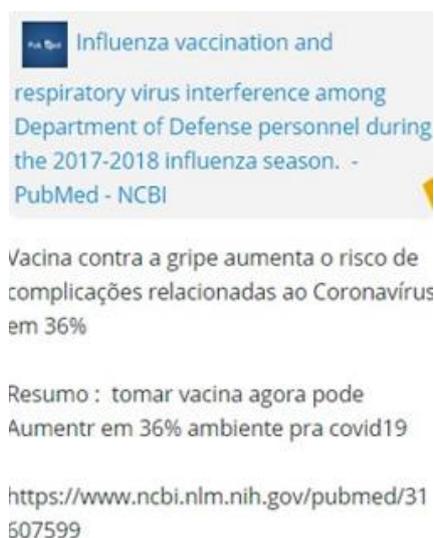
<sup>4</sup> Ducrot (2009, p. 20-21) propõe a distinção entre argumentação retórica e argumentação lingüística nos seguintes termos: a primeira seria a “a atividade verbal que visa fazer alguém crer em alguma coisa”, enquanto a segunda refere-se aos “segmentos de discurso constituídos pelo encadeamento de duas proposições A e C, ligadas implícita ou explicitamente por um conector do tipo de *donc* (portanto), *alors* (então), *par conséquent*(consequentemente)”.

## 4 Fake News e construção da verdade

À luz da pós-verdade, os argumentos prescindem de racionalidade e a persuasão pode ocorrer pela identificação que mantêm com as convicções do interlocutor e pela resposta dada aos seus anseios. A título de exemplificação, proponho a análise de cinco textos que circularam em diferentes redes sociais. Os três primeiros, colhidos em 2021, referem-se à covid-19 e foram identificados no site do Ministério da Saúde<sup>5</sup> como *fake news*. Os dois últimos foram colhidos em outubro de 2022, durante o período das eleições presidenciais no Brasil, e foram sentenciados pela Justiça eleitoral do país como informação falsa.

Passemos ao primeiro exemplo:

**Figura 1.** Fake news sobre vacina da gripe



**Fonte:** [saude.gov.br/fakenews](https://saude.gov.br/fakenews)

Na Figura 1, temos um texto que circulou via WhatsApp em abril de 2021, período em que se iniciou a campanha de vacinação contra H1N1 no Brasil, composto pelo título de uma pesquisa em inglês (com suposto *hiperlink* para a íntegra do texto), seguido de uma espécie de resumo dos resultados do estudo e do endereço eletrônico da publicação. As primeiras observações relevantes são que o estudo existe e que o endereço de fato encaminha para a publicação. Trata-se, portanto, de informação verdadeira e verificável. A questão aqui é o tratamento dado ao conteúdo, distorcido para servir como argumento ao discurso anti-vacina.

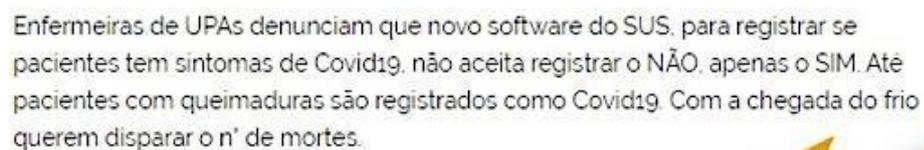
Em um país lusófono, cujo aprendizado de línguas estrangeiras atinge parcela pequena da população, o primeiro elemento ativador da argumentação é o título da pesquisa “*Influenza vaccination and virus respiratory interference among Department of Personnel during the*

<sup>5</sup> Em 2018, o Ministério da Saúde iniciou o Projeto “Saúde sem Fake News”, em que apurava denúncias de notícias falsas relacionadas à área da saúde e divulgava o resultado da análise no Portal Saúde, através do endereço <https://www.saude.gov.br/fakenews>.

2017-2018 season”. Ilegível para parcela considerável dos brasileiros, o título serve como primeiro ponto de apoio na argumentação pelo simples fato de estar escrito em inglês, língua de prestígio técnico-científico em nossa sociedade. Apesar de sua tradução literal ser “Vacinação contra influenza e interferência do vírus respiratório entre os funcionários do Departamento de Defesa durante a temporada de influenza 2017-2018” (tradução nossa), a sequência textual aponta como resultado do estudo que a “vacina contra gripe aumenta o risco de complicações relacionados à corona vírus em 36%” e propõe como “resumo” uma nova tese: “tomar vacina agora pode aumentar em 36% ambiente pra covid”. Note que as duas sentenças apontam para resultados distintos (aumenta risco de complicações x aumenta ambiente para covid), mas se equivalem na construção da cadeia argumentativa: tomar a vacina é prejudicial.

Pouco importa a validade da publicação no meio científico, que o estudo tenha pesquisado indivíduos entre 2017 e 2018 (quando ainda não existia covid-19) ou que a única relação que se pode fazer entre o título em inglês e o texto em português esteja na pressuposição de que “vírus respiratório” seria covid-19; em tempos de pós-verdade, o valor do argumento é atribuído por parâmetros subjetivos. No exemplo 2, não é diferente.

**Figura 2.** Fake news sobre registro de covid-19

A screenshot of a text-based fake news article. The text is in Portuguese and discusses a software issue in the SUS system. It claims that nurses at UPAs are complaining that the new software for registering COVID-19 symptoms does not accept the 'NÃO' (NO) option, only the 'SIM' (YES) option. It further alleges that patients with burns are being registered as COVID-19 cases and that with the arrival of winter, they want to increase the number of deaths.

Enfermeiras de UPAs denunciam que novo software do SUS, para registrar se pacientes tem sintomas de Covid19, não aceita registrar o NÃO, apenas o SIM. Até pacientes com queimaduras são registrados como Covid19. Com a chegada do frio querem disparar o n° de mortes.

**Fonte:** [saude.gov.br/fakenews](http://saude.gov.br/fakenews)

A publicação do texto da Figura 2 como falso foi feita em 24 de abril no site do Ministério da Saúde, o que sinaliza para a circulação da informação em período concomitante à demissão do ex-ministro da Saúde Luiz Henrique Mandetta. Tendo em vista que a justificativa para a demissão do ex-ministro (e também da saída de seu sucessor Nelson Teich) foram divergências com o presidente na condução da pandemia, é a consideração dessa conjuntura que cria a base de sentido para a argumentação.

A informação, de teor conspiratório, sugere o interesse de alguém/algum grupo (“X querem”) em “disparar o nº de mortes”. Tal interesse só faz sentido se a premissa de que haveria alguma ação deliberada para prejudicar o governo for tomada como verdadeira, já que, sendo o SUS um órgão do governo, não faria sentido simular o aumento do número de casos ou de mortes por covid-19 e, assim, afirmar sua própria incompetência. Aceita a premissa, pouco importam a falta de especificidade de elementos como “enfermeiras” (algum nome específico? apenas mulheres? etc.) e UPAs (quais? todas? etc.) ou as diversas camadas de implícitos que precisam ser preenchidas para que a conclusão “querem disparar o nº de mortes” seja derivada das sentenças anteriores. Se “até pacientes com queimaduras são registrados como covid19”, cujo uso do “até”, marcador argumentativo de gradação, intensifica o disparate de tal registro, está posta a desconfiança de quaisquer números oficiais divulgados e, conseqüentemente, a

reafirmação de um discurso que minimiza os impactos da pandemia por corona vírus, afinado com a posição do presidente.

O terceiro exemplo ilustrativo atende ao mesmo projeto argumentativo:

**Figura 3.** Fake news sobre mortalidade da covid-19

NÚMERO DE ÓBITOS NO BRASIL DE JANEIRO A MARÇO DE 2020 - PORTAL DATA-SUS -	
COVID -19 (até 10 . abril)	946
Do. Cardíacas	41.425
Do. Cerebro Vasculares	29.308
IVAS ( gripes )	20.712
Alzheimer e suas complic.	18.123
D. Bronco /Cardio Pulmonares	15.534
Violência	14.449
Diabetes	12.945
Trânsito	10.356
Do. Renais	8.285
Cirrose	7.763

**Fonte:** [saude.gov.br/fakenews](http://saude.gov.br/fakenews)

A tabela da Figura 3, com fonte identificada como “portal data-sus”, lista o número de óbitos no Brasil por causa de morte. Segundo os dados, no período de janeiro a março de 2020, o número de mortes por covid-19 seria comparativamente muito inferior às outras causas, acarretando, então, a conclusão de que o vírus não seria grave. Apesar da citação da fonte, os números apresentados são equivocados<sup>6</sup> no que se refere à covid-19 e, no mínimo, descontextualizados nas outras causas de morte<sup>7</sup>, já que os dados de mortalidade no SUS são publicados a cada dois anos, sendo as informações mais recentes de 2018.

O apelo à oficialidade e à objetividade dos dados, sugestiva de um enunciador neutro, interessado apenas na divulgação da informação, sustenta a argumentação no reconhecimento implícito da não gravidade/mortalidade em casos de covid-19. Os argumentos são, portanto, apresentados para fundamentar uma tese que se supõe compartilhada pelo interlocutor e, por isso, além da inexatidão que os caracteriza, podem ser construídos a partir da comparação de incomparáveis. Comparar o número de mortes por covid-19 com mortes por causas sistêmicas ou sociais só é argumentativamente sustentável do ponto de vista da lógica comparativa se não houver esforço de contra-argumentação, mas sim reforço de sentido.

<sup>6</sup> Os números referentes à covid-19 no período eram maiores, conforme demonstram os dados oficiais disponíveis em <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/10/brasil-tem-1057-mortes-e-19638-casos-confirmados-de-novo-coronavirus-diz-ministerio.ghtml>

<sup>7</sup> Em nossas buscas no portal data-sus não conseguimos confirmar a veracidade dos dados apresentados.

**Figura 4.** Fake news visita de Lula ao Complexo do Alemão



**Fonte:** <https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/tse-manda-remover-posts-sobre-bone-de-lula-com-sigla-cpx/>

Na Figura 4, temos a reprodução de uma postagem na rede social Twitter, onde vemos a foto (verídica) do presidente Lula (então candidato) em comício no Complexo do Alemão, no RJ, vestindo um boné com a inscrição CPX. Legendando a fotografia, um texto contextualiza a imagem do comício de Lula como “visita ao QG do Comando Vermelho” – ou seja, ao quartel general de uma das maiores e mais conhecidas organizações criminosas do Brasil – e decodifica a sigla escrita no boné como “Cupinxá (parceiro) de crime”.

O efeito de verdade do dito é construído a partir da veracidade da imagem, cuja divulgação se deu em diferentes mídias e formatos. Nesse sentido, a ida de Lula ao Complexo do Alemão era informação inquestionável. A relação entre Lula e o crime organizado construída na legenda, entretanto, depende, necessariamente, de que o leitor parta de uma associação prévia entre o presidente e a criminalidade para tornar sustentável o destino da visita e o uso do adereço. Ainda que a coincidência cromática entre o nome da organização criminosa e a cor do Partido dos Trabalhadores (vermelha) favoreça a construção de vínculo entre as esferas e sirva de apoio visual à relação proposta na legenda, só o apelo às crenças do interlocutor é capaz de fundamentar tal relação. A confiança nesse apelo é tanta que possibilita a aposta na grafia errada de “cupinxá” (a forma correta é com ch – cupincha) para criminalizar a sigla inscrita no boné<sup>8</sup>.

Como paradigma de construção da verdade, a pós-verdade é inescapável e subsidia a argumentatividade dos múltiplos grupos sociais, não se restringindo apenas a negacionistas da extrema direita – ainda que sua atuação nesses grupos seja mais profunda e profícua. Para demonstrar tal generalidade, temos nosso último exemplo:

<sup>8</sup> CPX é sigla de Complexo e, nesse caso, refere-se ao Complexo de favelas que compõem o morro do Alemão, no Rio de Janeiro.

**Figura 5.** Fake news sobre canibalismo de Bolsonaro



**Fonte:** <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/reuters/2022/10/09/tse-suspende-propaganda-do-pt-em-que-bolsonaro-diz-que-comeria-carne-humana.htm>

O texto da Figura 5 é o print de um vídeo veiculado na televisão durante a propaganda eleitoral do PT. No vídeo, o então candidato Jair Bolsonaro aparece afirmando que “comeria um índio”. Imagem e som não foram alterados e são, portanto, verdadeiros. No entanto, sua descontextualização e recorte constroem um efeito de sentido que não necessariamente correspondem ao posicionamento do enunciador.

Trata-se o vídeo em questão de uma entrevista de Bolsonaro ao jornal *The New York Times*, ocorrida em 2016. Em determinado momento da entrevista, Bolsonaro relata que ao chegar a uma comunidade indígena em Roraima, soube que eles se preparavam para uma cerimônia canibal e disse querer participar: “Eu queria ver o índio sendo cozinhado. Daí o cara falou 'se for, tem que comer'. Eu falei, eu como! (?) Eu comeria o índio sem problema nenhum, é a cultura deles”<sup>9</sup>. Ao ser posto em circulação sem que seja explicitado seu contexto de origem (temporal e textual) o vídeo instaura como verdadeira a atribuição de uma posição de naturalização do canibalismo a Bolsonaro. A argumentatividade, que constrói a imagem de alguém sem apreço à vida humana de modo geral, mas, especialmente, a dos indígenas, conta com os conhecimentos do destinatário sobre a relação de descaso e crueldade de Bolsonaro com as populações indígenas durante seu mandato para se fundamentar. Ainda que a declaração tenha sido feita no passado e em um contexto discursivo específico, se as condutas do presente abonam a crença de desumanidade, elas bastam como argumento capaz de sustentar a narrativa da canibalização.

Essa afinidade entre os interlocutores foi verificada nos cinco textos analisados e penso ser um importante traço da argumentação na pós-verdade. As trocas no ambiente digital são algorítmicamente restritas, formando as famosas bolhas e, portanto, favorecendo a comunicação entre iguais. Resulta daí que a argumentatividade desses textos se estrutura não pela busca de persuasão – que consiste em compartilhar com o interlocutor um certo universo

<sup>9</sup> Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/thais-oyama/2022/10/10/lula-cruzou-linha-do-ridiculo-ao-dizer-que-bolsonaro-se-puder-come-indio.htm?cmpid=copiaecola>.

de discurso até que ele seja levado a ter as mesmas propostas (Charaudeau, 2008, p, 206) –, mas sim pela sustentação de conteúdos implícitos compartilhados, visando a reafirmação de sua verdade.

Em tempos de pós-verdade, a norma social é a flexibilização dos parâmetros de reconhecimento da verdade (incluindo os científicos) e conseqüente adequação dos efeitos e valores de verdade aos sujeitos. Nesse sentido, a análise dos textos possibilitou o destaque de três estratégias linguístico-discursivas, que colaboram para a assunção de conteúdos como verdadeiros e, desse modo, para a manutenção e aprofundamento de uma discursividade forjada pela ausência: (i) os diferentes tipos de conteúdos implícitos (pressuposição, acarretamento e subentendido), alguns deles demandando um conhecimento partilhado entre os interlocutores; (ii) a ausência de contexto, que retira um dito ou um acontecimento de sua encenação mais ampla, ajustando-se à direção argumentativa desejada; (iii) a justaposição de sentenças, cuja verdade seja claramente verificável, mas não a relação lógico-semântica recuperável por um conectivo omitido.

## Palavras finais

Reconhecida como episteme da atualidade, a pós-verdade se impõe como fundamento para a reflexão de toda troca linguística, especialmente, àquelas envolvidas nas disputas sociais sobre concepções de verdade, como é o caso da argumentação. Em outras palavras, a compreensão de que a relação entre o enunciado e o fato (aquilo que no senso comum faz com que associemos um discurso à verdade) está sendo mediada por parâmetros novos implica a necessária reconsideração dos padrões e estratégias linguístico-discursivas envolvidas nessa relação. Esse foi o exercício proposto neste estudo.

Parti da desvinculação entre o conceito de pós-verdade e enunciado – que o restringe ao eixo semântico de sua verdade ou falsidade e, conseqüentemente, confunde-o com outros termos, como a mentira e as *fake news* –, para identificá-lo como parte das novas bases de mediação que legitimam a produção do conhecimento na sociedade. Quando a sanção da ciência já não é voz soberana e o jornalismo tradicional esforça-se para se manter crível frente à distopia atual, o controle se dissipa entre os usuários, diversificando-se as fontes de legitimação. Está claro o papel fundamental da internet e das mídias digitais na (des)/(re)configuração desses limites.

Apesar de sua constituição diversa e múltipla, a rede é organizada a partir de uma arquitetura comunicativa pautada por algoritmos de convergência e difusão massiva, favorecendo, assim, a circulação de informação “uníssona”. Nesse ambiente, fomenta-se a disposição em aceitar como verdadeiro um conteúdo correspondente aos seus anseios e crenças, que repercute discursivamente em uma argumentatividade reestruturada em função do reconhecimento prévio dessa disposição de verdade.

Nos exemplos analisados, foi possível observar que a argumentatividade se constrói como projeto de reafirmação de conteúdo que se supõe já amparado na interlocução (e, portanto, não se propõe ao convencimento), erguido sobre bases argumentativas bastante frágeis. Regulada por uma interlocução que a ecoa, preenchendo e confirmando implícitos, articulando relações semânticas comprometidas e aceitando como dada a recontextualização no enunciado, a fragilidade argumentativa se torna um dado irrelevante. Não se trata mais (apenas) de fundamentar a tese com fatos, documentos, provas, testes etc. Basta se certificar de que o outro está à espera de uma voz que reafirme seus próprios valores e crenças.

Espero, com o presente trabalho, contribuir para ampliar os debates referentes à questão da pós-verdade no que tange à sua concepção e suas consequências socioculturais, mas, principalmente, para fomentar as reflexões sobre as implicações linguístico-discursivas que seu reconhecimento impõe aos estudos da argumentação. Lidar com os paradigmas inaugurados pela “revolução digital” é tarefa urgente para os que querem compreender a comunicação na contemporaneidade.

## Referências

- ANSCOMBRE, J. C.; DUCROT, O. *L'argumentation dans la langue*. Liège/Bruxelas: Pierre Mardaga, 1988.
- BERCKEMEYER, F. A mentira da pós-verdade. In: *Revista Uno*. A era da pós verdade: realidade versus percepção. Nº.27, p. 26-29, 2017. Disponível em: <https://www.revista-uno.com.br/numero-27/a-mentira-da-pos-verdade/>. Acesso em 10/07/2018.
- CASTELLS, M. *O poder da comunicação*. Trad. Vera Lúcia Mello Joscelyne. 1ª. ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- CESARINO, L. Pós-verdade e a crise do sistema de peritos: uma explicação cibernética. *Ilha Revista de Antropologia*, Florianópolis, v. 23, n. 1, p. 73–96, 2021. DOI: <http://doi.org/10.5007/2175-8034.2021.e75630>.
- CHARAUDEAU, P. *O discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.
- DOMINGUEZ, M. G. A. Estratégias argumentativas para a construção de pós-verdades. *Anais do VII SIMELP - Estudos da Linguagem em perspectiva: caminhos da interculturalidade*. Porto de Galinhas, 2020.
- DUCROT, O. Argumentação linguística e argumentação retórica. *Letras de Hoje*, Porto Alegre, v. 44, n. 1, jan./mar., 2009.
- FOUCAULT, M. Entrevista a Alexandre Fontana. *Microfísica do Poder*, p.12-13, 1979.
- GARCIA, O, M. *Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar*. Rio de Janeiro: FGV, 2010.
- KOCH, I. V. *Argumentação e linguagem*. São Paulo: Cortez, 2002.
- LÉVY, P. *Cibercultura*. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2009.
- OXFORD. Word of the year 2016. *Oxford Languages*. Oxford University Press. Disponível em <https://languages.oup.com/word-of-the-year/>. Acesso em 04.04.2020.
- PÊCHEUX, M. *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Campinas: Ed. Unicamp, 2009.
- WARDLE, C. Fake News. It's complicated. *First Draft*, February 16, 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. Acesso em: 20.10.2022.

## LINHA D'ÁGUA