

**CEGUEIRA DISCURSIVA III:  
ESTUDO DE CASO DA NÃO RESPOSTA  
EM DISCUSSÕES POLÍTICAS NO WHATSAPP**

*Marcello Riella Benite* (UENF)

[marcellobenites@hotmail.com](mailto:marcellobenites@hotmail.com)

*Sérgio Arruda de Moura* (UENF)

[arruda.sergio@gmail.com](mailto:arruda.sergio@gmail.com)

**RESUMO**

No contexto contemporâneo das *fake news* e da pós-verdade, o aplicativo *WhatsApp* é ambiente propício à desinformação. A não resposta é um dos quatro elementos do que chamamos de cegueira discursiva que inclui ainda: debate de reproduções; ilusão deliberativa; e reescrita da história. O presente trabalho sucede um primeiro sobre este conceito que estamos propondo à Análise do Discurso (AD) de origem francesa, apresentado em junho deste ano no Encontro Virtual da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura (AbCiber); e outro defendido no Congresso Internacional Interdisciplinar em Sociais e Humanas (Coninter/2020). Nesta pesquisa, que fez parte da programação da XV Jornada Nacional de Linguística e Filologia da Língua Portuguesa, nós definimos a cegueira discursiva e seus elementos; e analisamos a não resposta em um grupo de discussões políticas de esquerda no *WhatsApp*.

**Palavras-chave:**

Política. Não resposta. *WhatsApp*.

**ABSTRACT**

In the contemporary context of fake news and post-truth, WhatsApp is an environment which is conducive to misinformation. Non-response is one of the four elements of what we call discursive blindness, which also includes: debate of reproductions; deliberative illusion; and rewriting history. The present work follows a first one about this concept that we are proposing to French Discourse Analysis (AD), presented in June this year at the Virtual Meeting of the Brazilian Association of Researchers in Cyberculture (AbCiber), and another one defended in the International Interdisciplinary Congress on Social and Human Rights (Coninter / 2020). In this research, which was part of the program XV National Day of Linguistics and Philology of the Portuguese Language, we defined discursive blindness and its elements; and we analyzed non-response in a group of left-wing political discussions on WhatsApp.

**Keywords:**

Politics. Non-response. *WhatsApp*.

**1. A cegueira discursiva, a não resposta e o grupo WhatsApp estudado**

Esta pesquisa foi realizada como desenvolvimento de um estudo anterior, a saber, a proposta do conceito de *cegueira discursiva* em dis-

cussões políticas no *WhatsApp* (BENITES *et al.*, 2020). O objetivo agora é verificar a ocorrência de um dos elementos, a *não resposta*, dessa mesma cegueira discursiva em um determinado grupo do aplicativo (doravante, também *app*). Trata-se de um grupo de discussões políticas.

A cegueira discursiva seria o discurso cego sobre a realidade propiciado por características específicas da ferramenta *WhatsApp* – vale ressaltar que não estamos demonizando o *app*, do qual as contribuições para a vida de todos são mais do que conhecidas. Tais características seriam o que chamamos de *os quatro elementos* da cegueira discursiva, que além da não resposta (segundo elemento) incluem: *debate de reproduções, ilusão deliberativa e reescrita da história*.

As quatro características estão devidamente explicitadas em Benites *et al.*, (2020, p 11-15). No desenvolvimento do presente trabalho, aprofundaremos apenas a não resposta, por fazer parte do nosso objeto específico de estudo. Porém, para uma compreensão geral da cegueira discursiva, apresentamos brevemente, nesta introdução, seus outros três elementos constitutivos.

Vamos ao primeiro, o *debate de reproduções*. É a tendência de as pessoas frequentemente não realizarem elaborações próprias quando discutem política por meio do aplicativo. Elas têm determinada opinião, em geral pautada na polarização entre direita e esquerda e, ao debaterem, utilizam textos, vídeos, áudios, *gifs*, figurinhas, *links* de notícias etc, produzidos por outros usuários ou fontes.

E é comum que quem responde, por sua vez, o faça da mesma forma, com reproduções de outrem. Então, a expressão “debate de reproduções” contém uma ironia e uma impossibilidade. De fato, apenas pessoas – e não reproduções ou robôs – podem debater, no sentido de discutir, apresentar argumentos, convencer, ser convencidas, concordar ou mudar parcial ou totalmente de opinião.

A ideia de *ilusão deliberativa* é o terceiro elemento, e foi concebida a partir do conceito habermasiano de esfera pública de deliberação, ou seja, o espaço em que se discute as questões públicas e se contribui para as decisões na sociedade. As redes sociais são hoje uma decisiva esfera pública (BENITES *et al.*, 2020, p. 9). E a expectativa das pessoas é participarem da política por meio delas. Mas fenômenos como o *fake news* e da pós-verdade, que aprofundaremos mais à frente, frustram essa expectativa.

Já a noção de *reescrita da história*, quarta e última característica, talvez seja a mais sombria que constitui a cegueira discursiva. Inspirada numa passagem do livro 1984 de George Orwell (BENITES *et al.*, 2020, p. 15)<sup>177</sup> essa noção dá conta de que, protegida por criptografia nos grupos, invulnerável a checagens de notícias, uma outra versão dos fatos reais esteja se constituindo como narrativa verdadeira. Assim, negacionismos anti-históricos, anticientíficos e antifactuais poderiam se impor na opinião pública.

*O grupo no qual analisamos a ocorrência da não resposta é destinado à discussão política num viés ideológico de esquerda. É composto por 160 integrantes, o que resulta num grande número de postagens. No dia 29 de outubro de 2020, escolhido para nossa investigação, foram 81 posts, feitos por 34 pessoas.*

Entre os destaques estavam as notícias da reaproximação entre Lula e Ciro Gomes, com o debate sobre a necessidade de aliança das esquerdas para enfrentar o bolsonarismo; e também uma discussão sobre vídeo de manifestação em Brasília contra a obrigatoriedade da vacina anticovid.

A interação no grupo durante o dia foi grande e as mensagens que tiveram respostas foram 11, contra 20 postagens que não ocasionaram nenhuma reação. As restantes foram interações resultantes destas 11 e outros tipos, como correções de erro ortográficos, mensagens apagadas e informação fática (aviso de internet precária).

Apesar desse resultado confirmar nossa hipótese de que é grande a não resposta em discussões políticas no aplicativo, preferimos não considerá-lo como definitivo, pois seria necessária para isso uma amostragem muito maior, envolvendo mais tempo e mais grupos.

Como afirmamos no resumo, a cegueira discursiva no *WhatsApp* é um fenômeno atual que, porém, ocorre no lastro de problemas da linguagem dos quais a Análise do Discurso (AD) de origem francesa já se ocupava mesmo antes do advento das mídias sociais tais como as conhecemos hoje. É o que veremos a seguir.

---

<sup>177</sup> Recordando a consagrada obra, o dirigente do Partido O'Brien, convence/tenta convencer o protagonista Winston de que é possível "controlar" o passado controlando as memórias das pessoas. De fato, Winston é uma espécie de antijornalista que reescrevia notícias para que ficassem de acordo com a visão do Partido.

## 2. *Três conceitos em Análise do Discurso*

Apresentamos agora os conceitos, já consagrados na AD, de “descentramento do sujeito”, de “assujeitamento ou interpelação ideológica” e de “duplo esquecimento”. O primeiro chega até nós, por meio de Jacqueline Authier-Revuz (BRANDÃO, 2004, p. 68). Trata-se de uma teoria considerada a partir de Freud. Segundo a autora francesa (grifo nosso),

[...] o sujeito não é uma entidade homogênea, exterior à língua, que dela faz uso para expressar um sentido do qual seria a fonte consciente. O sujeito se constitui pela interação com o outro – como já observara Bakhtin – e pela interação com seu próprio inconsciente (freudiano). Esse inconsciente, entendido como linguagem do desejo censurado, provoca uma cisão do sujeito. Sendo assim, ele é “dividido, clivado, cindido”. E é também descentrado, pois a descoberta de Freud provoca uma “ferida narcísica”: o eu perde sua centralidade e o homem não é mais “senhor de sua morada”, **controlador consciente do próprio discurso** – AUTHIER-REVUZ, 1990, p. 26-28 (BENITES, 2016, p. 92)

Passemos à segunda noção, a de *interpelação ideológica*:

No livro *Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado* (1974), Louis Althusser indica a imprensa como um dos aparelhos que reproduzem a ideologia, que por sua vez, perpetua as condições de produção. Na mesma obra ele afirma que a ideologia interpela os indivíduos como sujeitos, independentemente de suas vontades. E o reconhecimento dessa realidade inexorável ocorre quando o sujeito se insere, a si mesmo e a suas ações, em práticas reguladas pelos aparelhos ideológicos. Helena Nagamine Brandão afirma que “essa interpelação ideológica consiste em fazer com que cada indivíduo (sem que ele tome consciência disso, mas, ao contrário, tenha a impressão de que é senhor de sua própria vontade) seja levado a ocupar seu lugar em um dos grupos ou classes de uma determinada formação social” (BENITES, 2016, p. 92).

O assujeitamento ideológico dá conta de que o nosso discurso nunca está sob nosso controle – essa é a convicção da AD. Nossa ideologia e nossa cultura nos interpelam. E, em geral, não controlamos o que falamos nem o momento em que tomamos a palavra. É recorrente nos Estudos do Discurso a ideia de que *mais é o nosso discurso que nos fala do que nós falamos por meio dele*, como veremos abaixo. A noção de “duplo esquecimento” vem completar essa ideia.

Entendemos ainda que a aplicação da noção de FD<sup>178</sup> muito contribuiu para a compreensão de que o sujeito mais “é falado” pelo discurso do que fala por meio do discurso (AUTHIER-REVUZ, 1990, p. 26). Outra contribuição para esse entendimento é proporcionada pela noção de “duplo esquecimento”, atribuída a Michel Pêcheux (ORLANDI, 2010, p. 34), referente a dois fenômenos discursivos que a AD afirma ocorrer com o sujeito. O esquecimento número 1 é aquele pelo qual o sujeito coloca-se como a fonte única do próprio discurso. Dessa forma ele “rejeita”, “apaga” de sua memória, qualquer influência de sua formação discursiva sobre o que ele fala (BRANDÃO, 2004, p. 82). Já o esquecimento número 2 é “parcial, semiconsciente”, também chamado de “ilusão referencial”. Esse esquecimento “produz em nós a impressão da realidade do pensamento”. Ou seja, achamos que o que pensamos e falamos reflete objetivamente a realidade (BENITES, 2016, p.93).

Nós observamos que os sujeitos envolvidos nas discussões via *WhatsApp* já são condicionados pelo *descentramento do sujeito*, pelo *assujeitamento/interpelação ideológica*, e pelo *duplo esquecimento*. Essas pessoas lançam-se assim numa tarefa quase impossível de abarcar e participar das deliberações da esfera pública. Elas buscam nessa participação influenciar as decisões em temas diversos, por exemplo, melhores condições de vida e trabalho para si e para os que lhe são próximos. Entretanto, a polarização ocorrida no Brasil – a palavra “polarização” está quase virando clichê, mas não perdeu, nem deve perder sua força – gerou situações que dificultaram o acesso das pessoas a uma participação efetiva, construtiva e satisfatória para elas mesmas na esfera pública via internet.

Os fenômenos discursivos que recordamos brevemente acima, já firmados na AD, explicitam essa dificuldade e dão um ótimo suporte para analisarmos as condições de produção e a motivação dos discursos manifestados nas disputas dentro do *WhatsApp*. Mas não seria ousadia excessiva propor outras ferramentas de análise contemplando as especificidades atualíssimas desse mensageiro. Principalmente, se considerarmos que as noções de Althusser, Pêcheux e Authier-Revuz já estavam registradas em publicações de 1974, 1975 e 1990, respectivamente.

Acreditamos que os quatro fenômenos de linguagem que apontamos no *app* fazem da cegueira discursiva um conceito válido para anali-

---

<sup>178</sup> FD: Formação Discursiva, outro conceito da AD, que não cabe aqui expor e cuja definição pode ser encontrada em Benites (2016, p. 92).

sar as disputas discursivas realizadas por meio dele e avaliar o efeito fragmentador da comunicação gerado pela polarização política nas redes sociais.

### 3. *Aprofundando o elemento da não resposta*

O que chamamos de “não resposta” gera uma série de consequências graves para a comunicabilidade. Ela ocorre devido ao excesso de integrantes em alguns grupos e aos muitos contatos *no privado*. Sobre tudo quando o envio de mensagens é muito intenso, as pessoas não têm tempo de ler/ouvir/ver todas as postagens, muito menos de responder – por vezes, arriscam-se a respostas sem a devida reflexão e checagem das informações que estão utilizando. Vale ressaltar a grande ansiedade gerada nos usuários por essa incapacidade de absorver e reagir a tanta informação; e as famosas “saídas do grupo” (“Flávio<sup>179</sup> saiu”), acarretando problemas de saúde emocional e mais ruídos ainda na comunicação.

Um dado interessante surgiu a partir da repercussão da nossa pesquisa após o Encontro Virtual da ABCiber (30/06 e 01/07/2020). Em diálogo na live<sup>180</sup> “Fake news, pós-verdade e cegueira discursiva no WhatsApp” (BENITES; PORTO, 2020), mencionamos o *número de Dunbar* referido por Bauman (2014) no livro *Vigilância Líquida*:

Robin Dunbar, antropólogo evolucionista da universidade de Oxford, insiste e que “nossas mentes não são planejadas [pela evolução] para permitir que tivéssemos mais que um número limitado de pessoas em nosso mundo social”. Na verdade, Dunbar calculou esse número; ele descobriu que “a maioria de nós só pode manter cerca de 150 relacionamentos significativos”. (...) chamou esse montante, imposto pela evolução (biológica), de “número de Dunbar” [...] o número atingido mediante evolução biológica, por nossos ancestrais remotos. E foi aí que ela parou, deixando o campo aberto para a sua sucessora mais rápida, [...] a “evolução cultural” [...] empregando o processo de ensinamento e aprendizagem, em vez de mudar os genes (BAUMMAN, 2014, p. 45)

E o sociólogo polonês prossegue, explicando que 150 seria a maior quantidade de criaturas capazes de se reunirem e colaborarem apenas da coleta e da caça “sem conjurar forças e (sim!) ferramentas além de

---

<sup>179</sup> Nome fictício.

<sup>180</sup> As lives, funcionalidade disponível em diversas redes sociais, tornaram-se mais populares do que já eram com o isolamento social imposto pela pandemia do Covid-19. A live em questão foi feita a convite do Coletivo de Jornalistas de Macaé e Região e transmitida por sua conta (@coletivo\_jornalistas) no Instagram.

dentes e garras. Sem essas outras forças e ferramentas culturais a proximidade de um número maior de pessoas teria sido insustentável (BAUMAN, 2014, p. 45)”. E aí podemos concluir essa reflexão, pensando no quanto a cultura e o desenvolvimento das tecnologias de comunicação, desde os primórdios, pressionaram para cima o *número de Dunbar*.

Ampliou-se assim sobremaneira nossa atividade de cognição – estudos acerca da neuroplasticidade também podem ser aqui considerados – sobretudo com os meios eletrônicos tradicionais, o rádio e a TV. Chegamos, então, às atuais redes sociais com os smartphones, e a nossa impressão é de que ocorre uma *verdadeira implosão* da nossa estrutura e capacidade cognitiva. O nosso *número de Dunbar*, na casa das dezenas, é superado, chegando à dos milhares, e das dezenas de milhares no caso de personalidades da *web*.

#### **4. WhatsApp: ambiente propício às fake news**

O *WhatsApp* é a rede social mais aberta à disseminação de *fake news*. O fato de as trocas se darem em grupos fechados restringe a possibilidade de verificação de autenticidade por agências de checagem de notícias (*fact checking*<sup>181</sup>), existente em outras redes, como *Facebook* e *Twitter*, nas quais as postagens públicas são predominantes. E ainda, a proteção por criptografia tanto em contatos privados quanto em grupos aumenta o caráter secreto dos conteúdos circulantes.

O repórter da BBC Mike Wendling conta como o termo deixou de ser restrito às mídias sociais para se tornar um jargão jornalístico designando um fenômeno capaz de influenciar até mesmo eleições em países como os EUA, embora especialistas hesitem em dar como necessariamente certa essa influência.

Em meados de 2016, o editor de mídia do site BuzzFeed, Craig Silvermann, identificou uma onda de histórias completamente inventadas que pareciam ter sido originadas em uma pequena cidade do leste europeu. “Acabamos descobrindo um conjunto de sites, todos registrados na cidade de Veles, na Macedônia”, lembra Silvermann. Ele e um colega

---

<sup>181</sup> *Fact checking* é um serviço jornalístico que ganhou enorme relevância com o advento das fake news. Segundo a Agência Pública, em reprodução no Observatório da Imprensa, trata-se de “uma checagem de fatos, isto é, um confrontamento de histórias com dados, pesquisas e registros.” Leia mais em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/checagem-de-informacoes/o-que-e-fact-checking/>.

começaram a investigar e, pouco antes da eleição americana, constataram a existência de pelo menos 140 sites de notícias falsas, que estavam atrair muitos cliques no *Facebook*. Os jovens de Veles podiam não ter interesse na política americana, mas, por causa do dinheiro proveniente da publicidade online, queriam que suas histórias fictícias reverberassem nas redes sociais. A eleição presidencial americana - e especificamente Donald Trump – eram perfeitos para isso (WENDLING, 2018, s/p).

A continuação dessa história é bem conhecida<sup>182</sup>. E a conexão entre o caso acima e o *WhatsApp* é feita por Wendling no mesmo texto, quando se refere a informações de Claire Wardle, da First Draft News, agência não lucrativa de checagem de fatos, com sede no centro Shorenstein da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos.

[...] além dos textos políticos virais, há novas fronteiras que os checadores de informações estão tentando cruzar. "Eu realmente acho que temos que pensar mais no visual das coisas. As imagens são um poderoso veículo da desinformação", afirma Claire Wardle. Fotos e montagens circulam rapidamente em aplicativos fechados como o *WhatsApp*. Muita desinformação sobre saúde, religião e sociedade está sendo propagada fora dos Estados Unidos, em países em desenvolvimento, embora o debate sobre notícias falsas esteja focado somente no Ocidente. "O *WhatsApp* é poderoso porque o que é transmitido pela plataforma passa por uma rede muito próxima de contatos. Por isso, eles são mais propensos a confiar um no outro", diz Wardle. (WENDLING, 2018, s/p)

Vamos agora mostrar a explosiva relação do aplicativo com as fake news, com um exemplo nacional. Segundo a já mencionada jornalista Juliana Gragnani, também da BBC (colchetes nossos),

[...] metade dos boatos que circularam no *WhatsApp* sobre a vereadora carioca assassinada no mês passado [março de 2018], Marielle Franco (PSOL), foi em grupos de família. O dado é resultado de uma pesquisa inédita feita pelo Monitor do Debate Político no Meio Digital, da USP. (GRAGNANI, 2018, [s.p])

O estudo recebeu respostas de 2.520 pessoas a um questionário online. Embora a coleta lidasse com usuários de grupos de família, pode-se projetar este efeito para os mais diversos grupos, como os de trabalho, associações religiosas ou outros fins. Todos compartilham da mesma característica, a de não serem públicos e estarem inacessíveis a agências de checagem e outras instâncias e mecanismos reguladores.

---

<sup>182</sup> É difícil averiguar, e não é nosso escopo, se a recente eleição de Joe Biden teve a contribuição de restrições a procedimentos desse tipo estabelecidos após 2016.



A repórter relata que os pesquisadores reuniram 1.145 respostas de entrevistados que afirmaram ter visto versões de mensagens afirmando que a vereadora era “ex-mulher do traficante Marcinho VP e que havia engravidado dele aos 16 anos, ou, em menor quantidade, uma foto que supostamente mostrava Marielle sentada no colo de Marcinho VP - não eram ela nem ele na imagem (GRAGNANI, 2018, s/p)”. As *fake news* acerca da parlamentar viralizaram pelo *WhatsApp* na noite em que ela foi executada, só depois chegando ao *Facebook* e ao *Twitter*.

Juliana menciona ainda o pesquisador Tomer Simon, especialista do Departamento de Gestão de Desastres e Prevenção de Danos, da Universidade de Tel Aviv, que lida com o tema da comunicação em situações de crise. Ele realizou uma busca pela origem de boatos em seu país e detectou 13 notícias ou rumores disseminando-se pelo *WhatsApp*, dos quais nove eram verdadeiros. Os demais tinham 30% de conteúdo falso.

“O *WhatsApp*, diz ele, é a rede ‘perfeita’ para começar a disseminação de notícias falsas porque é considerado muito mais confiável. Você recebe informações no *WhatsApp* de pessoas em que costuma confiar mais” (GRAGNANI, 2018, s/p). Segundo Simon, deve-se considerar que as notícias falsas utilizam elementos verdadeiros para enganar. Uma informação correta pode validar o resto, a partir dos valores e crenças do leitor. A visão de mundo da pessoa atribui credibilidade ao fato falso, o que é facilitado pela presença de um fato verdadeiro na *fake news*. O complemento falso acrescenta uma novidade que o usuário está pré-disposto a aceitar.

##### **5. Pós-verdade: a expansão do significado do prefixo “pós”**

Já a questão da pós-verdade entra como componente filosófico e cultural do problema. Pós-verdade, segundo o Dicionário Oxford, remeteria, numa tradução livre,

[...] a circunstâncias nas quais os fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal. “Nesta era da política pós-verdade, é fácil selecionar os dados e chegar a qualquer conclusão que você desejar”. “Alguns comentaristas observaram que estamos vivendo uma era pós-verdade” (DICIONÁRIO a, 2016, [s.p.]

O site do dicionário afirma que o conceito como o conhecemos passou a ser muito mencionado a partir do contexto do referendo sobre o Brexit e das eleições presidenciais de 2016 nos EUA. Assim, teria deixa-

do de ser um “termo periférico para ser um dos pilares dos comentários políticos”, tornando-se tema de livros importantes e ganhando espaço em manchetes da imprensa sem mais necessidades de esclarecimento (tradução livre, grifos nossos).

A palavra composta pós-verdade exemplifica uma expansão no significado do prefixo pós – que se tornou cada vez mais proeminente nos últimos anos. Em vez de simplesmente se referir ao tempo após uma situação ou evento especificado – como no pós-guerra (...) – o **prefixo na palavra “pós-verdade” tem um significado mais parecido com “pertencer a um tempo em que o conceito especificado se tornou sem importância ou irrelevante”**. (...). O termo parece ter sido usado pela primeira vez nesse sentido em um ensaio de 1992, do falecido dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich, na revista *The Nation*. Refletindo sobre o escândalo Irã-Contra e a Guerra do Golfo Pérsico, Tesich lamentou que “**nós, como povo livre, decidimos livremente que queremos viver em algum mundo pós-verdade**”. Há evidências de que a expressão “pós-verdade” estava sendo usada antes do artigo de Tesich, mas aparentemente com o significado transparente de “após a verdade ser conhecida”, e **não com a nova implicação de que a própria verdade se tornou irrelevante**. Um livro, *The post-truth era*, de Ralph Keyes, apareceu em 2004<sup>183</sup>, e em 2005 o comediante estadunidense Stephen Colbert popularizou uma palavra informal relacionada ao mesmo conceito: *truthiness*, definida por Oxford Dictionaries como “a qualidade de parecer ou ser sentido como verdade, mesmo que não seja necessariamente verdade”. O termo estendeu essa noção – que se restringia a um tipo específico de afirmações particulares – na direção de uma característica geral de nossa época (DICIONÁRIO b, 2016, [s.p]).

O articulista Carlos Castilho, do site de crítica da mídia Observatório da Imprensa, afirma que a nova expressão assemelha-se a um jeito impactante de atrair o público saturado de informação e vulnerável à alienação: “Mas o fato é que estamos diante de um fenômeno que já começou a mudar nossos comportamentos e valores em relação aos conceitos tradicionais de verdade, mentira, honestidade e desonestidade, credibilidade e dúvida (CASTILHO, 2016, [s.p]). Ele diz, citando a revista *The Economist*, que o mundo contemporâneo estaria “substituindo os fatos por indícios, percepções por convicções, distorções por vieses”.

---

<sup>183</sup> *A Era da Pós-verdade* (Editora Vozes, 2018).

Estamos saindo da dicotomia tradicional entre certo ou errado, bom ou mau, justo ou injusto, fatos ou versões, verdade ou mentira para ingressarmos numa era de avaliações fluidas, terminologias vagas ou juízos baseados mais em sensações do que em evidências. A verossimilhança ganhou mais peso que a comprovação. A pós-verdade, um termo já incorporado ao vocabulário da mídia mundial, é parte de um processo inédito provocado essencialmente pela avalanche de informações gerada pelas novas tecnologias de informação e comunicação (TICs). Com tanta informação ao nosso redor é inevitável que surjam dezenas e até centenas de versões sobre um mesmo fato. A consequência também inevitável foi a relativização dos conceitos e sentenças (CASTILHO, 2016, [s.p]).

Colocado o problema do objeto de estudo – a rede social *WhatsApp* –, em sua conexão com o fenômeno das *fake news* e com o conceito da pós-verdade, passemos ao estudo de caso da não resposta no grupo de discussões políticas que escolhemos para investigar. Como explicado no início, trata-se de um grupo de viés ideológico de esquerda. Um dos autores faz parte do grupo, compartilhando, em geral, das opiniões ali colocadas.

Vale então alertar para possíveis limitações dos resultados de uma pesquisa participativa. Importante, assim, convidar o leitor a refletir que tal grupo, bem como os autores deste trabalho, estão tão sujeitos quanto quaisquer outros grupos ou pessoas aos fenômenos descritos acima sobre as *fake news* e a pós-verdade. Estão todos também igualmente vulneráveis às ocorrências inerentes à linguagem apontadas pela AD nos conceitos que apresentamos no item 2.

## **6. A não resposta em um grupo *WhatsApp* de esquerda**

O grupo estudado, conforme dissemos no início do trabalho, é destinado à discussão política com viés de esquerda. Derivou de outro maior que também abrigava debates políticos, porém, com visões variadas, inclusive, de extrema direita. Devido aos confrontos e incomunicabilidade – dos quais também o nosso conceito de cegueira discursiva procura dar conta – foi criado o atual, que tem 160 integrantes. Esse número de membros resulta num número muito grande de postagens diárias.

No dia 29 de outubro de 2020, escolhido – sem nenhum motivo especial – para nossa investigação, foram 82 *posts*, feitos por 34 pessoas. Entre os destaques estavam as notícias da reaproximação de Lula com

Ciro Gomes, o debate sobre a necessidade de aliança das esquerdas para enfrentar o bolsonarismo, e o papel do ex-presidente em todo esse processo; e também uma discussão sobre vídeo de manifestação contra a obrigatoriedade da vacina anticovid, na qual, de forma tosca, personagens encenavam dois grupos, um representando a campanha de vacinação, e outro, a população.

Mas também foram discutidos o embate entre o ministro do Meio Ambiente Ricardo Salles e o presidente da Câmara dos Deputados Rodrigo Maia, no que foi conhecido como o “caso Nhonho”; o fato de Oscar Niemeyer, mesmo sendo socialista, ter arquitetado obras suntuosas, conversa que enveredou para a ética da imprensa, juízes, padres, policiais e especuladores imobiliários; e ainda o episódio em que o presidente Jair Bolsonaro ofendeu as pessoas LGBTs e o povo maranhense ao fazer chacota com o refrigerante local Jesus, de cor rosa.

A interação no grupo foi grande. As mensagens que tiveram respostas foram 11, contra 20 postagens que não resultaram em nenhuma reação. Este resultado contribui para a nossa tese de que é grande a não resposta em discussões políticas nos grupos do *app*. Porém, uma representatividade estatística importante só seria detectável numa amostragem maior, por exemplo, de um mês de postagens. Tal estudo deveria envolver também uma quantidade significativa de outros grupos. Essas duas condições não estão, por hora, ao nosso alcance.

Passamos agora a enumerar os resultados que contribuem com a reflexão sobre a não resposta como elemento da cegueira discursiva. As 11 postagens respondidas que mencionamos acima geraram 34 interações. Os 20 *posts* sem respostas distribuíram-se assim: *links* noticiosos sem acréscimo de comentário por parte de quem postou (5 postagens); convites sem pertinência à temática do grupo (2); foto de texto de autor famoso (1); informações úteis pertinentes à temática (4); *print* de tuíte (1); vídeos não autorais sem acréscimo de comentários (2); convite pertinente (1); reproduções de textos encaminhadas (2); *links* noticiosos com comentários (2).

As postagens restantes foram registradas segundo as seguintes categorias: respostas a postagens de dias anteriores (11), correções de erros de ortografia\digitação (2), mensagens apagadas (3), mensagem fática – a pessoa avisava que tinha problemas na internet (1). Vale mencionar, para reflexão que faremos à frente, que, independentemente do conteúdo, 7

mensagens foram postadas entre 22h e 24h; 5 entre 6h e 8h; 1 às 2h52, e 1 às 5h17.

## 7. Considerações finais

A expectativa de resposta na comunicação é baseada numa comparação com diálogos presenciais. Vale a reflexão sobre a que ponto procede almejá-la em conversas via aplicativos, que não deveriam substituir a interação convencional. Mas este não é nosso objetivo. Partindo do princípio de que o processo de comunicação se completa com a participação do emissor e do receptor, *este, por sua vez, com a resposta*, investigamos a falta dessa mesma resposta no *WhatsApp*.

Elegemos o tema da política e um determinado grupo de usuários do *app*. Antes, apresentamos brevemente o conceito de cegueira discursiva, com seus quatro elementos dos quais a não resposta é o segundo, remetendo, porém, para aprofundamento, a estudo anterior, de nossa autoria, devidamente referenciado. Fizemos essa apresentação da cegueira discursiva contextualizada no arcabouço teórico da Análise do Discurso e no momento midiático e político atual, marcado pelos fenômenos das *fake news* e da pós-verdade.

Descrevemos, então, as características do grupo estudado e criamos uma tipologia para as postagens. Nossa intenção com isso foi deduzir, de cada tipo, a reflexão necessária para testar a hipótese sobre a importância da não resposta nas discussões políticas realizadas por meio do mensageiro investigado.

Embora a comparação entre as postagens não respondidas (20) com as que geraram reação (11) corrobore com a nossa tese de que é significativa a não resposta, optamos por não considerar nosso estudo como definitivo. Conclusões nesse sentido demandam uma amostragem maior, de mais dias – lembramos que o estudo foi apenas com o conteúdo do dia 29 de outubro de 2020 – e envolvendo mais grupos.

Não obstante, é possível propor algumas reflexões. Percebemos que as postagens não autorais (reproduções e encaminhamentos) são as que geram menos reações. Os muitos links de notícias, vídeos, textos e outras reproduções foram as maiores contribuições para o total de não respostas.

Nesse sentido, porém, não se confirmou uma expectativa nossa de que, quando um conteúdo desse tipo é acompanhado de comentário por parte de quem postou, tem mais possibilidade de suscitar resposta. Dois links de notícias e um vídeo, devidamente comentados pelo usuário, não resultaram em qualquer reação – embora possivelmente numa amostragem maior essa hipótese pudesse ser verificada.

De um outro ponto de vista, foi possível constatar uma conexão da não resposta com o primeiro elemento da cegueira discursiva (o debate de reproduções), no sentido da esterilidade comunicativa de postagens não autorais, ou seja, não elaboradas pelas próprias pessoas que as enviam. No caso do debate de reproduções, a consequência é mais surpreendente e prejudicial à comunicabilidade: dá início a um ciclo vicioso de disputas nas quais os “debatedores” não têm qualquer protagonismo. No caso da não resposta, a comunicação simplesmente não acontece.

Já as manifestações de opinião pessoal foram as mais respondidas, ocasionando 34 interações, indicando, apesar da pequena amostra, boa probabilidade de acerto de nossa tese de que postagens autorais são as que mais suscitam reações dos interlocutores.

Outra ocorrência que pode incentivar a não resposta é a postagem de conteúdos não pertinentes à temática do grupo. Entre as não respondidas havia dois convites a eventos sem relação com política. Também reforçam essa tendência de saturação as mensagens apagadas e outras de relevância duvidosa como a de integrante que informou estar com internet precária e que os demais poderiam fazer contato por meio de outras redes sociais.

Nossa hipótese é de que as excessivas mensagens acabam por dificultar aos membros a percepção daquelas que são relevantes. Assim, os demais não as detectariam, no meio caudaloso de *posts*, e não reagiriam a elas. Mas essa é uma tese difícil de ser testada. Talvez pudesse sê-lo por meio de entrevistas qualitativas (por exemplo com a pergunta: “Você acha que a grande quantidade de postagens contribui para que não se consiga dar resposta a todas ou pelo menos às importantes?”). Esse procedimento, entretanto, não foi viável na presente investigação.

Entre mensagens que poderiam ter obtido respostas e que talvez não as tenham recebido devido ao grande número de postagens, destacamos um *print* de tuíte. Nele, um pastor famoso aconselhava comunicadores de importante TV, de linha atualmente crítica ao governo federal, a aprenderem seu trabalho com colegas emissoras que apoiam o presidente,

concluindo: “O jornalismo esquerdopata e comprado não tem compromisso com a verdade”.

O mesmo *print* apresentava resposta na qual um usuário aconselhava o pastor e outros religiosos a imitarem em seu ofício o papa Francisco e Leonardo Boff, entre outros líderes, arrematando: “O cristianismo direitista e vendido não tem compromisso com Deus”. Lembramos aqui a ressalva sobre pesquisa participativa, feita no início, no sentido de que um dos autores participa da visão política assumida pelo grupo.

Podemos acrescentar aqui também, na linha da reflexão feita no parágrafo anterior, duas postagens de orientação para candidaturas e população, apoiando medidas de saúde, educação e segurança relativa à pandemia do Covid-19, além de quatro outros *posts* com informações úteis e pertinentes ao grupo, mas que não ocasionaram qualquer reação.

Por fim, acrescentamos uma nota sobre as 14 mensagens postadas fora do período de 8h às 22h, entendido por nós como um parâmetro de normalidade de interação pública, de saúde psíquica e harmonia de vida. Embora admitamos que esses critérios possam ser bem pessoais, impressionou-nos os horários das postagens: 7 entre 22h e 24h; 5 entre 6h e 8h; 1 às 2h52, e 1 às 5h17. Referimo-nos à consideração de Bauman (2014) sobre o número de Dunbar: 150 seria a quantidade de “relacionamentos significativos” de que o *homo sapiens* seria a capaz.

Nossa hipótese nesse caso, é que o apelo das redes sociais com mecanismos subliminares para manter-nos conectados nos pressiona. E essa pressão força os limites das nossa capacidade cognitiva colocada pelo número de Dunbar (embora se possa questionar o antropólogo Robin Dunbar, que concebeu essa noção, e Zygmunt Bauman, que dela lançou mão, e ainda o que venham a ser “relacionamentos significativos”). A busca por atender à atenção exigida pelas redes levaria as pessoas a tensionarem sua capacidade de absorver relações sociais/virtuais, inclusive, utilizando o período destinado ao sono. O efeito dessa pressão seria prejudicial à saúde.

Nesse sentido, fizemos uma busca no *Google*. Observe-se que não foi na modalidade acadêmica da ferramenta, propositalmente, para colher uma amostra mais ampla e, portanto, captando mais as preocupações das pessoas comuns. Usamos a expressão-chave “ansiedade e saúde no uso de *WhatsApp*” e chegamos a “aproximadamente 8.520.000 resultados (0,36 segundos)”.

Além da gravidade e importância desse registro sobre a saúde em si, concluímos estas considerações relacionando-o com a não resposta. O estresse com o excesso de relações virtuais pode ser o motivo de não respostas, ou de respostas não refletidas (que são de certo modo não respostas). E pode fazer ainda com que integrantes saiam dos grupos em meio a tensões, deixando seus interlocutores sem resposta. Ambas essas possibilidades podem ser checadas em futuros estudos quantitativos e qualitativos.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Z. *Vigilância Líquida: Diálogos com David Lyon*. Trad. de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

BENITES, M. *O jornalismo e as Narrativas Midiáticas Independentes/Mídia Ninja: Discurso dos jornalistas diante dos desafios das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação*. Orientador: Sérgio Arruda de Moura. Dissertação (Mestrado em Cognição e Linguagem) – Programa de pós-graduação em Cognição e Linguagem da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, 2016. 156f.

Campos dos Goytacazes (RJ), 2017. Disponível em: [http://www.pgcl.uenf.br/arquivos/dissertacao-marcelloriellabenites\\_030920191335.pdf](http://www.pgcl.uenf.br/arquivos/dissertacao-marcelloriellabenites_030920191335.pdf). Último acesso: 27.07.2020.

BENITES, M.; PORTO, A. *Fake news, pós-verdade e cegueira discursiva no WhatsApp*. Live no Instagram @coletivo\_jornalista. 21/07/2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CC65biWKye3/>. Último acesso: 29.07.2020.

BENITES, M.; MOURA, S.; PORTO, A. *Cegueira discursiva, fake news e pós-verdade no WhatsApp: proposta de um conceito para a Análise do Discurso*. In: Encontro Virtual Da Associação Brasileira De Pesquisadores Em Cibercultura. 1. 2020. Disponível in: <http://abciber.org.br/simposios/index.php/virtualabciber/virtual2020/paper/view/1011/466>. Último acesso: 30.11.2020.

BRANDÃO, H. *Introdução à análise do discurso*. Campinas-SP: Unicamp, 2004.

CASTILHO, C. Apertem os cintos: estamos entrando na era da pós-verdade. *Observatório da Imprensa* (2016). Disponível em: <http://obser>



vatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/apertem-os-cintos-estamos-entrando-na-era-da-pos-verdade/. Último acesso: 10/11/2018.

DICIONÁRIO Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford University. *Post-truth*. Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>. Último acesso: 26/07/2020.

DICIONÁRIO Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford University. *Word of the Year 2016*. Acessível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>. Último acesso: 26/07/2020.

GRAGNANI, J. Pesquisa inédita identifica grupos de família como principal vetor de notícias falsas no WhatsApp. *BBC Brasil*, 20.04.2018. Disponível em: [bbc.com/portuguese/brasil-43797257](http://bbc.com/portuguese/brasil-43797257). Último acesso: 28/07/2020.

ORWELL, G. *Ninety-Eighty-Four*. New York: Signet Classics, 1977. In: Exame Nacional do Ensino Médio – Prova de Linguagens, Códigos e suas Tecnologias e Redação; Prova de Ciências Humanas e suas Tecnologias, 1918.

WENDLING, M. Como o termo 'fake news' virou arma nos dois lados da batalha política mundial. *BBC Brasil*, 27.01.2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-42779796>. Último acesso: 31/07/2020.