

[dx.doi.org/10.17648/eidea-16-2212](https://doi.org/10.17648/eidea-16-2212)

ENTRE FATOS, BOATOS E VONTADES DE VERDADES: OS SENTIDOS PRODUZIDOS PELA MÍDIA NA POLÍTICA BRASILEIRA

Antônio Fernandes Júniorⁱ
Carine Caetano Drummondⁱⁱ

Resumo: Este trabalho pretende analisar enunciados que circularam na mídia brasileira entre 2006 e 2013, num breve trajeto temático de notícias envolvendo o filho do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, Fábio Luís da Silva (o “Lulinha”), e também o próprio ex-presidente, numa rede de boatos sobre uma suposta sociedade ou propriedade de “Lulinha” com uma empresa de proteína animal (FRIBOI). Acionaremos as noções foucaultianas de “saber”, “verdade” e “poder”, para leitura dos enunciados midiáticos naquilo que diz respeito à produção, à circulação e, principalmente, à apropriação dos enunciados e seus efeitos de verdade, na produção dos sentidos que circularam socialmente e se marcaram como verdadeiros. Acreditamos que as reflexões de Foucault sobre discurso, saber e verdade são produtivas para a análise de questões contemporâneas, mesmo sendo acionada para o estudo de discursividades sobre as quais o filósofo não se debruçou.

Palavras-chave: Discurso. Enunciado midiático. Verdade. Boatos.

Abstract: This study aims to analyze statements that circulated in the Brazilian media between 2006 and 2013, in a thematic trajectory of news involving the former president’s son Luís Inácio Lula da Silva, Fábio Luís da Silva (known as “Lulinha”), and the former president, in a network of rumors about a presumed society or property of “Lulinha” with an animal protein company (FRIBOI). It will be applied the foucauldian notions of “knowledge”, “truth” and “power” in order to read the mediatic statements related to the production, circulation and, mainly, the appropriation of statements and their effects of truth, in the production of the meanings that circulated socially and marked themselves as true. It is believed that Foucault's reflections on discourse, knowledge and truth are productive for the analysis of contemporary issues, even though it is used for the study of discursivities on which the philosopher did not research.

Keywords: Discourse. Mediatic statement. Truth. Rumors.

ⁱ Docente da Universidade Federal de Goiás (UFG), Brasil. E-mail: tonyfer@uol.com.br

ⁱⁱ Docente da Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG), Brasil.
E-mail: cacaetano2209@gmail.com

Considerações iniciais: enunciados midiáticos

Na relação que campos distintos de saberes estabelecem entre si, a análise teórico-metodológica aqui proposta pretende apontar que uma relação de implicação crítica entre o campo da Análise dos Discursos (doravante AD) e o campo Midiático pode ser uma entrada analítica produtiva para compreender como as noções foucaultianas de “saber”, “verdade” e “poder”, para leitura do processo comunicativo naquilo que diz respeito à produção, à circulação e, principalmente, à apropriação dos enunciados e seus efeitos de verdade, na produção dos sentidos que circulam socialmente e se pretendem verdadeiros numa determinada época histórico-cultural. Na busca por compreender qual seria a especificidade do modo de operar do campo Midiático, temos que a mídia adquiriu uma centralidade na cultura contemporânea tanto que, para Silverstone (2002, p.12), de simples meios de comunicação, suportes técnicos que exerciam a função de transmitir e divulgar informações, passamos “[...]a depender da mídia para fins de entretenimento e informação, de conforto e segurança”, sendo esse o fenômeno de midiatização da sociedade o qual nos sugere Tavares (2007)¹. Para este autor, os processos midiáticos seriam, na sociedade midiatizada, processos que concebem a mídia e a localizam socialmente não apenas como suporte técnico, mas como dispositivos sócio-técnicos que criam novos ambientes, instauram novas experiências de interações para além das formas mediadas e presenciais que até então caracterizavam o processo social de comunicação, criando fluxos, produtos e ambientes interativos em torno dos próprios bens culturais, principalmente se considerarmos o quanto as novas tecnologias de informação e comunicação potencializaram a produção, a distribuição e o consumo desses bens e produtos.

Em *O processo social de midiatização*, Paula e Fuente (2012) fazem algumas considerações acerca do modo de operar de cada uma das instâncias que compõem o processo comunicativo – a saber a instância **da produção, da circulação e da recepção**, cada qual com suas regras e estratégias específicas – sucintamente compreendidas nos seguintes termos: numa tomada de posição que envolve inclusive questões políticas e econômicas, é a **instância da produção** quem define quais sentidos serão postos em circulação, atentando

¹Para Tavares (2007, p.24), na relação que sociedade e mídia estabelecem entre si, a mídia “deixa de ser passagem, para ser elemento articulador da própria cotidianidade” e acrescenta que deslocamos de uma sociedade em que a experiência era mediada pelos meios, para uma sociedade que midiatiza a experiência, uma sociedade midiatizada.

para as condições em que, por exemplo, a produção da notícia ocorre e a quais interesses e fatores extra-midiáticos a sua produção está sujeita. (VERÓN, 1980). Quando essas notícias caem em circulação, percebemos o quanto a **instância da circulação** confere às mídias a função de criar ambientes interativos e potencializar espaços de visibilidade e canais de distribuição para o excesso midiático de informações, opiniões, produtos e bens culturais que a sociedade midiaticizada veio a produzir, seja por meio das mídias tradicionais impressas e televisivas, seja por meio das novas tecnologias de informação e comunicação, em especial, as redes sociais. Consumido e apropriado socialmente, é na **instância da recepção** que esse excesso midiático vem a formar aquilo que no campo Midiático denominamos "opinião pública". Inseridas e fundamentais no processo de midiaticização da sociedade, as novas tecnologias criam, assim, as condições sócio-culturais para que as mídias redefinam sua relação com a sociedade, tornando-as os principais agentes que promovem a circulação e a interconexão de bens e produtos midiáticos, informações e opiniões os quais, uma vez consumidos e apropriados pela instância da recepção, contribuem de modo exponencial para a elaboração dos múltiplos sentidos sociais que circulam e caracterizam culturalmente uma determinada época sócio-histórica em seus acontecimentos.

Nessa perspectiva, o campo Midiático pode ser entendido como um processo comunicativo que opera na interdependência dessas três instâncias e dela propomos compreender sua função social na contemporaneidade, verificando "em que medida e de que maneira se dão os processos de negociação e apropriação dos sentidos", (ANTUNES e VAZ, 2006, p.53), que têm nas mídias os principais agentes responsáveis pela produção, circulação, apropriação de enunciados e os efeitos de verdade que eles produzem. Assim, o campo Midiático passa então a ser compreendido por nós como esse conjunto heterogêneo de práticas e procedimentos específicos, regras de funcionamento, estratégias mercadológicas e informativas, técnicas e tecnologias que se implicam e fazem surgir as condições de produção, circulação e apropriação daquilo que passamos a denominar, numa perspectiva discursiva, de enunciados midiáticos. É a partir dessa noção de enunciados midiáticos, produzidos mediante algumas regras, distribuídos em um campo de visibilidade por canais de informação e comunicação e apropriados socialmente conferindo múltiplos sentidos aos acontecimentos históricos, que propomos uma implicação crítica entre o Campo Midiático e o

Campo da AD: este, na analítica que lhe é característica², pode nos ajudar a efetuar a crítica dos enunciados midiáticos enquanto saberes e práticas sociais que são (re) produzidos, entram em circulação e são apropriados socialmente, provocando efeitos de sentidos por vezes controversos e contraditórios, instaurando “regimes de verdades” que disputam a pretensão de validade e legitimidade histórico-sociais e que, em circunstâncias específicas, são tidos por verdadeiros.

Delimitado o lugar de nossa problematização e pensando na interface com o campo da AD, Sargentini (2010) nos lembra que uma das preocupações da análise discursiva tem a ver com uma certa “leitura social dos sentidos”, observando como determinados enunciados entram em circulação na sociedade, que tipo de apropriações são produzidas por parte dos sujeitos, conforme suas inscrições e posicionamentos políticos. Para essa autora, “o objeto de análise em sua materialidade, não se separa do quadro formal de que provêm”, (SARGENTINI, 2010, p.102), podendo ser esses enunciados midiáticos entendidos como expressões sociais, políticas e culturais próprias dos nossos tempos os quais permitiram seus surgimentos.

Fixar um quadro de referência e situar os enunciados em seu *a priori* histórico, isto é, situar os enunciados no interior das fronteiras que delimitam o que é possível pensar e por extensão dizer a partir de um determinado tempo e espaço, construindo uma trajetória específica das historicidades discursivas, é efetuar a própria análise discursiva em seu estreitamento com a História, permitindo percorrer as condições políticas, sociais e culturais de produção de um enunciado e do discurso do qual ele faz parte. Quando Foucault nos incita a pensar “como ocorre que tal enunciado tenha surgido e nenhum outro em seu lugar?”, (FOUCAULT, 2008, p.92), ou ainda: “qual é essa irregular existência que emerge no que se diz – e em nenhum outro lugar?” (Ibidem, p.93), estamos diante de questões que nos encaminham para uma análise discursiva e nos solicitam uma leitura social, histórica e política dos sentidos que circulam socialmente. Nessa mesma direção de localizar historicamente os discursos e seus enunciados e conferir a eles um caráter de

² Gregolin (2013) entende que a análise discursiva age sobre os mecanismos de produção, circulação e apropriação dos sentidos inscritos e naturalizados nas materialidades discursivas, funcionando como um mecanismo que indica as formas de exercício do poder inscritas e atuantes nas e pelas discursividades, de modo que a análise discursiva de enunciados midiáticos pode ser uma boa oportunidade para desconstruir os “pressupostos estereotipados”, as “falsas generalidades” que se passam por verdadeiras e que circulam numa determinada época em suas pretensões de validade. (VEYNE, 2009).

acontecimento histórico singular, Albuquerque Júnior (2013) contribui ao afirmar que os enunciados são “evidências de seu próprio tempo”, bem como Courtine (2016, p.16) quando este nos alerta para a necessidade de enfatizar e fazer falar nas análises a dimensão histórica dos discursos, lembrando que “a inscrição do discurso na história tanto quanto a marca da história sobre os discursos são questões genealógicas incontornáveis”, uma vez que além dos próprios enunciados sofrerem perturbações e influências das condições históricas em que foram forjados, a sua natureza é ela mesma histórica e, inevitavelmente, efeitos de relações de poder se inscrevem na ordem de seus funcionamentos.

Entendemos os enunciados midiáticos como materialidades discursivas que trazem consigo evidências das condições políticas, culturais, sociais etc., que os vinculam a uma dada racionalidade histórica. Ao mesmo tempo, são acontecimentos históricos singulares provenientes de condições específicas que permitiram o surgimento de tais enunciados e não de outros. A análise discursiva de orientação foucaultiana, proposta neste texto, elege as noções de “saber”, “verdade” e “poder” para o desenvolvimento teórico-analítico e problematiza o modo de constituição dos saberes, as relações que os mesmos estabelecem com os jogos de verdade e com as estratégias de validação social e histórica. Nossa proposição parte dos enunciados materializados numa trajetória temática que se propõe a analisar a relação entre fatos e boatos que disputam maneiras de se legitimarem e serem tomados por verdadeiros. As noções de “acontecimento” e “condições históricas de produção” são também relevantes, uma vez que é a partir delas que se desenha um pano de fundo sócio-histórico, lugar de enfrentamento das condições político-culturais que possibilitam o surgimento, a circulação e a apropriação sociais de um enunciado específico. Faremos uma análise discursiva de enunciados que, ao se referirem a sujeitos políticos específicos, produzem “falsas generalidades” e boatos tidos por verdadeiros, na produção de sentidos que se desdobram para muito além do campo midiático, provocando efeitos no campo do jogo político partidário e suas reverberações na macropolítica brasileira.

Assim, a análise crítica de enunciados midiáticos será demonstrada num breve trajeto temático de notícias que circularam na mídia brasileira entre 2006 e 2013, envolvendo o filho do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, Fábio Luís da Silva, o “Lulinha”, e também o próprio ex-presidente, numa rede de boatos sobre uma suposta sociedade ou propriedade de “Lulinha” em uma

empresa de proteína animal conhecida como Friboi. Afirmamos se tratar de boato, pois, como será demonstrado na análise dos enunciados, a tratativa de uma suposta sociedade foi apurada e esclarecida no ano de 2013 e, mesmo assim, enunciados continuaram circulando no formato de denúncia envolvendo o filho do ex-presidente até o ano de 2017³. Ao longo das análises que serão arroladas, pretendemos demonstrar a proficuidade do pensamento foucaultiano tanto para os estudos discursivos quanto para os estudos que envolvem a análise de enunciados midiáticos, uma vez que, na contemporaneidade, torna-se incontornável a necessidade de refletir sobre o fenômeno da midiaticização de nossa sociedade e problematizar a função social e política das mídias e das novas tecnologias de informação e comunicação, já que são elas as responsáveis, em grande medida, pela produção de enunciados e, por conseguinte, pela elaboração dos sentidos que circulam socialmente.

1. As noções de prática e saber na arqueologia de Foucault

Em *A verdade e as formas jurídicas* (2002), Foucault explica que as noções de prática e saber são correlatas, ao perguntar “como se pode formar domínios de saber a partir de práticas sociais?”, indicando ter sido seu objetivo o de mostrar “como as práticas sociais podem chegar a engendrar domínios de saber que não somente fazem aparecer novos objetos, novos conceitos, novas técnicas, mas também fazem nascer formas totalmente novas de sujeitos e de sujeitos do conhecimento.” (FOUCAULT, 2002, p.7-8). Na implicação conceptual entre as noções de prática e saber, Veyne (1998, p.264) afirma que para a arqueologia de Foucault “só existem práticas”; os objetos, as coisas, os sujeitos só existem como tais “dentro de e mediante uma prática”, e não como pressupostos já constituídos que se nos apresentam ideologicamente. Práticas heterogêneas, múltiplas, provenientes “das mil transformações da realidade histórica”: “A prática não é uma instância misteriosa, um subsolo da história, um motor oculto: é o que fazem as pessoas (a palavra significa exatamente o que diz)”. (VEYNE, 1998, p.248).

Assim, objetos, coisas e sujeitos são, no pensamento foucaultiano, correlatos de práticas objetivadas, ou seja, um objeto discursivo não existe fora de um regime de práticas que o constitui, e para cada prática há um

³ Ao menos até o período em que acompanhamos o caso.

objeto/sujeito que lhe corresponde. Essa mesma concepção material da prática se estende também ao discurso, àquilo que é dito, de modo que se o analista “se ocupa não do que fazem as pessoas, mas do que dizem, o método a ser seguido será o mesmo: a palavra discurso ocorre tão naturalmente para designar o que é dito quanto o termo prática para designar o que é praticado.”. (VEYNE, 1998, p.252). Uma das operações a que Foucault se dedica é a crítica ao postulado interpretativo que concebe o discurso como um campo de significações, opondo a essa concepção discursiva a ideia de que “os discursos são domínios **práticos** limitados, que têm suas fronteiras, suas regras de formação, suas condições de existência”. (FOUCAULT, 2010, p.12, grifo nosso). As práticas são definidas “ao mesmo tempo como modo de agir e de pensar”, (FOUCAULT, 2004a, p.238), e seria pertinente estender o termo também, ao dizer, ao que é dito e porque é dito, envolvendo, nesse processo, um jogo de práticas discursivas e não discursivas que produzem domínios específicos de saberes.

Cabe ressaltar que na arqueologia de Foucault as práticas são discursivas e não discursivas e ambas são consideradas práticas sociais, portanto, produtoras de saberes⁴. Sucintamente, se pode chegar à seguinte reflexão: o discursivo diz respeito àquilo que é dito, mediante algumas regularidades que possibilitam a emergência desse dito, desse “fala-se”, que se inscreve historicamente num domínio prático e autônomo, no âmbito da dizibilidade; já o não-discursivo diz respeito às condições que possibilitam o surgimento das discursividades, como as instituições, as técnicas, os acontecimentos políticos e econômicos, culturais, todos eles com práticas e regras específicas, as quais singularizam e modelam os discursos que lhes são característicos.

Assim, pode-se dizer que os discursos operam em suas positivities, isto é, são “práticas ligadas a certas condições, submetidas a certas regras, e suscetíveis de certas transformações.”. (FOUCAULT, 2010, p.22). É desse exterior ao discursivo, em sua positividade, que os enunciados podem ser analisados enquanto práticas que remetem a “procedimentos e jogos de produção de conhecimento em um tempo”, dotados de “existência material”, sujeitos “a regras de produção e de circulação”, inscritos “nas lutas políticas de uma sociedade” (PRADO FILHO, 2006, p.36), o que os torna imbuídos de uma vontade de verdade também presente nos domínios específicos dos

⁴ Sobre a relação de implicação entre o discursivo e o não discursivo, consultar Paula (2013, p. 2129). Disponível em: http://www.simelp.letras.ufg.br/anais/simposio_49.pdf. Acesso em: 31 jul.2017.

saberes. Essa maneira de tematizar os discursos e fazer a análise a partir de suas positivities pede ênfase à “espessura” sócio-histórica dos discursos (SARGENTINI, 2010), à materialidade que os caracteriza enquanto práticas discursivas em suas relações intrínsecas com os saberes e desses com “o conjunto de procedimentos que permite pronunciar, a cada instante e a cada um, enunciados que serão considerados como verdadeiros.” (CASTRO, 2009, p.421). Há uma inter-relação entre os saberes e as práticas discursivas que, ao se materializarem em enunciados e caírem em circulação, são apropriados socialmente, estabelecendo relações com os jogos de verdade, no nível de suas positivities⁵.

A análise arqueológica da produção dos discursos, nessa relação com os jogos de verdade, traz consigo todo um campo de efetivação à análise genealógica, das práticas políticas que fazem parte das condições de existência e funcionamento desses mesmos discursos. Como efetuar a descrição arqueológica das condições socioculturais, econômicas, políticas e midiáticas que possibilitam o surgimento das coisas ditas num determinado tempo histórico sem se perguntar pelas relações de força e de poder que as atravessam e as fazem adentrar na ordem do discurso? É dessa reflexão que, apoiados na análise discursiva e citando Sargentini e Navarro (2004), concordamos que, a partir de uma materialidade discursiva, podemos fazer “análise do saber e do poder que (nela) se manifestam.” (SARGENTINI, 2004, p.9).

2. As noções de saber e verdade na arqueogenealogia de Foucault

Se a temática da verdade atravessa todo o pensamento de Foucault⁶, o objetivo aqui é compreender, de um ponto de vista discursivo, que “a verdade está vinculada à produção de discursos”, sendo “efeito do jogo de regras entre os saberes”, numa perspectiva também política da qual a produção da verdade não consegue escapar. (CANDIOTTO, 2013, p.24)⁷. Em *A verdade e as formas jurídicas* (2002) e *A ordem do discurso* (2012), Foucault explicita que da

⁵ Para Foucault (2007, p. 11), a “a própria verdade é poder” e, se não se trata de “libertar” a verdade dos sistemas de poder, trata-se ao menos de desvinculá-la das “formas hegemônicas (sociais, econômicas, culturais) no interior das quais ela funciona”.

⁶ Sobre o tema da Verdade na obra de Foucault, consultar Candiotto (2016).

⁷ Candiotto (2006; 2013) e Prado Filho (2006), embora situem suas problematizações, respectivamente, em uma “história crítica” e em uma “história política” da verdade, auxilia na compreensão de como a noção de verdade adquire relevância no pensamento de Foucault.

perspectiva de funcionamento dos discursos, ou seja, do uso dos discursos em suas operações práticas, em sua apropriação social, efeitos para além do discursivo são produzidos e eles estão inscritos em relações políticas, em jogos de exercício de poder que buscam, estrategicamente, constituir domínios de verdade. A análise genealógica articula saber, verdade e poder e, nas palavras de Foucault (1996), é preciso também considerar os discursos:

[...] não mais simplesmente sob seu aspecto linguístico, mas, de certa forma como jogos (*games*), jogos estratégicos, de ação e de reação, de pergunta e de resposta, de dominação e de esquivas, como também de luta. O discurso é esse conjunto regular de fatos linguísticos em determinado nível, e polêmicos e estratégicos em outro. (FOUCAULT, 1996, p.9).

A questão principal que se coloca para Foucault não é perguntar em quais condições se produz discursos verdadeiros ou quem os produz, mas entender que a própria noção de verdade são práticas discursivas e, na enunciação dos discursos, essas práticas entram no jogo do verdadeiro e do falso, funcionam como se fossem verdadeiras, justificando os modos de pensar e de agir, e também de dizer, dos sujeitos de uma determinada época histórica. (CANDIOTTO, 2006; 2013). De um ponto de vista histórico, Veyne (2009, p.15) reforça a recusa de Foucault às verdades gerais e definitivas e lembra que para este autor “mais vale partir do detalhe das práticas [...] e fazer o esforço intelectual de se lhes explicitar o discurso [...]”. Foucault apoia-se, portanto, na ideia de singularidade e, “nada mais, nada menos”, “duvida de qualquer verdade demasiado universal e de todas as grandes verdades intemporais”, existindo para ele as singularidades, as diferenças. O sentido de verdade que Foucault problematiza não passa pela pergunta “o que é verdade?” ou se existe uma “verdade verdadeira”; a questão gira em torno de saber “o que faz com que a verdade (de cada época) seja tão pouco verdadeira?”, (VEYNE, 2009, p.45), implicando investigações sobre o modo como as verdades são fabricadas histórica e institucionalmente, sendo, portanto, “verdades transitórias”.

Em termos discursivos, a noção de verdade diz respeito ao processo de produção e enunciação dos discursos, “na constituição de uma discursividade qualificada como verdadeira” (CANDIOTTO, 2013, p.52). Para Foucault, ela é efeito de um processo exterior ao discurso, embora esteja nele presente, visto que é no conjunto das relações exteriores que se institui a verdade dos discursos (PRADO FILHO, 2006), mediante regras que autorizam “o que é permitido dizer, como se pode dizê-lo, quem pode dizê-lo, a que instituições

isso se vincula etc., enfim, o que deve ser reconhecido como verdadeiro e o que deve ser desqualificável" (MUCHAIL apud CANDIOTTO, 2013, p.159). Nessa direção, entre as diferentes versões que se instauram na produção dos sentidos sociais, a distância entre o fato e os boatos que dele derivam pode ser entendida como jogos estratégicos e políticos que, na produção dos efeitos de sentidos passam por verdadeiros. A dimensão política da verdade ganha mais visibilidade quando Foucault trata dos sistemas de exclusão e controle que atingem os discursos, indicando que a produção dos discursos em qualquer sociedade é controlada e organizada por procedimentos específicos que têm a função de conspirar e planejar seus poderes e interesses.

Cabe reiterar que os termos jogos de verdades e/ou vontades de verdade aparecem em Foucault não no sentido da "descoberta de coisas verdadeiras, mas das regras segundo as quais, a propósito de certas coisas, isso que é um sujeito pode dizer a respeito da questão do verdadeiro e do falso" (FOUCAULT apud PRADO FILHO, 2006, p.33), enfim, jogo como um conjunto de regras e procedimentos que vão conduzir sujeitos e objetos a estarem dentro/fora de um domínio discursivo suscetível de ser convencionalizado como verdadeiro/falso, produzindo a partir desse jogo de verdade, segregações e classificações entre práticas e domínios de saberes. (CASTRO, 2009). Pensando na articulação entre discurso, verdade e a produção de enunciados, Candiotto (2003, p. 51) arremata: "A *Ordem do Discurso* é o critério normativo para impor significações, identificar, dizer o que é verdadeiro e o que é falso, o que está certo e o que está errado, o que é delirante e o que é racional, nada mais do que um modo de operar separações". Naquilo que se faz e se diz em uma determinada época, portanto, vontades de verdade são fabricadas e se impõem conforme os interesses e estratégias daqueles "que estão em posição de impor significações" sobre "aqueles privados dela", de maneira que muitos saberes, práticas e discursos são silenciados em função de fatores econômicos, políticos, culturais, sociais que buscam se legitimar por meio do exercício do poder intrínseco à produção das verdades, ou melhor, à produção de "verdades interessadas".

A crítica de Foucault busca justamente questionar as vontades de verdade produzidas e "mescladas ao desejo e ao poder presente na própria constituição de uma discursividade qualificada como verdadeira".

(CANDIOTTO, 2013, p52). Nessa linha de pensamento, o discurso qualificado como verdadeiro traz consigo todo um conjunto de mecanismos e procedimentos, estratégias e táticas que atuam em sua produção e manutenção, conferindo à verdade uma existência dentro de relações de poder, portanto, histórica e discursivamente construída. Os regimes de funcionamento das verdades constituem-se como condições de formação do *ethos* de certa sociedade (VEYNE, 2009), pois são eles que, por meio dos canais institucionais, controlam a circulação e reprodução das práticas e saberes, e, em nossas sociedades midiaticizadas, controlam também os enunciados midiáticos, garantindo-lhes visibilidade ou restringindo-lhes a circulação, classificando as práticas e saberes como legítimos ou relegando-os à marginalidade, o que faz da verdade ser efeito de um jogo que subsume vários fatores a um campo mais amplo de estratégias, interesses e desejos, produzindo segregações e exclusões por parte dos discursos hegemônicos, como também resistências por parte dos discursos marginalizados, aqueles fora da curva do convencionalmente aceito na ordem estabelecida. Em *Verdade e Poder*, Foucault (2007) apresenta a verdade como efeito de múltiplas coerções:

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 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, 2007, p.10).

A constituição das verdades se dá mediante correlação de vários elementos heterogêneos, num emaranhado que aglutina o discursivo e o não discursivo, regras e comportamentos, valores e práticas sociais, crenças e saberes institucionais, interesses e estratégias de funcionamento, produção de efeitos, donde deriva a noção de dispositivo. A questão é, pois, entender esse emaranhado heterogêneo de fatores a serviço do estabelecimento de discursos que se pretendem verdadeiros, nas relações entre técnicas de saber e estratégias de poder que se implicam na produção de verdades e colocam em jogo "uma infinidade de elementos dispostos em seu redor: costumes, palavras, saberes, normas, leis, instituições", (VEYNE, 2009, p.15), os quais, no

conjunto, atuam como dispositivos que agenciam verdades e produzem regimes de verdade⁸.

3. Exercício analítico: entre fatos e boatos na política brasileira

Naquilo que diz respeito ao campo Midiático, para além das mídias tradicionais (jornais televisivos e impressos, revistas e rádios), o advento das novas tecnologias de informação e comunicação possibilitou o surgimento de acontecimentos até então inéditos, mudando profundamente as formas de interação e sociabilidade, por meio de sites de notícias, blogs, plataformas que geram conteúdos, canais de vídeos como *Youtube* e redes sociais como *Facebook*, *Twitter* e outras, incluindo aí também o fenômeno de viralização de *memes* e *posts* pelo aplicativo do *Whatsap*. O aumento exponencial na produção de enunciados midiáticos, seja por produção institucional, como os jornais *on-line* e sites de notícias financiados, seja por produção pessoal, como a publicação de opiniões em redes sociais, ampliou consideravelmente a instância da circulação e os efeitos de sentidos que esses enunciados produzem ao serem consumidos e apropriados na recepção, de modo que um jogo estratégico que busca garantir visibilidade e validade caracteriza o processo comunicativo de nossas sociedades midiáticas, alterando a relação entre Mídia, Sociedade e Política e possibilitando o surgimento de acontecimentos e estratégias discursivas inusitadas, como, por exemplo, a produção de falsas notícias, comumente denominadas *fake news*.

De um ponto de vista da análise discursiva, Courtine (2016, p.16) reforça que há, na sociedade contemporânea, uma imensa massa documental, "cujos contornos físicos, cuja profundidade temporal ou cuja extensão espacial tornaram-se desde então impossíveis de serem determinadas" e nesse sentido, pensar o enunciado enquanto práticas sociais que produzem saberes nos pede conferir certa atenção às condições históricas, sociais e políticas que permitiram seus surgimentos, o que nos pede descrever e situar essas condições e traçar o trajeto de como, a partir de um enunciado específico, se dá a produção de outros enunciados, sua circulação e repetibilidade em diferentes suportes midiáticos e a construção de suas pretensas vontades de verdade.

⁸ A noção de dispositivo não será problematizada separadamente neste texto. Para maiores informações, consultar: Foucault (microfísica do poder), Fernandes Júnior e Sousa (2017) e Paula (2013).

É diante esse contexto de multimídias e, sobretudo, pensando na interdependência das instâncias de produção, circulação e recepção dos enunciados midiáticos e na função social do campo Midiático em produzir sentidos que caracterizam uma determinada época sócio-histórica, que retomamos nosso propósito inicial de identificar “em que medida e de que maneira se dão os processos de negociação e apropriação dos sentidos”, a partir das noções foucaultianas de “saber”, “verdade” e “poder”. Na busca por uma “leitura social dos sentidos” que circulam em nossos tempos (SARGENTINI, 2010), é relevante considerar também os processos de subjetivação que acontecem na instância da recepção, quando diferentes modos de apropriação desses enunciados por parte dos sujeitos produzem efeitos de sentidos até mesmo controversos e contraditórios, reforçando práticas e mobilizando comportamentos e valores distintos em torno de um mesmo acontecimento e incitando os sujeitos a assumirem seus saberes e dizeres como verdadeiros, indicando como os discursos cartografam o que as pessoas pensam e dizem a respeito de determinado assunto, numa determinada época. (VEYNE, 1998).

A proposta de nosso exercício analítico é, inicialmente, a de situar em seu *a priori* histórico alguns enunciados específicos que pertencem ao cenário político brasileiro, numa configuração que começou a se modelar, principalmente, a partir de 2014⁹. Se como colocado anteriormente, os enunciados são “evidências de seu próprio tempo” e é inerente à análise discursiva situá-los no interior das fronteiras que delimitam o que é possível pensar e por extensão dizer, àquela época, um grande volume de fatos e boatos vinculados ao campo político instaurou uma atmosfera de disputas por posições políticas e partidárias, criando um ambiente de intolerância no qual pouco diálogo se produziu, marcado pela dificuldade em confrontar ideias e discordar argumentativamente, produzindo enunciados pertencentes a práticas, comportamentos e valores que promoviam discursos de ódio e desqualificação, em especial, à esquerda brasileira na figura do Partido dos Trabalhadores (PT) e de seus líderes, desencadeando uma série de manifestações políticas, processos legislativos, investigativos e jurídicos.

⁹ Em especial no processo eleitoral e nas campanhas presidenciais em que a então presidenta do Brasil, Dilma Rousseff (PT), foi reeleita por uma pequena margem de votos em relação ao segundo candidato Aécio Neves (PSDB) e desde então, acontecimentos políticos foram arrolando num progressivo e polêmico processo de “combate à corrupção” envolvendo Polícia Federal, Juízes, Ministros, Políticos, pessoas públicas do setor empresarial, grupos organizados da sociedade civil, como o Movimento Brasil Livre (MBL) e outros.

Nesse cenário, muitos enunciados foram produzidos e divulgados numa velocidade alarmante, em grande medida, replicados pela mídia tradicional que funcionou também como agente político, cedendo parte de sua programação diária para divulgação de notícias contrárias ao governo do PT, desencadeando, no conjunto com outros fatores extra-midiáticos, no *impeachment* da presidenta Dilma em 2016 e na prisão do então provável candidato e líder nas pesquisas de intenção de voto para as campanhas presidenciais de 2018, o ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva.

Nesse ambiente sócio-político e discursivo de disputa partidária e estratégias de (in)validação e (des)legitimação, fato é que o PT se viu envolvido em um número muito grande de processos, denúncias, investigações, julgamentos e, inclusive, prisões iniciadas ainda no primeiro mandato do ex-presidente Lula. Vários foram os acontecimentos políticos singulares que se acumularam e entraram na ordem do enunciável, produzindo enunciados e discursos sobre o Partido dos Trabalhadores, seus líderes políticos e simpatizantes partidários, construindo um sentido que associou diretamente, para um grande segmento de cidadãos brasileiros, o PT à corrupção. Tais discursos, de tom generalizante e naturalizador, após serem (re)produzidos insistentemente e, ainda que inadequados a algumas circunstâncias e pessoas, passou a sustentar opiniões as mais diversas, produzindo efeitos de sentidos contrários que acirrou ainda mais a polarização na cultura política brasileira.

Agravando esse cenário de intolerâncias, o “giro à esquerda” que os anos de governo PT conferiu à história da redemocratização brasileira, deslocou alguns eixos do poder econômico e social já historicamente estabelecidos na nossa sociedade profundamente marcada pela desigualdade social. Com essas mudanças, segmentos partidário-políticos de oposição, segmentos da sociedade civil organizada, federações de indústrias, bem como parte considerável da mídia tradicional contribuíram sobremaneira para criar as condições que permitiram a emergência de ditos, de um fala-se acerca do Partido dos Trabalhadores e de seus líderes, os quais ganharam dizibilidade e visibilidade por meio de enunciados que desejavam eliminar “essa praga do PT”, tal como anunciou, em 2015, o então Governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, afiliado ao Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), quando

em campanha eleitoral no estado do Mato Grosso¹⁰. Outros inúmeros dizeres de intolerância surgiram em cartazes nas manifestações de rua nos períodos eleitoral e pró-*impeachment*, entre os anos 2014 e 2016, dentre eles os mais recorrentes: "Fora Dilma"; "Intervenção militar já"; "O PT é o câncer do Brasil"; "Dilma, você só tem três opções: renúncia, suicídio ou *impeachment*. A escolha é sua"; "Dilma, pena que não te enforcaram no DOI CODI. Fora Dilma, fora PT"¹¹. Na fala de um dos líderes do MBL, Kim Katiguri: "Não tem que fazer o PT sangrar, tem que dar um tiro na cabeça do PT"¹².

Diante essa atmosfera de intolerância e ódio aos líderes do Partido dos Trabalhadores que se instaurou na cultura política brasileira, entre os fatos e boatos que caíram em circulação e foram apropriados, delimitamos um trajeto temático de falsas notícias (*fake news*) envolvendo pessoas ligadas ao PT¹³, numa clara estratégia de desqualificação e deslegitimação que caracterizou esse momento recente de nossa história política. Afirmamos se tratar de uma *fake news* visto que, no ano de 2013, a notícia acerca da relação envolvendo o filho do ex-presidente Lula, Fábio Luís da Silva (o "Lulinha") com a Friboi, foi esclarecida pelo site "boatos.org"¹⁴. Segundo o "boatos.org", no período em que a notícia ganhou maior circulação, o termo "Lulinha" foi o primeiro colocado no *ranking* de falsas notícias ou de *hoax*, expressão da língua inglesa que significa embuste, farsa ou mentira. Juntamente com uma investigação movida pelo próprio filho do ex-presidente, chegou-se ao autor das falsas notícias e à constatação de que tanto a mansão atribuída a Lulinha quanto a sua participação nos negócios da Friboi configuravam-se boatos¹⁵. Das poucas

¹⁰ Disponível em: <https://br.blastingnews.com/politica/2015/08/alckmin-dispara-precisamos-acabar-com-a-praga-do-pt-00535897.html>

¹¹ Disponível em :

https://www.google.com.br/search?q=cartazes+manifesta%C3%A7%C3%B5es+2014+no+brasil+dc&rlz=1C1AZAA_enBR750BR750&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjXtry5k6rVAhVLFJAKHY1qBOIQ_AUICigB&biw=1517&bih=708#imgsrc=eyFOq4tQOFmHgM

¹² <https://brasildecide.wordpress.com/2015/04/12/o-rancor-da-esquerda-e-o-odio-da-ultra-direita/>. Acesso em: 15 mai.2017.

¹³ Essa estratégia de publicação e divulgação de boatos não é nova e nem se restringe aos políticos de esquerda. Em uma publicação da revista Exame sob o título "7 boatos da política brasileira que podem ter enganado você", encontra-se uma lista dos boatos que mais tiveram visibilidade na internet e, dentre eles, aparece "filho de lula é dono da Friboi". Dos sete boatos listados, quatro se referem a políticos do PT. (DESIDERIO, 2016).

¹⁴ Site do Jornalista e editor Edgard Matsuki que se propõe a checar as fontes de notícias falsas na internet. Link: www.boatos.org

¹⁵ Tais matérias podem ser acessadas nos links: <http://www.boatos.org/politica/boato-aponta-lulinha-filho-de-lula-como-dono-da-friboi-e-jbs.html>;
<https://www.brasil247.com/pt/247/brasil/117566/Pol%C3%ADcia-apura-mentiras-na-rede-contra-filho-de-Lula.htm>.

matérias jornalísticas que se propuseram à apuração efetiva da falsa notícia, a Revista Carta Capital, após longa apresentação sobre o crescimento da empresa de proteína animal Friboi/JBS¹⁶, faz referência ao processo investigativo movido pelos advogados da família de Luís Inácio Lula da Silva, donde podemos inferir, pelo teor do trecho citado abaixo, o ponto de partida do boato, a autoria do mesmo e os grupos aos quais os falsos discursos se vinculavam, obviamente grupos políticos contrários ao Partido dos Trabalhadores:

O polpudo apoio do banco estatal parece ser o combustível de um boato recorrente na terra sem lei da internet. **O “verdadeiro” dono do grupo, espalhasse, seria um dos filhos do ex-presidente Lula. Cansado das ofensas, Fabio Luis da Silva apresentou em abril uma queixa à polícia em São Paulo e pediu a abertura de inquérito para descobrir os responsáveis pela disseminação das calúnias.** Lulinha mapeou a web e chegou a uma lista de sites que parecem ter dado o pontapé inicial à história. A lista foi enviada à polícia. **Entre os potenciais boateiros está Daniel Graziano, que administrava um site ligado ao Instituto Fernando Henrique Cardoso. Daniel é filho de Xico Graziano, chefe da área de internet da pré-campanha presidencial do senador tucano Aécio Neves. O jovem precisou ser intimado três ou quatro vezes até comparecer à delegacia recentemente. Ao depor, admitiu ser responsável por uma página eletrônica que difundiu o boato.** A depender da conclusão do inquérito, pode ser processado por calúnia e difamação. A extensão e a generosidade do apoio público à família Batista carecem, porém, de maiores explicações. (SCAPA, 2014, grifos nossos)

Na continuidade de nosso exercício analítico e na delimitação do trajeto temático dos enunciados que compõem nossa análise, acreditamos, como hipótese, que a falsa notícia possa ter surgido ou ganhado legitimidade e validação públicas a partir do ano de 2006, quando a Revista Veja trouxe, como matéria de capa, publicações sobre o crescimento econômico de Fábio Luís da Silva, com o título “O Ronaldinho de Lula”¹⁷, no mesmo período em que a Friboi cresceu vultosamente durante os governos petistas dos então presidentes Lula e Dilma Roussef. A empresa citada tornou-se uma das maiores exportadoras de proteína animal do mundo, em função, inclusive, de financiamentos adquiridos junto ao Banco Nacional de Desenvolvimento

¹⁶ A matéria completa pode ser lida através do link: <https://www.cartacapital.com.br/revista/803/a-carne-nao-e-fracas-9831.html>. O texto foi assinado por Adriana Scapa.

¹⁷ Não conseguimos acesso à edição da revista, cuja publicação é datada de 25/10/2006. O título faz referência a uma comparação entre Ronaldo, fenômeno no futebol, e Lulinha, fenômeno nos negócios, numa paráfrase à afirmação proferida pelo ex-presidente Lula, quando questionado sobre o sucesso do filho no ramo empresarial. Encontramos referência à data e ao processo que os advogados de Lula moveram contra a revista, acusando-a de danos morais. Tais informações podem acessadas pelo link: <http://www.jornalpolemica.com/2013/08/o-ronaldinho-de-lula-lulinha-processa.html>. Acesso em: 15 mai.2017.

Social (BNDES). Embora relevante, não cabe aos limites deste texto a discussão, se lícita ou ilícita, envolvendo os financiamentos firmados entre a empresa Friboi e o BNDES¹⁸. Nosso foco recai exclusivamente sobre a *fake news* que vincula Lulinha à condição de proprietário da empresa ou sócio majoritário, boato que ganhou estatuto de verdade ao ser replicado por vários suportes midiáticos, sendo consumido e tido por verdadeiro, tal como demonstraremos na sequência a seguir de matérias publicadas em jornais e sites de circulação mais regionalizada.

A manchete publicada no site e Jornal a *Gazeta Bahia.com*¹⁹, veículo de comunicação que atua nos municípios de Eunápolis, Porto Seguro e Região Sul da Bahia, indica o enriquecimento ilícito do filho do ex-presidente Lula, versão que é sustentada pelo enunciador no desenvolvimento do texto, numa referência direta ao conteúdo da Revista *Veja*, edição de outubro de 2006, e o drástico efeito que essa publicação viria a provocar nos leitores da revista e na população brasileira:

A riqueza de “Lulinha”, o filho do ex-presidente Luiz Inácio da Silva “Lula”, é apontada pela [Revista] Veja. Como um Fábio Luiz Lula da Silva, o “Lulinha”, ex-funcionário público de um zoológico, conseguiu se tornar um dos homens mais rico e poderoso do Brasil. [...] A revista *Veja* traz neste fim de semana detalhes de **mais um grande escândalo** no governo de Luiz Inácio Lula da Silva. Os fatos que já circulavam por todo o Brasil vêm à tona com riqueza de detalhes e **promete estremecer as estruturas do PT e do país [...]** Como um Fábio Luiz Lula da Silva //o “Lulinha”, ex-funcionário público de um zoológico conseguiu se tornar um dos homens mais rico e poderoso do Brasil. **Lulinha é sócio majoritário dos Frigoríficos JBS de nome fantasia Friboi** que em seu seguimento é atualmente a maior empresa da América Latina [...] O filho do ex-presidente Lula **também é sócio majoritário da empresa de telefonia Telemar e Oi. Lulinha é proprietário de mais seis fazendas que somadas tem o total de 1.400,00 (Um milhão e quatrocentos mil) hectares de terra. Com estas fazendas ele cria 500,00 (Quinhentos mil) cabeças de no Estado do Pará.** Hoje o meio de transporte do filho de Lula **é um jato executivo avaliado em 50.000.000,00** (Cinquenta milhões) de dólares. Este enriquecimento é uma feito inédito no mundo, um funcionário público de um zoológico que se tornou bilionário em poucos anos. **Este é o verdadeiro projeto social criado por Lula e o PT que tanto a Presidente Dilma defende.** A eleição presidencial 2014 não valia apenas uma cadeira no maior cargo político do Brasil, esta eleição estava valendo a existência do PT, Lula, Lulinha e tantos outros corruptos que estão afundando e saqueando os cofres públicos do Brasil.

¹⁸ Sobre o crescimento da empresa Friboi no mercado nacional e internacional, consultar: Scapa (2014).

¹⁹ Stolze (2014). Link de acesso ao conteúdo da postagem: <http://www.agazetabahia.com/ver.php?id=7591>

Nas estratégias discursivas de produzir enunciados que se pretendem verdadeiros, criticamente percebemos que em nenhum momento do texto o responsável pela matéria indica dados comprobatórios ou algum termo modalizador tal como “a suposta riqueza”, além de não trazer dados que reforcem ou contestem os argumentos que já são, de saída, acusatórios. Percebemos que o texto não apenas descreve ou narra os fatos, mas adota posições-sujeito avaliativas e/ou interpretativas nas quais o enunciador toma como verdadeiro os fatos que circulam pelo país e a matéria publicada pela revista citada. No trecho inicial, por exemplo, temos uma descrição/narração dos fatos (“A revista Veja traz neste fim de semana detalhes” .../ “Os fatos que já circulavam por todo o Brasil vem à tona com riqueza de detalhes...”) que apresentam o cenário para as avaliações que virão em seguida. O discurso que se constrói assume um tom de verdade, acima de qualquer contestação; os enunciados que se pretendem verdadeiros já são, de antemão, apresentados aos leitores, o que facilita a apropriação desses enunciados sem questionamentos, numa elaboração de sentidos por parte dos sujeitos que exige uma adesão menos reflexiva e crítica, alinhando a informação exclusivamente a crenças e valores, de modo que tal verdade já se apresenta consolidada antes mesmo de se averiguar os fatos. As “verdades” continuam sendo replicadas e ganham força na dispersão dos acontecimentos que a circundam. Discursivamente, os saberes acerca do enriquecimento ilícito de Lulinha tornam-se enunciados verdadeiros, transformando-o em um “bem sucedido empresário” do agronegócio e das telecomunicações. Lembrando Prado Filho (2006), o pensamento de Foucault procura a verdade dos discursos não nos sujeitos ou nos objetos, mas nas formas naturalizadas do saber, e a verdade se apresenta-se como efeito do jogo de regras entre os saberes que ao serem replicados vão se naturalizando e transformando boatos em “verdades transitórias”.

Nessa mesma linha editorial, ainda que já houvesse esclarecido o boato no ano de 2013 como já posto acima, outra postagem publicada, em 2015, pelo site “Vergonha Brasil”, adota a mesma estratégia discursiva. Antes da descrição da matéria propriamente dita, temos uma fotografia de Lulinha em primeiro plano com um jato particular ao fundo. Na composição imagética, alguns enunciados verbais onde se lê: “O presidente Lula deixou seu filho milionário”²⁰. Tal como na matéria anterior, essa publicação replica os

²⁰ Idem.

supostos bens adquiridos por Fabio Luis da Silva, cujo nome é omitido no título da reportagem, optando deliberada e interessadamente por fazer menção ao ex-presidente Lula, o que nos remete à clássica pergunta enunciativa de porque a omissão/o destaque do nome e não outro dado em seu lugar: "O filho de Lula é o empresário mais bem sucedido da história"²¹, boato que é reforçado no decorrer do texto, ressaltando que Lulinha passou de "limpador de merda em zoológico" à condição de empresário mais rico do Brasil. Vale ainda destacar trechos do texto que incitam a indignação do leitor com termos como "revoltante" e "SOMOS OTÁRIOS OU ÉRAMOS? DEPENDE DE VOCÊ!!!". Essa estratégia discursiva que já parte de uma verdade construída parece despertar uma indignação seletiva nos leitores e uma pré-disposição à intolerância a atos de corrupção quando pergunta "de que lado você está?", fazendo o processo de subjetivação dos enunciados ser um mecanismo de apropriação em grande medida mediado pelo apelo emocional. Junta-se a esse apelo emocional, a tática discursiva do "repassem aos demais se você deseja o fim da corrupção", ampliando exponencialmente a difusão desses enunciados pelas redes sociais e aplicativos de celulares.

Embora haja um conjunto muito grande de postagens de mesmo teor que poderiam figurar nessa análise, nos limitaremos a finalizar esse exercício do jogo entre o verdadeiro e o falso, entre os fatos e os boatos, com mais três referências sobre o assunto, em um diálogo com Candiotti (2006, 2013) que nos alerta: quando os enunciados entram em funcionamento nas suas operações práticas, efeitos para além do discursivo são produzidos e eles estão inscritos em relações políticas, em jogos de exercício de poder que buscam constituir domínios de verdade; na enunciação dos discursos, as práticas discursivas entram no jogo do verdadeiro e do falso, funcionam como se fossem verdadeiras, justificando os modos de pensar e de agir, e também de dizer, dos sujeitos de uma determinada época histórica.

Considerando isso, apresentamos uma pesquisa publicada no site "Falando Verdades", no ano de 2017, no qual se tem o seguinte levantamento: "71% dos que foram para rua contra Dilma, acreditavam no boato que Lulinha era dono da Friboi, mostra pesquisa"²². Tal pesquisa, realizada em 2015, mostra a força dos boatos na construção de sentidos efetuados pelos sujeitos

²¹ <http://vergonhabrasil2015.blogspot.com.br/2015/03/o-filho-do-lula-e-o-empresario-mais-bem.html>. Acesso em: 15 mar.2105.

²² Minozzo (2017). Acessível em: <https://falandoverdades.com.br/2017/07/02/71-dos-que-foram-para-rua-contra-dilma-acreditavam-no-boato-que-lulinha-era-dono-da-friboi-mostra-pesquisa/>

e seus respectivos posicionamentos no campo político. O texto, que vem logo após a manchete supracitada, explora a força dos boatos na construção “de verdades” e na capacidade destes de conquistar a adesão do público. Após a matéria que evidencia a guerra virtual entre partidos políticos e o uso de robôs para replicarem notícias, temos uma entrevista com o pesquisador Pablo Ortellado²³, filósofo e professor da Universidade de São Paulo (USP), em que ele expõem o impacto causado pela disseminação de boatos, em detrimento das publicações que os desmentem: os boatos, estrategicamente, ganham maior adesão e são replicados com maior facilidade que os fatos que os refutam, indicando o caráter de fabricação daquilo que é tido por verdadeiro ou falso.

E, ainda no ano de 2017, a fabricação de enunciados midiáticos com pretensão de validade que insistem em ser replicados e distribuídos com a função de conspirar e planejar seus poderes e interesses, na manutenção de falsas notícias que ganham estatuto de verdade, pode ser identificada nessas duas publicações que seguem abaixo. Essas publicações são provenientes de determinados segmentos midiáticos e de pessoas da vida pública brasileira, respectivamente postadas no *blog* “O antagonista” – em que o responsável pela publicação ainda sugere a necessidade de averiguação da relação entre Lula, Lulinha e a Friboi²⁴ – e no *Twitter* da advogada Janaína Paschoal, uma das autoras do pedido de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff e também cotada a ocupar o cargo de vice-presidente na chapa do então candidato a presidente pelo Partido Social Liberal (PSL), Jair Bolsonaro, na campanha eleitoral de 2018:

A PGR perguntou a Joesley Batista se Lulinha é sócio da Friboi. O delator, segundo a Veja, “jurou de pé junto que a tese não passa de boato e que nenhum dos filhos de Lula dá cartas em empresas da J&F”. É preciso perguntar mais uma vez a Joesley Batista sobre seu relacionamento com José Carlos Bumlai, o operador de Lula e seus filhos²⁵.

Sempre ouvi boatos de que a JBS era, na verdade, de Lula. Boatos de que os açougueiros seriam seus laranjas. Isso haveria de ser apurado. Por que Joesley blinda Lula? Por que escondeu a reunião com Lula e Cunha? Por que sua empresa foi a maior beneficiada pelo BNDES?²⁶

²³ Para maiores detalhes, consultar: Ortellado (2017).

²⁴ <http://www.oantagonista.com/posts/lulinha-e-dono-da-friboi>

²⁵ Idem

²⁶ <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2017/06/janaina-paschoal-diz-que-lula-e-dono-da-jbs-e-vira-piada-nas-redes-sociais.html>

Para finalizar, retomamos o pensamento de Foucault (2012) que, embora tenha passado ao largo de uma análise empírica dos enunciados midiáticos, é bastante pertinente na problematização de que a vontade de verdade apoia-se sobre um suporte institucional, conferindo ao lugar que as instituições midiáticas e as novas tecnologias ocupam em nossa sociedade midiaticizada, o poder de conduzir o “modo como o saber é aplicado”, “valorizado” e “distribuído”, e ainda exercer sobre os demais discursos uma espécie de coerção, submetendo seus objetos ao crivo da “verdade verdadeira”, excluindo-os ou desqualificando-os conforme a não congruência com a vontade de verdade dada por competente e aceita em certa época.

Considerações finais

Na busca por estabelecer uma relação de implicação crítica entre o campo da AD e o campo Midiático e demonstrar a proficuidade do pensamento foucaultiano, tanto para os estudos discursivos quanto para os estudos que envolvem a análise de enunciados midiáticos, a problematização que ganha relevância ao final desse nosso exercício analítico diz respeito à função social e política que as mídias e as novas tecnologias de informação e comunicação exercem frente ao fenômeno de midiaticização de nossa atual sociedade contemporânea. Se é incontornável a constatação de que as mídias e as novas tecnologias são os principais agentes institucionais responsáveis pela produção, circulação e apropriação dos enunciados midiáticos, nos múltiplos sentidos e efeitos de verdade que eles produzem ao caírem em circulação social, serem consumidos e se pretenderem verdadeiros, instaurando “regimes de verdades”, efetuar a crítica do campo Midiático é uma tarefa urgente e que provavelmente ainda pode gerar inúmeras entradas analíticas, compreendendo-o como um conjunto heterogêneo de práticas e procedimentos específicos, regras de funcionamento, estratégias mercadológicas e informativas, técnicas e tecnologias que ditam a ordem de funcionamento dos discursos midiáticos e autorizam “o que é permitido dizer, como se pode dizê-lo, quem pode dizê-lo, [...] o que deve ser reconhecido como verdadeiro e o que deve ser desqualificável”, (PRADO FILHO, 2006).

Naquilo que diz respeito a nossa entrada de análise, tomando por referência as noções de “saber”, “verdade” e “poder”, entender as verdades, bem como as crenças nelas, como uma construção histórica e social inserida em regimes de funcionamentos e em canais institucionais que controlam, em

nossas sociedades midiaticizadas, a circulação e reprodução dos enunciados midiáticos, classificando-os e (in)validando-os como (i)legítimos, é reconhecer que a verdade depende de uma perspectiva política da qual ela não escapa e o discurso qualificado como verdadeiro traz consigo todo um conjunto de mecanismos e procedimentos, estratégias e táticas que atuam em sua produção e manutenção, conferindo à verdade uma existência dentro de relações de poder.

Como nos lembra Candiotto (2013), naquilo que se faz e se diz em uma determinada época, vontades de verdade são fabricadas e se impõem conforme os interesses e estratégias daqueles “que estão em posição de impor significações” sobre “aqueles privados dela”, de maneira que muitos saberes, práticas e enunciados são silenciados em função de fatores econômicos, políticos, culturais, sociais que buscam se legitimar por meio do exercício do poder intrínseco à produção das verdades, ou melhor, à produção de “verdades interessadas”, produzindo segregações e exclusões por parte dos discursos hegemônicos, como também resistências por parte dos discursos marginalizados, aqueles fora da curva do convencionalmente aceito na ordem estabelecida.

Nessa direção, entre as diferentes versões que se instauram na produção dos sentidos sociais, a distância entre o fato e os boatos, que dele derivam, podem ser entendidos como jogos estratégicos e políticos que, na produção dos efeitos de poder-saber, se pretendem verdadeiros, tornam-se pretensamente válidos e legítimos, “verdades transitórias” e interessadas, ainda que fundamentadas apenas em boatos, como foi demonstrado no exercício analítico das falsas notícias que circularam acerca da relação de Lula, Lulinha e Friboi. Acreditamos que esse exercício de análise possa indicar possíveis entradas de leituras críticas para compreender os enunciados midiáticos como “evidências de seu próprio tempo”, nos ajudando na leitura social dos tempos em que vivemos, e ainda das condições históricas, políticas e culturais que contribuem para o surgimento de enunciados que mobilizam vontades de verdade e estabelecendo regimes de verdade. Tais questões mobilizam efeitos para muito além do campo discursivo ou midiático e caracteriza uma determinada época da política brasileira em sua atmosfera de intolerâncias e ódios.

Referências

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. **1968: A irrupção do acontecimento.** Disponível em: <http://www.cchla.ufrn.br/ppgh/docentes/durval/academico/artigos.htm> Acesso: 04/07/2013.

ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo B. Mídia: um aro, um halo e um elo. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano.** Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

CANDIOTTO, Cesar. Foucault: uma história crítica da verdade. **Revista Trans/Form/Ação**, São Paulo, v. 29, n. 2, p. 65-78, 2006.

_____. **Foucault e a crítica da verdade.** Belo Horizonte: Autêntica Editora; Curitiba: Champagnat, 2013.

CASTRO, Edgardo. Arqueologia; Discurso; Formação Discursiva; Poder; Saber; Verdade, Jogo de Verdade, Vontade de Verdade (verbetes). In: **Vocabulário de Foucault: um percurso pelos seus temas, conceitos e autores.** Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

COURTINE, Jean-Jacques. A Era da ansiedade: discurso, história e emoções. In: CURCINO L.; SARGENTINI, V.; PIOVEZANI, C. (Org.). **(In) Subordinações contemporâneas: consensos e resistências nos discursos.** São Paulo: EduFSCar, 2016.

DELEUZE, Gilles. **FOUCAULT.** Editions de Minuit, 1998.

DREYFUS, Hubert & RABINOW, Paul. **Michel Foucault: uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

DESIDÉRIO, Mariana. **7 boatos da política brasileira que podem ter enganado você.** 2016. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/brasil/7-boatos-da-politica-brasileira-que-podem-ter-enganado-voce/#>. Acesso em: 15 mai.2017.

FÁBIO, André Cabette. **O que é 'pós-verdade', a palavra do ano segundo a Universidade de Oxford.** (2016). Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/11/16/O-que-%C3%A9-%E2%80%98p%C3%B3s-verdade%E2%80%99-a-palavra-do-ano-segundo-a-Universidade-de-Oxford>. Acesso em: 30 ago.2017.

FOUCAULT, Michel. **A verdade e as formas jurídicas.** Rio de Janeiro: NAU, 2002.

_____. Foucault. In: **Ética, sexualidade, política.** Org. Manoel Barros da Motta. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. (Ditos e escritos; V). p. 234-239.

_____. Verdade e Poder. In: **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Graal, 2007. p.4-11.

_____. Sobre a Arqueologia das Ciências. Resposta ao Círculo de Epistemologia. In: **Arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento**. Org. Manoel Barros da Motta. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008. (Ditos e escritos; II). p. 82-118.

_____. **A Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

_____. Resposta a uma Questão. In: **Repensar a Política**. Org. Manoel Barros da Motta. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010. (Ditos e escritos; VI). p. 01-24.

_____. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. São Paulo: Edições Loyola, 2012.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **As bases epistemológicas da AD face aos objetos da mídia**. (minicurso) IV Encontro em Análise do Discurso: fundamentos epistemológicos e abordagens metodológicas. UNESP/Araraquara: agosto de 2013.

MACHADO, Roberto. **Ciência e Saber: a trajetória da arqueologia de Michel Foucault**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1981.

MINOZZO, Paula. **71 % dos que foram para rua contra Dilma, acreditavam no boato que Lulinha era dono da Friboi, mostra pesquisa**. 2017. Disponível em: <https://falandoverdades.com.br/2017/07/02/71-dos-que-foram-para-rua-contradilma-acreditavam-no-boato-que-lulinha-era-dono-da-friboi-mostra-pesquisa/>

ORTELLADO, Pablo. Entrevista com Paula Minozzo. 2017. Disponível em: <https://falandoverdades.com.br/2017/07/02/71-dos-que-foram-para-rua-contradilma-acreditavam-no-boato-que-lulinha-era-dono-da-friboi-mostra-pesquisa/>

PAULA, C. F. Caetano de; FUENTE, A. M. L. O processo social de midiaticização: consequências para a comunicação no contexto organizacional. In: OLIVEIRA, I. L. (Org.). **Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional**. 1 ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2012. p. 119-136.

PRADO FILHO, Kleber. **Michel Foucault: uma história política da verdade**. Florianópolis: Editora Insular; Rio de Janeiro: Achiamé, 2006.

SARGENTINI, Vanice. As relações entre a Análise do Discurso e a história. In: **A (des)ordem do discurso**. MILANEZ, Nilton; GASPAR, Nádea Regina (Org.). São Paulo: Contexto, 2010. p. 95-102.

_____. A descontinuidade da História: a emergência dos sujeitos no arquivo. In: **Foucault e os Domínios da linguagem: discurso, poder, subjetividade**. Vanice Sargentini, Pedro Navarro-Barbosa - São Carlos: Claraluz, 2004. p.77-96.

SCAPA, Adriana. A carne não é fraca. A meteórica ascensão da Friboi e da família Batista, outra prova do capitalismo à brasileira. 2014. **Revista Carta Capital**. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/revista/803/a-carne-nao-e-fraca-9831.html>

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo, Loyola, 2002.

SOUZA, Mauro Wilton. A recepção sendo reinterpretada. In: SOUSA, Mauro Wilton (Org.). **Recepção midiática e espaço público: novos olhares**. São Paulo: Paulinas, 2006.

STOLZE, Gutemberg. A riqueza de "Lulinha" o filho do ex-presidente Luiz Inácio da Silva "Lula" é apontada pela Veja. 2014. Disponível em: <http://www.agazetabahia.com/ver.php?id=7591>. Acesso em: 15 mai.2017.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. "Os processos midiáticos para além da mídia" **ANIMUS – Revista Interamericana de comunicação midiática**. v. VI, n. 2, 2007.

VÉRON, Eliseo. **A produção de sentido**. São Paulo: Cultrix, EDUSP, 1980.

VEYNE, Paul. **Foucault, o pensamento, a pessoa**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2009.

_____. **Como se escreve a História; Foucault revoluciona a História**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998. p.239-285.

Referências (sites e blogs)

<http://www.agazetabahia.com/ver.php?id=7591>. Acesso em: 15 mai.2017.

<http://www.boatos.org/politica/boato-aponta-lulinha-filho-de-lula-como-dono-da-friboi-e-jbs.html>. Acesso em: 15 mai.2017.

<https://br.blastingnews.com/politica/2015/08/alckmin-dispara-precisamos-acabar-com-a-praga-do-pt-00535897.html>. Acesso em: 15 mai.2017

<https://brasildecide.wordpress.com/2015/04/12/o-rancor-da-esquerda-e-o-odio-da-ultra-direita/>. Acesso em: 15 mai.2017. Acesso em: 15 mai.2017.

<https://www.brasil247.com/pt/247/brasil/117566/Pol%C3%ADcia-apura-mentiras-na-rede-contra-filho-de-Lula.htm> . Acesso em: 15 mai.2017

<https://falandoverdades.com.br/2017/07/02/71-dos-que-foram-para-rua-contra-dilma-acreditavam-no-boato-que-lulinha-era-dono-da-friboi-mostra-pesquisa/> Acesso em: 15 mai.2017.

https://www.google.com.br/search?q=cartazes+manifesta%C3%A7%C3%B5es+2014+no+brasil+dcm&rlz=1C1AZAA_enBR750BR750&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjXtry5k6rVAhVLFJAKHY1qBOIQ_AUICigB&biw=1517&bih=708#imgrc=eyFOq4tQOFmHgM . Acesso em: 15 mai.2017.

<http://www.jornalpolemica.com/2013/08/o-ronaldinho-de-lula-lulinha-processa.html> . Acesso em: 15 mai.2017.

<http://www.oantonista.com/posts/lulinha-e-dono-da-friboi>. Acesso em: 15 mai.2017

<https://www.pragmatismopolitico.com.br/2017/06/janaina-paschoal-diz-que-lula-e-dono-da-jbs-e-vira-piada-nas-redes-sociais.html> Acesso em: 15 mai.2017

<http://vergonhabrasil2015.blogspot.com.br/2015/03/o-filho-do-lula-e-o-empresario-mais-bem.html>. Acesso em: 15 mar.2105.

Forma de citação sugerida:

FERNANDES JÚNIOR, Antônio; DRUMMOND, Carine Caetano. Entre fatos, boatos e vontades de verdades: os sentidos produzidos pela mídia na política brasileira. **EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 16 esp. "Discurso e argumentação na política latino-americana", p. 26-51, set.2018.

Recebido em: 25/07/2018

Aprovado em: 26/08/2018