

LINGUASAGEM

“ME ENGANA QUE EU POSTO”: ENUNCIÇÃO, ARGUMENTAÇÃO E OS EFEITOS DE CERTEZA NA INTERNET

Claudia Freitas REIS¹

Resumo O trabalho analisa, à luz dos pressupostos teóricos da Semântica do Acontecimento e em consonância com os estudos Grupo de Pesquisa Linguagem, Enunciação, Discurso – LED (CNPq-UNICAMP), o enunciado “Me engana que eu posto” que intitula a coluna da revista Veja em sua versão online. Analisamos o político e a argumentação na constituição da cena enunciativa, a distribuição dos lugares e modos de dizer e a forma como o Locutor é agenciado no acontecimento. A análise demonstra o funcionamento argumentativo do enunciado que significa, em sua conclusão, aquele que está autorizado a desmentir uma mentira enunciada. Mostramos a forma como a Internet é memorada como um espaço de circulação de mentiras e verdades enunciadas que colocam descrédito a lisura dos veículos de comunicação.

Palavras-chave: argumentação; enunciação; semântica; internet.

Resumen El trabajo analiza, a la luz de los supuestos teóricos de la Semántica del Acontecimiento y en línea con los estudios Grupo de Investigación Lenguaje, Enunciación, Discurso - LED (CNPq-UNICAMP), el enunciado "Me engana que eu posto" que encabeza la columna de la revista Veja en su versión en línea. Analizamos el político y la argumentación en la constitución de la escena enunciativa, la distribución de lugares y formas de decir y la forma en que el Locutor es tomado en el acontecimiento. El análisis demuestra el funcionamiento argumentativo del enunciado que, en su conclusión, significa el que está autorizado a negar una mentira declarada. Mostramos cómo Internet se presente como un espacio de circulación de mentiras y verdades declaradas que desacreditan la confiabilidad de los vehículos de comunicación.

Palavras-chave em língua estrangeira: argumentación; enunciación; semântica; internet.

¹ Professora efetiva do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – campus Araraquara. E-mail: clauin@gmail.com.

Introdução

O discernimento entre verdade e mentira apresenta-se, na contemporaneidade, como um dos desafios dos grandes veículos de informação frente às possibilidades de manipulação das notícias que a popularização da Internet permite. Nos deparamos com circulação de dizeres, sejam eles falsos ou verdadeiros, em uma velocidade vertiginosa e com um alcance que não existia algumas décadas atrás. A percepção dessa problemática vem sendo discutida por diversas frentes e perspectivas e ganhando a atenção dos estudiosos da linguagem. Assim, analisar como essas fronteiras se diluem pela forma como a linguagem funciona parece ser algo profícuo e necessário para aqueles que se ocupam em estudar a linguagem. Por essa razão, a discussão do efeito de certeza sobre as coisas que são ditas parece pertinente. O nosso lugar teórico nos leva a considerar que o que temos *são efeitos de certeza* em um momento histórico marcado por *fake news*, *pós-verdade* e uma afronta à veracidade da ciência. O Grupo de Pesquisa Linguagem, Enunciação, Discurso – LED (CNPq-UNICAMP), do qual a autora faz parte, vem, desde 2017, realizando leituras que possam produzir estudos que levem, à luz das teorias materialistas da enunciação e do discurso, à compreensão dessas formas de produção de efeitos de certeza, diante das enunciações significadas como mentiras ou verdades.

Nas próximas páginas, apresento um percurso de leituras e análises que contribuem aos propósitos do grupo e que dão destaque às questões de pesquisa na relação com o ciberespaço, considerando a Internet como um espaço de enunciação (REIS, 2015).

A proposta do artigo é analisar o enunciado que intitula uma das colunas da revista *Veja Online*, “Me engana que eu posto”. O recorte de análise problematiza a questão da certeza relativamente ao que é enunciado na Internet.

Para essa reflexão, trarei o conceito de cena enunciativa (GUIMARÃES 2002, 2018), com o objetivo de pensar a forma como os lugares e modos de dizer são ocupados e significam a Internet como um lugar de incertezas, pois são essas divisões dos locutores que sustentam os efeitos de verdade ou mentira produzidos na enunciação. Também trabalharei a argumentação e a argumentatividade (GUIMARÃES, 2018), destacando os efeitos de sentidos produzidos pela orientação argumentativa, significando de forma específica a Internet e seus usuários. Que lugares são apresentados para construir a legitimidade daquilo que se enuncia no ciberespaço? De

que forma a Internet vai significando, pela enunciação, na relação com a certeza sobre aquilo que se enuncia?

Com o estudo da cena, mostraremos o caráter político do funcionamento enunciativo, estabelecendo as devidas relações no (ciber) espaço de enunciação. Nesse sentido, trazemos a formulação de Elias (2014):

Pensar o político não é conceber o que lhe é próprio como deletério, e sim tomá-lo como fundamento das relações sociais. Fundado no conflito, o político é o que produz estabilidade, reforça discrepâncias e exclusões, mas também é o que permite o movimento, a inclusão e a produção de condições de igualdade, segundo o modo como se dá o embate das forças em jogo. (ELIAS, 2104, p. 45)

Consideraremos, então, que a constituição da cena enunciativa, ou seja, as divisões e disputas por lugares e modos de dizer litigiosa e conflitante e que não se dá espontaneamente, é política e funciona historicamente, pois significa em determinadas condições de produção.

A certeza, a internet e a circulação das notícias: a era dos *posts*.

O compromisso com a verdade e a imparcialidade ao relatar fatos, que sempre foi o mote que moveu a ação do jornalismo, parece estar ameaçado com a inesgotável publicação de notícias falsas, mergulhadas no mar de *posts*. Nos vemos envoltos por frases como *Você já postou? Você viu o que postaram? Onde postaram? Quem postou?* O lugar de enunciação do jornalista, significado por uma suposta neutralidade e veracidade ao narrar fatos, vem sendo balançado pela avalanche de notícias sem veracidade comprovada, postadas em uma velocidade que vai produzindo sentidos de forma diferente da que tínhamos quando as publicações eram exclusivamente impressas. Poderíamos supor que a verdade vai sendo construída em uma relação direta com a velocidade com que se consegue desmentir ou reafirmar aquilo que é publicado.

Em uma reportagem de 2017, publicada pela revista Exame, a manchete explicita essa questão: “na internet a verdade não importa”². De acordo com a reportagem “a internet está distorcendo nossa compreensão coletiva da verdade”. De acordo com a publicação “se você estudar as dinâmicas de como a informação se move

² A reportagem foi publicada em 22 de junho de 2017. <https://exame.abril.com.br/tecnologia/na-internet-a-verdade-nao-importa-mais/>

na internet hoje, praticamente tudo conspira contra a verdade.” Assim, estaríamos imersos em um mar de informações que são distorcidas em prol da construção de determinadas verdades.

Isso acontece porque as mentiras também se tornaram institucionalizadas. Existem hoje sites inteiros cuja única missão é publicar notícias ultrajantes ou completamente falsas (assim como as notícias reais, as falsas se tornaram um negócio). Páginas tendenciosas no Facebook entraram em ação; uma recente análise das principais páginas políticas do Facebook feita pelo BuzzFeed mostrou que 38 por cento das informações que os sites de direita publicaram e 20 por cento das dos sites de esquerda eram falsas ou enganosas.

Poderíamos dizer que a certeza de algo está relacionada à uma certa autonomia daquele que lê, ou ainda condicionada por uma espécie de identificação do sujeito com aquilo que é postado: “acredito naquilo que está alinhado ao que penso/acredito”. Além disso, a forma como as questões de ordem pública e oficial vem se desdobrando, nos levam a considerar o papel das redes sociais nesse jogo de “verdades e mentiras”. Podemos acompanhar, em tempo real, farpas entre líderes políticos, a reação de grandes personalidades aos determinados acontecimentos; ameaças; decisões ... tudo online e em tempo real. Esse é o modo como os “fatos” têm visibilidade/legibilidade em tempos de sujeitos-posts. Não são raras as reportagens que tratam dessa forma de publicar notícias, prática que se intensifica pelos modos como Internet funciona, isto é, o modo de enunciar na internet produz um apagamento daquele que diz em detrimento daquilo que é noticiado como manchete que, por sinal, nunca desempenhou tão bem seu papel, qual seja, destacar algo, produzir uma ruptura de tempo e espaço e confundir o fato com o discurso sobre ele, ludibriando a verossimilhança.

Essa espécie de descolamento da manchete de suas notícias, ou seja, o apagamento dos detalhes e especificidades daquilo que é noticiado, parece ser o ponto chave das *fake news*, que funcionam justamente pela dinâmica da Internet e de seus suportes: a rapidez e objetividade sem aprofundamento; um público leitor que “compra” a manchete sem o interesse em ler a notícia propriamente dita. Um espaço de enunciação assim configurado e que distribui a língua em uma relação própria com a velocidade e circulação. Assim, um texto de 140 caracteres parece suficiente para que as certezas sejam lançadas!

Em 2020, a coluna assinada por Filipe Vilicic “A Origem dos Bytes”³ apontou para uma nova dinâmica das relações políticas pela forma como líderes mundiais publicizam negociações que antes eram travadas nos bastidores, sem que a população pudesse opinar ou acompanhar. De acordo com a coluna “presenciamos um momento que certamente entra para a história. De uma era na qual ações diplomáticas são tomadas de forma pública, em tempo real, aos olhos de todos, na vitrine das redes sociais”.

A Folha de São Paulo⁴ também publicou um texto que discute essa relação de legitimidade do que é noticiado na Internet. De acordo com a reportagem “cada vez mais as pessoas se informam por esses meios [redes sociais] e, conseqüentemente, encaram como verdade aquilo que é compartilhado na timeline do Facebook ou enviado pelo WhatsApp.” Há, ainda, vinculado a essa prática, o compartilhamento das “notícias” apenas pelo título, sem se considerar o que se diz no texto.

Não por acaso, podemos encontrar, com certa facilidade, grupos de especialistas em desvendar *fake news*. Um exemplo é a publicação norte-americana “The Intercept” que desde 2014 trabalha em uma espécie de jornalismo investigativo em torno das mentiras postadas na rede. No Brasil, sua versão começou em 2016.

Dessa forma, a preocupação com o que é verdade ou mentira na rede produz mudanças significativas nos rumos políticos, econômicos e sociais e a constante movimentação para indicar as certezas diante desse cenário, parece ser uma das questões centrais da contemporaneidade. Parece que esse movimento de provar o que se diz é infundável. Para Ludwig Wittgenstein (1969), em *Da certeza*, a certeza de algo está determinada pelo “jogo da linguagem”, segundo o autor, “essa possibilidade de cada um se convencer faz parte do jogo da linguagem. Representa uma das suas características essenciais” (Wittgenstein, 1969, p.15).

Nosso deslocamento para tratar enunciativamente as questões apresentadas pelo “jogo da linguagem”, que significa as verdades e mentiras como certas ou não, será tomá-las como próprias do agenciamento enunciativo, que é configurado na relação como um espaço de enunciação, considerando, então, que aí estão línguas e falantes em uma relação conflituosa entre o direito a dizer e aos modos de dizer. Para Guimarães (2018, p. 53), “o falante é agenciado politicamente e assim constitui a cena enunciativa:

3 <https://veja.abril.com.br/blog/a-origem-dos-bytes/como-o-twitter-virou-palco-principal-das-tensoes-entre-eua-e-ira/>

4 <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2020/01/como-ensinar-os-alunos-a-confiarem-na-imprensa.shtml>

o acontecimento da enunciação produz sentidos ao constituí-la.” Faremos, então, a descrição da cena enunciativa no recorte de análise e traremos algumas formulações em Guimarães (2018) para propor nossas articulações e desenvolver a análise proposta.

A verdade na imprensa: “me engana que eu posto”.

A coluna “Me engana que eu posto” compõe o conjunto de colunas da revista *Veja* em sua versão *online*. A proposta é apresentar ao leitor *a verdade por trás* de notícias que são apresentadas como falsas, apresentando dados que refutam o que foi postado como notícia e que circulou pela rede. Seguem, na sequência, alguns exemplos⁵ da primeira página da coluna onde há uma lista de *fake News* e uma pequena descrição da verdade da notícia. Cada uma dessas chamadas é um link para um texto mais detalhado. Seguem 3 exemplos de como o texto é apresentado e abaixo uma imagem do site analisado:

- (1) Brasil - Quatro fake news sobre o incêndio na Amazônia
Em chamadas há três semanas, a floresta é um dos assuntos mais comentados nas redes sociais, porém várias das informações compartilhadas não são corretas
- (2) Política - Jair Bolsonaro não decretou o fim do exame da OAB para advogados
Notícia falsa publicada em blog distorce artigo de decreto que trata sobre a estrutura do Ministério da Economia, no qual a OAB sequer é citada
- (3) Esporte - Notícia que mostra imagem de Schumacher ‘recuperado’ é falsa
Texto sensacionalista requebra boatos já refutados sobre a saúde do alemão e os ilustra com montagem canhestra do piloto envelhecido

⁵ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/me-engana-que-eu-posto/>

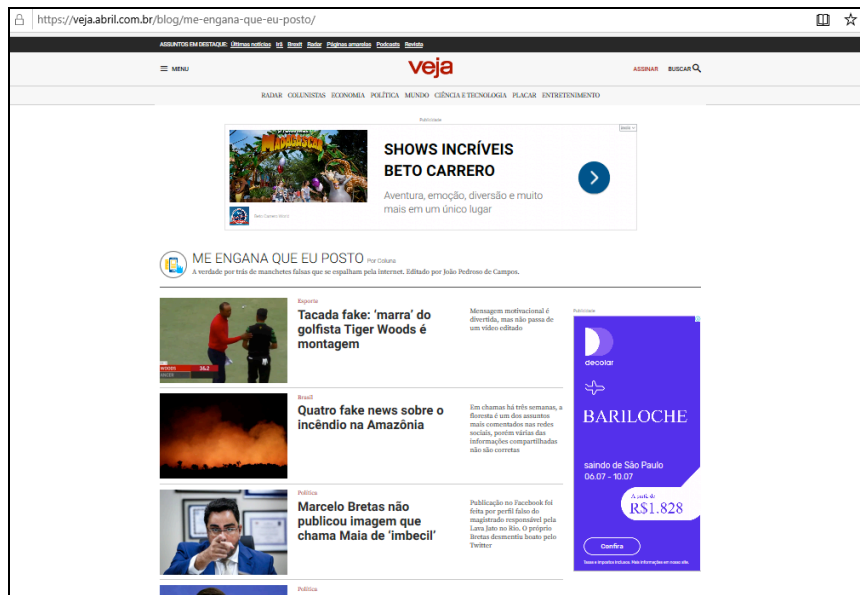


Figura 1-Foto da primeira página da coluna "Me engana que eu posto"

Nosso recorte de análise serão os enunciados apresentados abaixo:

[R1] Me Engana que eu posto.

[R2] A verdade por trás de manchetes falsas que se espalham pela internet.

Em [R1], temos o enunciado que nomeia a coluna da revista *Veja Online* e [R2] que é o subtítulo, que também será considerado em nossas análises. Por uma questão metodológica, fizemos essa partição do recorte a ser analisado. Trabalharemos, primeiramente, com o primeiro trecho. Iniciamos a análise apresentando as divisões da cena enunciativa que se constitui pelo “agenciamento do falante a falar”, (GUIMARÃES, 2018, p. 63) e que “se divide em lugar que diz (Locutor), lugar social de dizer (alocutor), e lugar de dizer (enunciador)”. (idem)

Temos um Locutor que é dividido em alocutor-jornalista, ou seja, ele é agenciado politicamente, na enunciação, e se representa por esse lugar social que o autoriza a dizer o que diz. O alocutor apresenta um enunciador individual (lugar de dizer), marcado pelo *eu* do pronome pessoal *me* e *eu* e da desinência verbal de *posto*. No entanto, podemos perceber um funcionamento importante caracterizado por uma movimentação de enunciadores pela relação que se estabelece com a expressão popular “me engana que eu gosto”, já cristalizada e que, pelo memorável, traz para a enunciação a questão da verdade: a expressão ironiza o dito “é gostoso ser enganado”. A ironia funciona porque o “me engana que eu gosto” emerge dessa relação entre uma descrença que é percebida pelo alocutário, mas que, ironicamente é aceita; algo dito que não

significa como uma verdade, que não tem consistência de verdade, mas que é dito em função de um consenso e interdição do dissenso e aceito pelo alocutário. É justamente a aceitação do dito que provoca a incerteza, produzindo uma conclusão do tipo: eu aceito o dito, mesmo sabendo que não é verdade.

Daí é que vem a ruptura do “me engana que eu gosto”, que é dito sempre quando tem uma mentira no ar. Esse “no ar” é o subentendido, significado na voz do outro, do alocutor que se recupera no memorável. Ou seja, não dizer a verdade é uma prática, mas cabe ao esperto, o que enuncia “me engana que eu gosto”, desestabilizar o efeito perene da mentira.

Por essa mobilização da expressão popular há um deslizamento de sentido entre um *lugar de dizer individual*, que enuncia na relação com o *eu*, e essa relação com aquilo que é tomado como um lugar de aceitabilidade coletiva. Assim “me engana que eu gosto” representaria uma verdade aceita coletivamente⁶, mas questionada pelo *eu* individual que mobiliza, pela ironia, o memorável *as pessoas não gostam de ser enganadas*. Nessa forma de significar *ser enganado, gostar (ou não) de ser enganado e postar* (na Internet), podemos sugerir as seguintes paráfrases:

- (1.a) Eu quero que você me engane (na evidência da materialidade; no dito)
- (1.b) Eu digo que gosto de ser enganado, mas, como se sabe, não gosto.
- (1.c) Eu vou postar aquilo que não for verdade (na evidência da materialidade)
- (1.d) Eu gosto de postar (na relação com o já cristalizado “me engana que eu gosto”)
- (1.e) Eu postarei as verdades por traz de suas mentiras

O alocutor apresenta-se na relação com o *eu*, marcado em todas as paráfrases, a partir de um lugar de dizer (enunciador) individual, mas é agenciado e significa sua enunciação pela divisão do modo de dizer: o enunciador individual que divide o lugar com o enunciador coletivo pela relação com a expressão popular, e projeta um alocutário *tu*, que pode ser pensado como um alocutário-internauta ou ainda um alocutário-jornalista. Nos dois casos o alocutário é significado como aquele que mente (1.e), na relação com o sentido de quem estaria autorizado a postar notícias verdadeiras,

⁶ Eduardo Guimarães apresenta este deslizamento de enunciadores em uma análise apresentada no capítulo 06, de Guimarães 2018, cujo recorte é um trecho do texto de Gandavo.

no caso o alocutor. Além disso, o funcionamento irônico do enunciado está no memorável da expressão popular e não no enunciado “me engana que eu posto”.

Temos um jogo de sentidos muito interessante pela forma como está dividida a cena e pela forma como a ironia faz funcionar esses dois modos de dizer que projetam o sentido do alocutor. Ao assumir o lugar de dizer que o autoriza a dizer as verdades, o alocutor-jornalista, significa sua legitimidade para apresentar *a verdade por trás de manchetes falsas*. Assim, a futuridade do acontecimento nos leva a projetar a paráfrase:

(1.f) Eu postarei a verdade.

(1.g) Eu publicarei a verdade por traz das mentiras que circulam na rede.

(1.h) Mesmo que *você* me engane, eu saberei a verdade e a revelarei.

(1.i) Eu publicarei a verdade por traz das mentiras que *você* posta.

Vejamos como o Locutor é agenciado e tomado pela língua portuguesa em suas formas e, assim, os sentidos são produzidos e significam o real já que falamos “a partir de uma relação com sistematicidades linguísticas que são as línguas” (GUIMARÃES, 2013, p.272)

O que sustenta o *me engana* é o enunciado *posto* e o memorável mobilizado por *eu gosto*, mas em uma relação com a legitimidade do que se diz que é significada pelo lugar de dizer alocutor-jornalista em litígio como o alocutário-jornalista/internauta mentiroso. Temos uma relação articulada pela conjunção *que* com valor de explicativa, equivalente a *porque*. Vemos que a forma como o argumento sustenta a argumentação é de ordem linguística e não empírica (cf. GUIMARÃES, 2018, p.97); a conclusão (1.h) se sustenta pelo funcionamento linguístico e pelos memoráveis que vão sendo mobilizados e que significam a Internet como um espaço em que mentiras são enunciadas, pelos lugares e modos de dizer aquilo que é, supostamente, a verdade.

A argumentação é entendida, dessa forma, na medida em que ao estabelecermos uma relação entre um *eu* e um *tu*, estamos diante daquilo que esse *eu* sustenta diante desse *tu* que se constrói enunciativamente, pela divisão na cena enunciativa. Para Guimarães (2013, p. 273) “relações de argumentação são relações próprias da cena enunciativa. Fazem parte do que agencia o falante em locutor”. Assim diremos que “a argumentação é a sustentação que um *eu* faz a um *tu* relativamente a *algo* sobre que fala”. (GUIMARÃES, 2018, p.97). Nesta cena enunciativa que estamos estudando, o alocutor-jornalista projeta o alocutário e, ao sustentar o que diz, projeta uma conclusão

(1.h) que, na nossa hipótese, significa a Internet como um espaço de circulação de *verdades e mentiras*. Assim

[...] no acontecimento de enunciação, nas relações entre o lugar que enuncia e o lugar para o qual se enuncia, o lugar que enuncia [...] sustenta algo do que se enuncia pela apresentação de seu lugar de enunciação como o que relaciona um argumento e uma conclusão. (GUIMARÃES, 2018, p.97)

Do nosso lugar teórico esse caráter argumentativo e político da cena enunciativa produz sentido o que nos leva a um distanciamento da argumentação tratada como uma relação com uma verdade ou mesmo como uma intenção de convencimento. É nessa mesma linha que consideramos que a certeza é um efeito de sentido.

[...] a argumentação é abordada a partir do conceito de orientação argumentativa, que é a apresentação pelo locutor para seu alocutário de uma relação de sentidos que orienta a direção do dizer, considerada como necessária. Assim concebida, a orientação argumentativa adquire uma natureza linguística. (GUIMARÃES, 2013, p.271)

Para concluir, retomo dois questionamentos que foram apresentados no início do texto e que orientaram a análise enunciativa proposta: Que lugares são apresentados para construir a legitimidade daquilo que se enuncia no ciberespaço? De que forma a Internet é significada, pela enunciação, na relação com a certeza sobre aquilo que se enuncia?

Na análise, apresentamos uma forma de interpretar com bases em uma teoria semântico-enunciativa, de caráter materialista. Pela forma como demonstramos o agenciamento enunciativo na configuração dos lugares e modos de dizer, podemos dizer que é pelo sentido de que na Internet há verdades e mentiras enunciadas e pela relação com o memorável da expressão popular “me engana que eu gosto”, que o enunciado “me engana que eu posto” significa ironicamente. Nesse espaço de enunciação a língua é distribuída aos seus falantes que são significados como legitimados a dizer, independente se verdades ou mentiras. O alocutor-jornalista funciona pelo memorável da legitimidade conferida ao jornalista, sentido construído, no equívoco, já que o jornalista deve dizer *a verdade por traz das mentiras*. O “gostar de ser enganado” traz uma provocação aos que publicam suas postagens mentirosas: postem que eu vou desmascarar suas mentiras, já que qualquer um pode fazê-lo!

Avançando em nossas conclusões, [R2] significa de forma mais específica esse lugar da mentira pelo memorável relacionado à palavra *manchetes*: as mentiras e verdades partem da legitimidade de textos jornalísticos; a falsidade está nas notícias. Isso corrobora com a exposição feita no início do texto, relativamente à preocupação da imprensa jornalística com relação à lisura e autenticidade do que é informado na Internet. A circulação e os sentidos produzidos no acontecimento que analisamos só significam pelo caráter político próprio do espaço de enunciação que coloca em litígio a língua, seus falantes, na relação com a exterioridade, historicamente determinada; o estudo enunciativo nos leva a uma compreensão do efeito da certeza relacionado ao que se enuncia; a disputa pelo lugar da verdade e a forma como a linguagem opera e significa as certezas na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

ELIAS DE OLIVEIRA, Sheila. Sobre o funcionamento do político na linguagem. Campinas: **Revista Línguas e Instrumentos Linguísticos**, nº 34, jul./dez. 2014, p.41-53.

ELIAS DE OLIVEIRA, Sheila. Entre Certezas Afirmadas e Certezas Questionadas. **Anais do V CIAD**, São Carlos –SP, 2018.

GUIMARÃES, Eduardo. Argumentatividade e argumentação. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo** - v. 9 - n. 2 - p. 271-283 - jul./dez. 2013.

GUIMARÃES, Eduardo. **Semântica Enunciação e sentido**. Campinas: Pontes, 2018.

REIS, C. F. (2015a). **A designação de língua: sentido, argumentação e o texto no ciberespaço**. Tese de Doutorado. Campinas: Unicamp.

WITTGENSTEIN, Ludwig. **Da certeza**. Lisboa: Edições 70, 1969.

Submetido em: 16/02/2020.

Aprovado em: 16/06/2020.

Como referenciar este artigo:

REIS, Cláudia Freitas. “Me engana que eu posto”: enunciação, argumentação e os efeitos de certeza na internet. **revista Linguagem**, São Carlos, v.34, Número Temático, jan./jun. 2020, p. 63-74.