



UESB
UNIVERSIDADE ESTADUAL
DO SUDOESTE DA BAHIA



**XIII Colóquio Nacional
VI Colóquio Internacional
DO MUSEU PEDAGÓGICO - UESB**
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

**15 a 18
outubro
2019**

NEOCONSERVADORISMO E REBAIXAMENTO DO DEBATE-PÚBLICO NO FACEBOOK EM TEMPOS DE ÓDIO, FAKE-NEWS E PÓS-VERDADE

Mauri de Castro Azevedo
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), Brasil
Endereço eletrônico: maurijornalista@gmail.com

Marcus Antônio Assis Lima
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), Brasil
Endereço eletrônico: malima@uesb.edu.br

INTRODUÇÃO

O recrudescimento do conservadorismo na política brasileira tem acarretado em um debate público marcado pela retórica da violência proveniente das interações em redes sociais. A civilização tecnológica da sociedade em rede de Manuel Castells (2009) experimenta o convívio paradoxal entre aqueles que atuam pela liberdade e o desenvolvimento da sociedade, e sujeitos que estão no espaço virtual para a guerra, a desumanização a serviço da barbárie civilizatória como diria Theodor Adorno (1995).

Ao se atentar para o problema da ascensão da extrema-direita no mundo, Michel Löwy (2015) observou que esse crescimento resulta da globalização capitalista neoliberal, da crise econômica que despedaçou o mundo e da conjuntura internacional. No Brasil, Löwy (2015) ressalta que a extrema-direita atual se aproxima da direita fascista de 1930 na agitação sociocultural, na ideologia repressiva e na intolerância contra minorias. Luís Felipe Miguel (2018) avalia que o neoconservadorismo brasileiro é resultante da combinação do libertarianismo, do fundamentalismo religioso e da reciclagem do antigo anticomunismo. Na visão de Silvio Luiz de Almeida (2018) a extrema-direita atende aos interesses do neoliberalismo radical que investe na *desdemocratização* para aprofundar políticas de austeridade e retirada de direitos.

Combinados, esses elementos alteraram o rumo do debate público projetado na intolerância política e no discurso de ódio formulado em *fake news* (falsas notícias) com base na personalização de algoritmos formadores das “bolhas ideológicas”. As *fake news* podem ser compreendidas como notícias falsas deliberadamente editadas para causar prejuízos à imagem de um alvo pré-estabelecido que, em tempos de interconectividade viraliza pelas plataformas digitais em formato multimodal. Com a



rápida popularização, o termo adquiriu novos sentidos passando a ser utilizado para desacreditar fatos como fazem os presidentes Donald Trump e Jair Bolsonaro.

Com efeito, a verdade tem sido relativizada ao passo que em 2016 ascendeu a era da pós-verdade (“*posttruth*”). Conforme definido pelo dicionário da Universidade de Oxford, pós-verdade se refere a “circunstâncias nas quais os fatos objetivos têm menos influência para definir a opinião pública do que o apelo à emoção ou às crenças pessoais” (ENGLISH OXFORD LIVING DICTIONARIES, 2016). Matthew D’ancona (2017) compreende que na era da pós-verdade os sujeitos políticos apelam às falsas argumentações numa espécie de balão de ensaio, uma “hiper-realidade” que faz desaparecer o hiato no modo discursivo entre o real e o imaginário. Christian Dunker (2017), por sua vez, localiza o verbete como uma reação ao pós-modernismo, avaliando que da mesma maneira que a pós-modernidade promoveu a discussão sobre a compreensão do sujeito moderno, a pós-verdade traz uma reflexão prática e política sobre o entendimento acerca da verdade e de sua suposta autoridade (DUNKER, 2017).

Em tempos de subjetivação da liberdade de expressão, as verdades universais são rejeitadas e novas verdades são sustentadas em crenças e compartilhadas exponencialmente sob frases de efeito e imagens em formatos de *meme*. Outrossim, a pós-verdade tem contribuído para reconfigurar o sentido da vida política subdividida em instância de poder e instância cidadã/opinião (CHARAUDEAU, 2016) na qual para alcançar a instância de poder é necessário convencer a instância cidadã pelo argumento. Ora, para convencer um indivíduo a tomar decisão, é fundamental o pleno esclarecimento dos acontecimentos. No entanto, a pós-verdade mergulha o sujeito no que Charadeau (2016) classifica como “saber de opinião”.

Desta maneira, este estudo tem por objetivo elucidar o discurso da intolerância política e ódio difundido na rede social Facebook na era da pós-verdade. Para isso, debatemos o conceito de pós-verdade como elemento de análise do tempo presente, identificamos textos multimodais utilizados na propagação do discurso de intolerância política e ódio no contexto da pós-verdade e esclarecemos significados dos discursos da intolerância na rede social compreendida enquanto espaço público de debate.

Dessarte, este estudo justifica-se na constatação do panorama neoconservador instalado no Brasil contemporâneo que, cada vez mais, registra conflitos e, por vezes, rompimentos de relacionamentos, seja no espectro virtual ou no espaço real. O intuito é



contribuir com uma reflexão que corrobore com a descoberta de valores democráticos capazes de proporcionar mudança de comportamento no exercício da política.

METODOLOGIA

O estudo em andamento é conduzido pela metodologia quanti-qualitativa à luz dos postulados da Análise do Discurso proposta pela Teoria Semiolinguística. Segundo Charaudeau (2011) uma análise quantitativa fornece preciosas informações para análises posteriores, principalmente se utilizadas ferramentas técnicas cada vez mais eficientes como softwares e outros recursos digitais. Com isso, é possível estabelecer um “*corpus*-amostra” representativo composto por um conjunto de fragmentos de texto que, na etapa seguinte, possibilitará uma análise qualitativa da “fala dos atores, as características do dispositivo e o tratamento da temática” (CHARAUDEAU, 2011).

Coletamos as amostras durante a eleição presidencial brasileira ocorrida de 16 de agosto a 28 de outubro de 2018. No primeiro momento constituímos, selecionamos e catalogamos o *corpus* formado por textos, imagens e *memes* gerados nas discussões provenientes das postagens realizadas em *fanpages* de quatro jornalistas no Facebook. Na etapa seguinte a pesquisa se divide em duas fases: coleta de 100 amostras (distribuídas 25 por cada jornalista) selecionadas ao longo de 40 postagens (distribuídas dez por cada jornalista) e seleção final de 20 amostras de atos languageiros com base em critérios de inclusão e exclusão previamente estabelecidos.

Finalmente sob a abordagem qualitativa aplicaremos a Análise do Discurso para identificar atos comunicativos em forma *mise-em-scène*, conceitos e categorias (contrato comunicacional, imaginários sociodiscursivos, sujeitos do discurso, gêneros discursivos, modos de organização do discurso) nos 20 enunciados selecionados para desta maneira elucidar o discurso de intolerância política e ódio que marcou as eleições de 2018.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta pesquisa estamos discutindo a ascensão da nova extrema-direita e o comportamento deste espectro político na rede social Facebook temporalmente marcados a partir das Jornadas de Junho de 2013 e o *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff. Desde então, a extrema-direita rebaixou o debate público com a retórica da violência, inundou as redes sociais com *fake news* e *memes* enquanto



cultuava o apartidarismo hasteado na bandeira do “meu partido é o Brasil” e fincava a “nova política” contra a sujeira da “velha política”, sentimentos materializados pela candidatura de Jair Bolsonaro nas eleições.

O conservadorismo dissimulado da elite brasileira ressurgiu na medida que a sociedade avançou em pautas contemporâneas como os direitos das minorias, aliada à mobilidade socioeconômica das classes mais baixas. Como pontua Souza (2016) a rápida ascensão social das classes populares em consequência da das políticas compensatórias distributivas durante os governos progressistas (2003-2013) criou um medo generalizado nas elites que viu ameaçados os seus espaços exclusivos e ansiava em externar ódio e desprezo de classe diante dos privilégios perdidos.

Até então, esta pesquisa verifica que o panorama neoconservador acarretou em conflitos que extrapolaram os limites das telas dos dispositivos digitais, provocou rompimentos de relacionamentos e moldou o sistema de valores que circulam na sociedade por meio dos “imaginários de verdade”, introduzindo o ódio como estratégia.

CONCLUSÃO

Nos tempos atuais, a pós-verdade tem contribuído para a reconfiguração do sentido da Opinião Pública perante uma esfera política cada vez mais dissociada, levando os indivíduos a tomarem decisões sem os esclarecimentos necessários. Esta reconfiguração, reflexo da intolerância, do ódio e somado ao fanatismo, ao medo, a suspeita, a discrição e a mentira conformam os sete pecados mortais contra uma Opinião Pública (LIPPMAN, 2008) que assiste silenciosamente a dizimação do apelo à razão.

Como a pesquisa encontra-se em pleno desenvolvimento, ainda não é possível confirmar a hipótese levantada. No entanto, os dados coletados demonstram o clima virulento que abateu as redes sociais durante o período eleitoral. Observamos, por fim, que a extrema-direita utilizou o apelo à emoção e às crenças pessoais estrategicamente para conquistar mentes e corações. As *fake news* foram utilizadas não apenas para insuflar ânimos, mas também para suscitar o preconceito, a intolerância e o ódio, refletindo diretamente no resultado das eleições 2018.

PALAVRAS-CHAVE: Política; Ódio; Intolerância; Pós-verdade; *Fakenews*.



UESB
UNIVERSIDADE ESTADUAL
DO SUDOESTE DA BAHIA



**XIII Colóquio Nacional
VI Colóquio Internacional
DO MUSEU PEDAGÓGICO - UESB**
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

**15 a 18
outubro
2019**

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **Educação e emancipação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ALMEIDA, Silvio Luiz de. Neoconservadorismo e liberalismo. In: Esther Solano Gallego. (Org.). **O Ódio como Política: a reinvenção da direita no Brasil**. 1ed. São Paulo: Boitempo, 2018, v. 1, p. 27-32.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 12 Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CHARAUDEAU, Patrick. **Dize-me qual é teu corpus, eu te direi qual é a tua problemática**. Revista Diadorim / Revista de Estudos Linguísticos e Literários do Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Volume 10, 2011.

CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**. Trad. de Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2016.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-Verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. Trad. de Carlos Szlak. 1 ed, Barueri: Faro Editorial, 2018.

DUNKER, Christian et al. **Ética e Pós-verdade**. Porto Alegre: Dublinense, 2017.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

LÖWY, Michael. **Conservadorismo e extrema-direita na Europa e no Brasil**. Serv. Soc. Soc., São Paulo, n. 124, p. 652-664, out./dez. 2015.

MIGUEL, Luis Felipe. **A reemergência da direita brasileira**. In: Esther Solano Gallego. (Org.). **O Ódio como Política: a reinvenção da direita no Brasil**. 1ed. São Paulo: Boitempo, v. 1, p. 17-26, 2018.

OXFORD UNIVERSITY PRESS. **Word of the year 2016 is....** Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>. Acesso em: 17 abr 2019.

SOUZA, Jessé. **A radiografia do golpe**. Rio de Janeiro: Leya, 2016.