



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE LETRAS**

REBECA BRASIEL LISITA MENDONÇA

***NÃO CONFIE NA CHINA: UMA ANÁLISE SOCIOCOGNITIVA SOBRE A FORMA
DE DIVULGAÇÃO DAS DIFERENTES VACINAS CONTRA O CORONAVÍRUS
PELA MÍDIA BRASILEIRA***

**BRASÍLIA
2022**

REBECA BRASIEL LISITA MENDONÇA

**NÃO CONFIE NA CHINA: UMA ANÁLISE SOCIOCOGNITIVA SOBRE A FORMA
DE DIVULGAÇÃO DAS DIFERENTES VACINAS CONTRA O CORONAVÍRUS
PELA MÍDIA BRASILEIRA**

**Trabalho de conclusão de curso
apresentado como requisito para
obtenção do título de licenciada em Letras
Português pela Universidade de Brasília.
Orientador: Rodrigo Albuquerque Pereira**

**BRASÍLIA
2022**

Não confie na China: uma análise sociocognitiva sobre a forma de divulgação das diferentes vacinas contra o coronavírus pela mídia brasileira

Rebeca Brasiel Lisita Mendonça

“Antes de entender qualquer elocução concreta, é necessário perceber claramente ‘o que ela quer dizer’ e ‘qual jogo está sendo jogado’”, Ortega y Gasser (1959)

Resumo

Neste trabalho, almejou-se analisar 7 manchetes veiculadas na conta de Twitter dos jornais brasileiros Estadão e Folha de S. Paulo acerca das vacinas contra o coronavírus, incluindo reflexões metapragmáticas sobre a escolha dos termos, da estrutura morfossintática e de semioses não-verbais que as acompanham, a fim de compreender nelas projeções ideológicas que regem a interação e emergem a partir de um estudo linguístico-discursivo. Outrossim, desejou-se analisar as possíveis consequências da publicação desses textos na percepção do público sobre certos imunizantes, a partir de uma noção interativa de enquadre, levando-se em consideração o contexto sociopolítico brasileiro. Esta pesquisa se utiliza de metodologia qualitativa, analítica, descritiva, inerentemente subjetiva e contextualmente situada na materialidade histórica e sob a luz de perspectivas da comunicação social, da sociologia, da sociolinguística interacional, da linguística sócio-cognitiva e dos estudos críticos da linguagem. Então, emergiram-se e destacaram-se as seguintes categorias ao longo da geração de dados: 1) estratégias de **adjetivação** e de **escolha do léxico** em todas as manchetes; 2) **alterações na construção morfossintática**, em especial na ordem e na ocupação da posição de sujeito; 3) a **legitimação/deslegitimação** mais aparente nas manchetes com verbo dicendi; e 4) **dissimulação por metonímia**, acentuada em 6 das 7 manchetes. Ao final da análise das 7 manchetes elegidas para esta pesquisa, considerando-se as estratégias de modalização supracitadas, percebeu-se que a mensagem dada pelos enquadres direcionados pela redação desses textos é: *não confie na China*.

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 5 |
| 2. PERCURSOS DE PESQUISA: UM ENQUADRE IDEOLOGICAMENTE QUALITATIVO..... | 6 |
| 3. INTERAÇÃO MEDIADA ON-LINE: IDEOLOGIAS LINGUÍSTICAS EM NEGOCIAÇÃO..... | 8 |
| 4. MECANISMOS IDEOLÓGICOS EM CURSO: AS MANCHETES SOB PERSPECTIVA..... | 18 |
| 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 29 |
| REFERÊNCIAS..... | 30 |

1. INTRODUÇÃO

Em tempos de negacionismo e crise sociopolítica no Brasil, agravados pela crise sanitária da pandemia de coronavírus — decretada em 11 de março de 2020 pela OMS¹ e causa registrada da morte de 678.486 pessoas² no Brasil até o dia de encerramento desta pesquisa —, dar visibilidade aos aspectos linguístico-discursivos de publicações da mídia nacional sobre assuntos de interesse público é mais do que necessário para se compreenderem a relação entre a “gestão midiática da realidade” (MORAES, 2017, p. 18), os mecanismos de projeção ideológica e a opinião pública.

Nesse contexto, também é fundamental reforçar a tomada de consciência como uma forma de mitigar a catástrofe que esses discursos causam ao povo no âmbito sociocultural. Algumas consequências possíveis desses discursos, como a queda da adesão à vacinação, o fenômeno dos “*sommeliers* de vacina” e o crescimento do movimento antivacina — e, logo, a sobrecarga do Sistema Único de Saúde (SUS) —, foram e ainda são fatais para milhares de pessoas.

Dessa maneira, nota-se o poder dos discursos no âmbito social e a urgência em desvelar construções, inscritas no âmbito morfossintático, semiótico e ideológico, que envolvem essas publicações e seus processos interacionais de enquadre, especialmente no Twitter, uma rede social que se mostrou relevante na formação da opinião pública (BARBERIA et al., 2021). Aliás, considerando-se o conceito de interação mediada online (THOMPSON, 2018), ressalto que o Twitter permite respostas diretas dos usuários às publicações dos jornais e de outros usuários, transformando o *status* anterior do “meio de transmissão em massa”, de um para muitos, em um ambiente de interação inflamável, de muitos para muitos. Essas interações — muitas vezes fomentadas pelas estratégias linguístico-discursivas das manchetes — podem resultar tanto nas consequências mencionadas anteriormente quanto em fomentação de intolerância, de crimes cibernéticos e de *fake news*, levando-se em conta o momento de polarização político-ideológica mundial.

¹ Organização Mundial de Saúde declara pandemia do novo Coronavírus. Disponível em: <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>. Acesso em 31 jul. 2022.

² Síntese de casos, óbitos, incidência e mortalidade por Coronavírus no Brasil. Governo do Brasil. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br>. Acesso em 31 jul. 2022.

Por isso, neste trabalho almejo analisar de forma comparativa algumas manchetes veiculadas nos perfis oficiais de Twitter do Estadão e da Folha de S. Paulo, jornais brasileiros, acerca das vacinas contra o coronavírus, incluindo reflexões metapragmáticas sobre a escolha dos termos, da estrutura morfossintática e de semioses não-verbais que as acompanham, a fim de compreender nelas projeções ideológicas que regem a interação e emergem a partir de um estudo linguístico-discursivo. Outrossim, desejo analisar as possíveis consequências da publicação desses textos na percepção do público sobre certos imunizantes, a partir de uma noção interativa de enquadre, levando-se em consideração o contexto sociopolítico brasileiro.

2. PERCURSOS DE PESQUISA: UM ENQUADRE IDEOLOGICAMENTE QUALITATIVO

A partir do objetivo explicitado na seção anterior, esta pesquisa começou quando observei o surgimento de duas manchetes do Estadão sobre a segurança de duas vacinas contra o coronavírus, em minha página inicial do Twitter no ano de 2020, organicamente. A forma díspar com a qual o mesmo fato foi tratado em relação a cada vacina me chamou a atenção imediatamente, gerando o seguinte questionamento: “será que isso acontece muitas vezes?” Com maior observação, veio a percepção de um padrão interessante no tratamento das vacinas de coronavírus (e suas respectivas fabricantes) nas manchetes de grandes jornais brasileiros, no decorrer da pandemia: em relação ao desenvolvimento de uma vacina pela Sinovac, em parceria com o Instituto Butantan, o adjetivo “chinesa” aparecia constantemente, mais vezes do que o nome da fabricante; porém, quando o desenvolvimento era realizado por outros — como a Universidade de Oxford, em parceria com o laboratório AstraZeneca, por exemplo, ou a Pfizer — o produto não era acompanhado de adjetivo pátrio algum, e o nome da fabricante ficava em evidência.

Assim, notei um grande desequilíbrio de caracterização entre “vacina de Oxford”, “vacina da Pfizer” e “vacina chinesa”, fenômeno que perpassa a morfossintaxe, a semântica e a pragmática. Afinal, por seus motivos, esses jornais elegeram uma característica específica em detrimento de outra para qualificar diferentes vacinas, e os leitores se veem situados em construções ideológicas cognitivamente entranhadas sobre essas mesmas vacinas a partir disso.

Com essas indagações, foi iniciada a geração dos dados mais relevantes, ou seja, das manchetes que entregassem pistas consistentes de posicionamento (favorável ou não) sobre as vacinas. Nesse processo, ignorou-se qualquer jornal abertamente panfletário, uma vez que interessou mais a este trabalho o posicionamento velado de veículos que se consideram mais neutros — ou seja, os maiores jornais do país. Inicialmente, o levantamento foi feito por meio de busca simples no mecanismo de pesquisa Google e no Twitter sobre os termos “vacina chinesa”, “Coronovac”, “Pfizer” e “vacina”, ao longo dos anos 2020 e 2021. Porém, após atingir um volume maior de textos selecionados (27, para ser exata), emergiram divergências mais evidentes no tratamento de diferentes vacinas — especialmente entre a vacina CoronaVac e a vacina AstraZeneca — nos títulos do Estadão e da Folha de S. Paulo, especificamente. Foi decidido também focalizar apenas as manchetes veiculadas no Twitter, para melhor direcionamento e aprofundamento analítico.

Então, reservaram-se os dados e partiu-se para a pesquisa teórica, sob a luz de perspectivas da comunicação social, da sociologia, da sociolinguística interacional, da linguística sócio-cognitiva e dos estudos críticos da linguagem, a fim de ampliar a compreensão dos mecanismos que envolvem a leitura e a produção de textos, considerando-se as condições de circulação desses textos no contexto de rede social — processo que, posteriormente, mostrou ser mais complexo do que esses termos conseguiriam colocar.

Enfim, com a teoria em mãos, afinou-se a seleção prévia das manchetes, elegendo as que pudessem ser comparadas entre os veículos escolhidos e pelas perspectivas teóricas definidas, a fim de demonstrar um contraste que ilustrasse o posicionamento ideológico em cada uma. Nessa etapa, observou-se que as manchetes do segundo semestre de 2020, mais especificamente, ao dia 20 de julho, tinham a mesma temática — a publicação de artigos científicos que atestavam a segurança e a produção de resposta imune da vacina “de Oxford” e da vacina “chinesa” — e, por isso, mostraram-se como as mais adequadas para o objetivo da análise em questão. Além do mais, foram excluídas da análise as manchetes que não tivessem posicionamentos tão evidentes no texto.

Considerando-se o eixo temático, os veículos jornalísticos e o intervalo de tempo definidos, com a finalidade de selecionar qualquer dado relevante que pudesse ter sido ignorado ao longo do caminho, realizou-se uma nova busca, com a ferramenta

de pesquisa avançada da própria plataforma do Twitter, por postagens que tivessem um (ou mais) dos termos a seguir: “Butantan”; “Coronovac”; “Sinovac”; “Pfizer”; “Oxford”; “americana”; “chinesa”; “inglesa”; “vacina”. Os textos encontrados foram alinhados aos previamente elegidos e, juntos, formam o *corpus* definido para análise qualitativa neste trabalho: 7 manchetes, que serão analisadas sob os mecanismos de modalização e adjetivação, da escolha lexical à construção sintática, baseados nos conceitos de contraste (“nós” e “eles”), modelos mentais, *scripts* e atitudes sociais, de Van Dijk (1993), e nos operadores de ideologia de Thompson (2011 [1990]), em especial, a dissimulação por metonímia e legitimação/deslegitimação. Porém, antes de chegar à análise propriamente dita, cabe discutir as teorias que respaldam o trabalho, na seção teórica a seguir.

Por fim, ressalta-se que a neutralidade político-ideológica não é almejada neste trabalho, por não ser uma expectativa coerente em um trabalho que bebe das fontes metapragmáticas, as quais se ancoram aos estudos críticos do discurso e aos estudos sociointeracionais. Afinal, considero que não existe verdade absoluta ou enunciado sem contexto, assim como não considero haver possibilidade de desvencilhar uma pesquisa da visão sócio-histórica de mundo de sua autora. Dessa maneira, naturalmente, a metodologia deste estudo é qualitativa, analítica, descritiva, inerentemente subjetiva e contextualmente situada na materialidade histórica (PESCE; ABREU, 2013, p. 26).

3. INTERAÇÃO MEDIADA ON-LINE: IDEOLOGIAS LINGUÍSTICAS EM NEGOCIAÇÃO

“Sempre que nos comunicamos, não apenas nos comunicamos em nossa comunicação, mas também sobre nossa comunicação”
(BLOMMAERT, 2014, p.70)

Em 2022, há estudos acadêmicos relevantes e relativamente recentes que demonstram relações entre ideologia, poder e discurso no âmbito sociocultural (VAN DIJK, 1993; BLOMMAERT, 2014; BARRETO/GUIMARÃES, 2020), especialmente enfocadas nos discursos que já detêm mais credibilidade perante a sociedade — credibilidade essa, geralmente, construída por relações políticas e econômicas seculares, e retroalimentada no capitalismo.

É o que acontece com a *grande mídia* jornalística brasileira, que já foi igualmente apoiadora e crítica ferrenha a diferentes regimes ao longo da história, a partir dos interesses político-econômicos próprios de seu alto escalão, e que, até na atualidade, causa interferências conscientes na opinião pública de forma *não tão velada assim*. Moraes (2017) afirma que a mídia “se vale de seu raio de alcance massivo, de mecanismos de seleção de conteúdos e da capacidade persuasiva para interferir na compreensão da realidade pela opinião pública” (p. 18), ao expor a função dos meios empresariais midiáticos na batalha ideológica em que vive a América Latina. Ilustrativamente, tal interferência ocorreu nas eleições de 2014, caso dissecado por Sallorenzo Freitas (2018), e no caso das vacinas contra o coronavírus, como este artigo pretende desvelar.

Então, já se parte do pressuposto de que a mídia *não tende* e nem pretende tender à imparcialidade, o que se manifesta no nível do discurso nas notícias jornalísticas. Elas não são isentas de opiniões, que são baseadas nos interesses do alto escalão dos veículos de imprensa — a elite, o grupo dominante. Sobre isso, Van Dijk aponta:

Se é do interesse do grupo dominante que os membros dos grupos minoritários tenham menos acesso a recursos sociais valorizados, então as atitudes controladas por essa ideologia autocentrada devem **ênfatizar aquelas opiniões específicas que são compatíveis ou mesmo que contribuam com a realização desse objetivo**. (VAN DIJK, 1993, p. 29) (grifo meu)

Isso significa que, conscientemente, os interesses dominantes são depositados nas entrelinhas das matérias jornalísticas (e, por que não dizer, também nas próprias linhas), com objetivos a serem cumpridos. Esses objetivos podem ser a manipulação da opinião pública sobre uma corrida eleitoral, cuja candidata vencedora não agradava a elite das mídias — como o caso supracitado sobre as eleições de 2014, entre Dilma Rousseff e Aécio Neves (FREITAS, 2018) —, o reforço de um estereótipo negativo sobre um grupo social, ou mesmo a deslegitimação (velada ou não) de discursos, pesquisas ou produtos de um “concorrente ideológico” — que é o caso das vacinas contra o coronavírus. Afinal, é necessário para o grupo dominante que certas narrativas negativas (mesmo xenofóbicas) se mantenham sobre os chineses, a fim de manter a diferença entre “nós” e “eles” e, com isso, a ilusão de um inimigo em comum à *la* Guerra Fria. Mas como isso se dá?

De acordo com Van Dijk (1993), “toda percepção social e ação e, portanto, também a produção e interpretação do discurso, são baseadas em representações mentais de episódios particulares (p.24)”, gerando **modelos** subjetivos que representam opiniões de sujeitos sobre episódios. Quando lemos uma notícia de jornal, esses modelos são recordados, e podem ser atualizados ou substituídos por novos modelos, ou seja: as opiniões sobre episódios parecidos podem ser reforçadas ou alteradas. Além dos modelos, sujeitos que pertencem ao mesmo grupo social compartilham **scripts**, inferências sobre o mundo a partir de modelos “repetidamente compartilhados”, intimamente ligados às **atitudes sociais**, que podem ter base nas **estruturas ideológicas**. Inclusive, o autor define ideologia ressaltando a construção de atitudes e modelos antes de sua manifestação na ação e no discurso:

[...] ideologias são cognições sociais mais ou menos permanentes, enraizadas e fundamentais de um grupo. Sua relação com o discurso e o uso da linguagem é indireta. De acordo com a nossa teoria da ideologia, elas operam através de atitudes e modelos antes de se manifestarem na ação ou no discurso. (VAN DIJK, 1993, p. 25)

Dessa maneira, a grande mídia pode usar de seu poder linguístico-discursivo para reforçar modelos que estejam corroborando com opiniões sociais negativas sobre eventos, ideias e grupos sociais — inclusive incitando, indiretamente, atitudes racistas, machistas, xenofóbicas e negacionistas sem se comprometer por isso, por não o fazer de forma “explícita”. Nas palavras do autor, “modelos étnicos confiáveis devem indicar claramente a diferença entre “nós” (positivo) e “eles” (negativo), **apresentando atores prototípicos e episódios estereotipados em cenários familiares.**” (grifo meu) (VAN DIJK, 1993, p. 31).

Assim, se a ideia hegemônica é de que os estadunidenses e os ingleses (representantes de “nós”, “ocidentais”) produzem materiais de alta qualidade e são confiáveis, enquanto chineses (representantes de “eles”, “orientais”) produzem coisas de má qualidade e não são confiáveis, a produção de discursos que fomentem esse script serve para enfatizar esses modelos contrastantes, de forma que “confirmem” preconceitos e agudizem ações sociais contra esse grupo. No âmbito do discurso verbal, não por acaso, palavras de cunho negativo, em especial adjetivos, passam a ser empregadas para caracterizar “eles”, enquanto as de cunho positivo são utilizadas para “nós”. Essa manipulação funciona nos mais diversos níveis do discurso, desde a escolha de estilos e itens lexicais e de construções morfossintáticas até a retórica,

com uma sintonia de mecanismos linguístico-ideológicos — alguns dos quais devemos explicitar neste artigo.

Inclusive, a popularização de termos como “vachina” e “vírus chinês” ilustra a emergência de uma metapragmática xenofóbica reforçada cada vez mais por esses mecanismos linguístico-discursivos, que muitas vezes resulta em episódios de violência direcionada a pessoas de fenótipo leste-asiático³. Além do mais, é justamente a consciência de que os nomes das doenças infecciosas podem gerar prejuízos socioculturais, por meio da associação negativa, que a OMS recomenda desde 2015 que não se relacione enfermidades a localizações geográficas, “referências culturais”, nomes de pessoas e de espécies de animais, e a termos que causem pânico (como “fatal”).

O trabalho de Barreto e Guimarães (2020) traz um retrato das consequências da perpetuação do “nós” versus “eles” no contexto da pandemia: o volume de *fake news* na área da saúde aumentou muito nesse período, e não faltaram afirmações falsas sobre os chineses, inclusive por parte de autoridades de governo, citadas no Boletim 31 de Políticas Públicas & Sociedade, lançado em 22 de maio de 2021 pela Rede de Pesquisa Solidária. Isso, além de posicionamentos polêmicos do presidente Jair Bolsonaro e sua família sobre o vírus e as vacinas, especialmente as chinesas, e sobre a própria China — opiniões que levaram a uma crise diplomática⁴ — dialoga com o alinhamento ideológico de algumas manchetes de jornais brasileiros que serão analisadas neste artigo.

³ População de origem asiática é vítima de violência e preconceito na pandemia. Jornal da USP, 27 de maio de 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/populacao-de-origem-asiatica-e-vitima-de-violencia-e-preconceito-na-pandemia/>. Acesso em 31 jul. 2022.

Pandemia e estigma: nota sobre as expressões “vírus chinês” e “vírus de Wuhan”. Museu da Imigração, 11 de setembro de 2020. Disponível em: <https://www.museudaimigracao.org.br/blog/migracoes-em-debate/pandemia-e-estigma-nota-sobre-as-expressoes-virus-chines-e-virus-de-wuhan>. Acesso em 31 jul. 2022.

⁴ Fala de Bolsonaro sobre China causa polêmica em reunião da CRE com chanceler. Agência Senado, 6 de maio de 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/05/06/fala-de-bolsonaro-sobre-china-causa-polemica-em-reuniao-da-cre-com-chanceler>. Acesso em 31 jul. 2022.

Bolsonaro faz associação absurda e falsa entre Aids e vacina de Covid, dizem especialistas. Folha de S. Paulo, 24 de outubro de 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2021/10/bolsonaro-faz-associacao-absurda-e-falsa-entre-aids-e-vacina-de-covid-dizem-especialistas.shtml>. Acesso em 31 jul. 2022.

Em consonância com a percepção do trabalho e com a análise de Barreto e Guimarães (2020), o Boletim 31 analisou a relação entre 75 discursos oficiais em que o presidente menciona qualquer assunto relativo à Covid-19 (disponíveis no site do Palácio do Planalto) e conteúdos coletados no Twitter no mesmo período — março de 2020 e março de 2021 —, tendo um resultado esperado: “o crescimento no volume de atividades no Twitter sobre Coronavac teve como principal objetivo o ataque à vacina”. Inclusive, o Boletim colocou que muitas postagens de apoiadores do presidente com grande número de seguidores viralizaram na rede, gerando bastante interação entre usuários, e demonstrou que as intenções de vacinação da população oscilaram em sintonia com o movimento das redes sociais e das declarações oficiais do presidente. Não por acaso, as manchetes do *corpus* mais claramente contrárias à “vacina chinesa” foram encontradas no mesmo intervalo de tempo.

Sobre as manchetes, é preciso apontar que nem sempre seguem as diretrizes do próprio manual de redação do jornal que a publica, como coloca Sallorenzo (2018). Porém, ao contrário do que muitos podem pensar, manchetes não são definidas por “estagiários desavisados”, inocentemente, mas por jornalistas experientes, com alto nível de consciência metapragmática — sobre a escolha de termos, ordem morfossintática e enfoque, por exemplo. Aliás, esse é um exemplo de deslegitimação da manchete, por meio de uma metapragmática que pressupõe o seguinte: 1) só alguém que não sabe bem o que faz poderia ter feito esse trabalho; 2) quem não sabe bem o que faz na redação é, geralmente, um estagiário; e 3) um jornalista não escreveria isso, pois ele sim entende do trabalho. Porém, nas palavras de Sallorenzo (2018):

Comparada com a máxima do futebol de que o pênalti é tão importante que deveria ser batido pelo presidente do clube, **manchete é pênalti batido por jornalistas da alta hierarquia do jornal**. Na Folha de S. Paulo, por exemplo, as manchetes de primeira página são atribuição do Secretário de Redação, cargo inferior apenas ao de Diretor de Redação. (FREITAS, 2018, p.29)

Enfim, é justamente desse diálogo de diferentes âmbitos que emerge o conceito de *gestão midiática da realidade*, termo cunhado por Moraes (2017):

Por mais que haja escolhas, respostas e reações diferenciadas aos conteúdos recebidos pela audiência, sabemos que **são os meios massivos que, na essência, definem os enfoques editoriais**, quais são os atores sociais que merecem ser incluídos ou marginalizados em seus noticiários e programações, e quais as agendas e pautas que devem ser destacadas ou ignoradas no que poderíamos chamar de **gestão midiática da realidade**. (MORAES, 2017, p.18)

Na atualidade, as grandes representantes da mídia já estão bem estabelecidas nas redes sociais, sendo peças-chave no quebra-cabeças do poder de influência em massa. Acerca disso, Thompson (2018) afirma:

Essas organizações e os indivíduos que possuem, gerenciam e trabalham para elas têm seus próprios interesses, prioridades e preocupações. Elas fornecem as bases institucionais para o acúmulo intensivo de recursos — econômicos, simbólicos e informacionais — e para o **exercício do poder, incluindo o de controlar o acesso aos canais e redes de comunicação**, na forma de jornalistas e editores que decidem quais fatos aparecerão nos noticiários ou por meio dos termos e condições aos quais os indivíduos devem aderir ao ingressar em uma rede ou postar uma mensagem on-line. (grifo meu) (THOMPSON, 2018, p. 24)

Porém, um detalhe: um estudo do Center for Countering Digital Hate (CCDH) relatou que apenas 3 dos 12 ativistas antivacinas foram removidos de pelo menos uma plataforma de redes sociais (entre Facebook, YouTube, Twitter e Instagram), mas *nenhum* foi banido de todas. Inclusive, informações falsas ou equivocadas sobre a CoronaVac foram reforçadas em perfis oficiais de figuras políticas importantes no Brasil, como o presidente, conforme dito anteriormente, e esses perfis seguem ativos no Twitter. Portanto, cabe refletir a quem servem os termos e condições das redes sociais em momentos de crise, já que notamos que “essas plataformas ampliam o alcance das mensagens e mascaram a desinformação e as notícias falsas, que passam a ser associadas à autoridade e ao prestígio dos cargos ocupados por seus interlocutores.” (Boletim 31, p. 19).

Além do mais, enfatizo que, para além de destacar ou ignorar pautas, a mídia destaca *negativamente* ou ignora *positivamente* essas pautas, enquanto os donos das redes sociais decidem “deixar o circo pegar fogo”, a depender dos interesses da elite. Assim, os detentores dos meios midiáticos (re)direcionam o olhar dos interactantes, inserindo uma espécie de “óculos” linguístico-discursivo, o que gera enquadres — ou, em inglês, *frames*.

Considerando-se que *frame* é um termo polissêmico nos estudos linguísticos, entendido por perspectivas diferentes, é importante estabelecer neste trabalho a perspectiva adotada para análise: trata-se da de Tannen/Wallat ([1987] 2002), que afirmam que “a noção interativa de enquadre se refere à definição do que está acontecendo em uma interação, sem a qual nenhuma elocução (ou movimento ou gesto) poderia ser interpretado” (p.123). Dividimos o conceito de enquadre entre duas categorias: os enquadres de interpretação, efetuados no tempo da interação, que chamaremos simplesmente de *enquadre*, e os de conhecimento, construídos ao longo

da vivência dos interactantes, que chamaremos de *esquema*, em consonância com as autoras. Ambas as categorias são dinâmicas, dialéticas e constantemente transformadas de acordo com as vivências dos interactantes no ambiente sócio-cultural.

Em suma, isso significa que nós, seres humanos, enquadramos (ou seja, interpretamos) dadas situações não apenas a partir da elocução verbal no contexto da interação, mas também pelo esquema: a expectativa dos interactantes acerca das situações e coisas no mundo, inclusive eles próprios. Assim, os discursos e as coisas no mundo só podem ter significado se forem acionados conhecimentos prévios relacionados a eles; nas palavras das autoras, “a única maneira de alguém compreender qualquer discurso é **através do preenchimento de informações não proferidas**, decorrente do conhecimento de experiências anteriores no mundo” (TANNEN/WALLAT ([1987] 2002, p. 124). É essa relação entre enquadre e esquema que explica como leitores diferentes interpretam de formas diferentes uma mesma manchete de jornal, uma vez que o enquadre depende do esquema de cada leitor sobre o mesmo assunto, a partir do qual informações não proferidas são preenchidas automaticamente — isso sem levar em consideração o nível de consciência metapragmática do(s) autor(es) da manchete em questão, que pode garantir leques mais abertos ou menos abertos de interpretação, a depender dos objetivos do veículo midiático. Além do mais, ainda que indiretamente, é importante ressaltar que há interação entre autores e leitores de jornais, a partir da qual emergem os enquadres. Acerca disso, enfatiza Thompson (2018):

[...] o **nosso envolvimento com a mídia, como os jornais e a TV, é uma forma de interação**: quando se assiste à televisão ou se lê um jornal ou livro, **não se está apenas recebendo ou consumindo um produto de mídia**, mas penetra-se em um tipo distinto de interação social com outras pessoas que estão distantes no espaço e talvez também no tempo. (THOMPSON, 2018, p. 20)

Então, o preenchimento de informações para identificar enquadres ocorre também por meio da percepção de *pistas de contextualização*, “traços estruturais verbais (os modos de dizer), paraverbais (como a entonação), e mesmo proxêmicos (como a gestualidade, ou o modo de olhar [...])” (SIGNORINI, 2018, p. 135). Essas pistas marcam a expressão em quatro instâncias — linguística, discursiva, política e ideológica — e adquirem sentido a depender do contexto, seja numa interação face a face, seja numa interação mediada, cada qual com características específicas de cada espaço-tempo — no nosso caso, um espaço-tempo intrinsecamente ligado à internet.

Por essa razão, as ideias de Thompson (2018) sobre interação mediada online são pertinentes à análise de manchetes de jornal veiculadas no Twitter, uma rede de tão intensa e rápida interação. Para Thompson (2018), a interação mediada online ocorre num ambiente de extensão espacial e temporal das relações sociais e é orientada de muitos para muitos — diferentemente da face a face (um para um, pessoal), da interação mediada (um para um, como uma conversa telefônica) e da quase-interação mediada (um para muitos, como um programa de jornal na televisão, e como costumava ser um jornal antes da era das redes sociais). Essas categorias são assim definidas para fins didáticos, porém, percebemos que elas pertencem a um *continuum*. Afinal, mesmo em um ambiente online de uma rede social, um jornal renomado ainda carrega sua proximidade com a quase-interação mediada, por autoridade e alcance (até por serem perfis verificados como oficiais nas redes) e, ao mesmo tempo, o mesmo jornal tem o poder de moldar a percepção da realidade social atenuado justamente pelo volume de interação nas mesmas redes — ou até fora delas. Nesse ponto, vale citar Thompson (2018) novamente:

No caso das grandes organizações de mídia, **o fluxo de informações entre produtores e receptores é**, em grande parte, **unilateral**, como a noção de quase-interação mediada sugere, embora as oportunidades para que os destinatários penetrem nas organizações de mídia mainstream sejam agora maiores do que no passado, graças ao fato de que agora muitas dessas organizações têm presença on-line. (THOMPSON, 2018, p. 33)

Por outro lado, notamos que essas oportunidades hoje em dia são tão aproveitadas pelos “destinatários” que a proximidade com a quase-interação mediada das grandes organizações midiáticas parece estar cada vez menor. Assim, se o palco da quase-interação mediada pudesse se passar por um palco de ópera, o palco da interação mediada online de hoje se passaria por uma roda de sarau — mas muitíssimo amplificada no alcance de participantes. Em ambos os cenários, as grandes organizações de mídia estão em foco no palco, por deterem mais poder no nosso contexto sociocultural que os “espectadores” (tanto os que cantam junto quanto os que “jogam tomates”). Ironicamente, a dualidade *autoridade vs questionamentos de autoridade* das notícias veiculadas por esses meios da grande mídia é usada hoje como munição de *fake news*, o que é certamente perigoso na era da pós-verdade. Porém, esse não é o foco deste trabalho.

Na interação mediada online, houve um processo de ressemiotização em relação a outras formas de interação (face a face, mediada e quase-interação mediada, como dito antes). Assim, os interactantes apostam em diferentes maneiras de demonstrar seus posicionamentos e de captar as pistas contextuais para realizar enquadramentos: através de imagens e de *emojis*, semioses não-verbais, e uso deliberado da pontuação e da caixa alta nos textos verbais, por exemplo. Portanto, nesse contexto, o ato de postar uma notícia em uma rede social já implica diálogo, apesar de ser um ponto não contemplado nesse trabalho.

Como o olhar desta pesquisa é direcionado às manchetes veiculadas no Twitter por parte da grande mídia, é necessário ater-se a suas particularidades. Uma delas consiste em que apenas as manchetes mais “descontraídas” costumam levar *emojis*, sendo a maioria acompanhada de alguma fotografia ilustrativa, que também tem sua função no direcionamento do enquadre. Outra questão é que as manchetes, tanto tradicionais “manchas gráficas” quanto postadas no Twitter, não seguram qualquer pontuação, diante da formalidade do gênero; porém, seus autores aproveitam bem as que são “permitidas”, especialmente aspas, considerando-se o leque de possibilidades de uso desse sinal gráfico no texto, para além da citação direta, garantida também no manual de redação. Vê-se como exemplo o Manual do Estadão, que possibilita o emprego das aspas para “**ressaltar** o valor de uma palavra ou expressão ou para indicar o seu uso fora do contexto habitual (p.46)”⁵ — e, sobre isso, reitero o que foi dito anteriormente sobre o poder da mídia de destacar positiva ou negativamente um mesmo evento, à vontade, muitas vezes de forma tão sutil que apenas uma leitura corriqueira não captaria.

Para que isso ocorra, não faltam estratégias linguísticas de manipulação da compreensão de realidade. Como colocado anteriormente, são mecanismos de ordem cognitiva, linguística e social, simultaneamente, e operam em todos os níveis da formação de um discurso. Entre esses operadores ideológicos modalizadores, foram elegidas para ilustrar a análise as seguintes categorias, baseadas nas de Van Dijk (1993): a escolha do léxico, em especial a adjetivação, demonstrada pela decisão de uso adjetivo pátrio apenas para a CoronaVac, por exemplo, o que reforça o estereótipo

⁵ No Manual do Estadão: “Nunca deixe de pôr entre aspas as palavras e expressões contundentes, redundantes ou óbvias que, pela estrutura da frase, possam ser atribuídas pelo leitor ao jornal, quando na verdade são do entrevistado: O time entrará em campo amanhã, “a menos que seja novamente burlado em seus direitos”, advertiu o presidente.” (p.86)

dos chineses como ruins; e as alterações na construção morfossintática, inclusive de agentividade e de ordem dos termos, como ocorre na topicalização, na nominalização e na passivização, a fim de dar ou retirar foco e força desses termos. Ao lado delas, também serão mostrados, nos dados, exemplos de legitimação/deslegitimação (relacionadas aos responsáveis pelo que foi dito) e dissimulação (por meio de metonímias, de forma geral, empregadas para substituir a parte pelo todo e vice-versa), operadores empregados por Thompson (2018).

Sobre metonímias, aliás, é interessante pontuar como o fenômeno "parte pelo todo" é relacionável ao conceito de estereótipo, aqui posto como scripts (Van Dijk, 1993) ou esquemas (Tannen/Wallat, [1987] 2002)⁶ constantemente reforçados pela ideologia hegemônica, sutilmente ou não, principalmente acerca de grupos étnicos, sociais e religiosos. Em um dos tipos de metonímias, uma parte do todo — uma parte do corpo humano ou um indivíduo, por exemplo — passa a ser representada por um todo — uma pessoa inteira ou um grupo de pessoas — e vice-versa. É o que ocorre no "Poema de Sete Faces", de Drummond, clássico exemplo da figura de linguagem, no verso "O bonde passa cheio de pernas"; e o que também ocorre na manchete "No mesmo dia de Oxford, China também anuncia que vacina em desenvolvimento no país é segura e induziu resposta imune" (G1, 2020). Afinal, as pernas do poema não são apenas pernas sem corpo, mas a palavra "pernas" (parte) representando as pessoas que as possuem (todo), assim como a manchete não trata de um país inteiro (todo), mas de uma pessoa (parte) com autoridade nesse país. Por sua vez, os estereótipos são formados a partir da repetição discursiva de uma característica atribuída a um grupo social, que faz com que pessoas desse grupo passem a ser identificados com essa característica, ainda que não a tenham. Isso fortalece discursos preconceituosos e acentua o fenômeno "nós" contra "eles".

Todos esses mecanismos — mas não apenas eles — são formas de imprimir ideologias no discurso e são capazes de alterar sutilmente a percepção pública e os modelos mentais dos interactantes, "a interface cognitiva crucial entre as dimensões pessoal e social do discurso" (VAN DIJK, 1993, p. 24), além de gerar e reforçar estereótipos sobre grupos sociais, direcionando enquadres.

⁶ Nota-se que as noções de script e de modelos mentais de Van Dijk dialogam bastante com os conceitos de esquema e de enquadre de Tannen/Wallat, respectivamente. Assim, usamos como sinônimos (imperfeitos).

Dessa maneira, enfim, por meio de estratégias e impressões ideológicas no discurso, cria-se uma espécie de jogo de holofotes. Neste trabalho, modestamente, espera-se esclarecer um pouco desse jogo.

4. MECANISMOS IDEOLÓGICOS EM CURSO: AS MANCHETES SOB PERSPECTIVA

Como visto na seção teórica, os mecanismos (ou operadores) ideológicos atuam na modalização do texto. Neste trabalho, em especial, serão focalizados os seguintes processos de modalização: a **adjetivação**, a **escolha do léxico**, as **alterações na construção morfossintática**, a **legitimação/deslegitimação** e a **dissimulação por metonímia**, que funcionam como marcadores de ideologia no discurso. Na seção anterior, também explicitamos como esses mecanismos geram direcionamento de enquadres, reforçando ou atenuando modelos mentais e *scripts* estereotípicos.

Nesse contexto, expusemos a força da *gestão midiática da realidade*, realizada pelos grandes meios de comunicação, os quais contam com agentes de alto nível de consciência metapragmática. Além disso, apontamos que as manchetes são de extrema importância na redação dos jornais, justamente pela consciência metapragmática, e que o Twitter é um ambiente de ágil e intensa comunicação, no qual a autoridade e o alcance de uma postagem de um grande veículo midiático geram, inevitavelmente, interação.

Logo, a análise de manchetes será desenvolvida a partir dessa discussão, levando-se em consideração que mesmo “pequenas” alterações de ordem sintática e “inocentes” escolhas de adjetivos e pontuações fazem parte de construções ideológicas complexas. Isso significa, enfim, que não há neutralidade no discurso e que as ideologias impressas nele constroem e são construídas na sociedade simultaneamente, afetando-a de maneira dialógica no âmbito sócio-econômico-cultural.

Portanto, partiremos para a análise das manchetes, dispostas nesta seção em grupos separados por tópicos-chave. O grupo A (manchetes 1, 2, 3 e 4) trata de manchetes cujo sujeito é *Anvisa*; o B (manchetes 5 e 6), de mecanismos de adjetivação da vacina; o C (manchete 7), de um caso particular de manobra do sujeito e suas características particulares.

O grupo A de manchetes foi reunido, inicialmente, por conter o mesmo sujeito (*Anvisa*, uma metonímia), que aparece como argumento de verbos diferentes: *autorizar*, *aprovar* e *conceder*. Vejamos:

1. *Anvisa autoriza testes para vacina chinesa contra Covid-19*, publicada em 04/07/20, por Folha de S. Paulo, via Twitter⁷:



Figura 1: Manchete 1

2. *Anvisa aprova teste da vacina contra o coronavírus da Pfizer no Brasil*, publicada em 21/07/20, por Folha de S. Paulo, via Twitter⁸:

⁷ Disponível em: <https://twitter.com/folha/status/1279573723457224704>

⁸ Disponível em: <https://twitter.com/folha/status/1285599927909769216>



Figura 2: Manchete 2

3. Anvisa autoriza retomada dos testes da vacina chinesa Coronavac, publicada em 11/11/20, por Estadão, via Twitter⁹:

⁹ Disponível em: <https://twitter.com/Estadao/status/1326534441724899329>



Figura 3: Manchete 3

4. Anvisa concede certificado de boas práticas para chinesa que produz insumo da vacina da Astrazeneca/Oxford, publicada em 24/12/20, por Estadão, via Twitter¹⁰:



Figura 4: Manchete 4

¹⁰ Disponível em: <https://twitter.com/Estadao/status/1342095178962763777>

Inicialmente, quanto à presença de recursos não-verbais, percebemos que duas manchetes contêm fotografias (manchetes (2) e (3)), duas não (manchetes (1) e (4)). As fotografias mostram ambientes estéreis, sendo a (3) mais humanizada, pela presença de uma pessoa realizando o trabalho técnico e vestindo traje de segurança biológica, e a (2) menos humanizada, pelo enquadramento fotográfico bastante próximo dos tubos de ensaio. Porém, nenhuma se destaca por elementos visivelmente relevantes para a pesquisa (diferentemente do que será visto no grupo B), a não ser pela quantidade de interações dos leitores com o conteúdo, que parece ser maior quando há presença de fotografia na manchete.

Então, antes de partir para a análise dos aspectos verbais, é importante dizer que, neste artigo, parte-se do pressuposto que não há sinônimos perfeitos, pois a manutenção de palavras com o mesmo significado usadas para os mesmos contextos com intenções idênticas no idioma seria ilógico. Afinal, cada palavra, por mais que possa ser substituída por outra e significar *quase* a mesma ação, leva consigo suas nuances semânticas, o que gera enquadres particulares. Por isso, a escolha lexical é relevante a esta análise.

Aprovar, por exemplo, é um verbo que gera um enquadre mais positivo em relação a *autorizar* e *conceder*. *Autorizar*, por outro lado, gera uma metapragmática de *oficialização* que *aprovar* não geraria no mesmo contexto — além de, claro, a impressão de um grau maior de autoridade e de poder do sujeito. O poder também é uma característica do verbo *conceder*, mas de uma maneira um pouco diferente: enquanto *autorizar* demonstra mais *oficialidade*, no sentido de uma relação de poder hegemônica e mais “fria”, *conceder* traz uma alusão a *favor*, a *generosidade*, como se o sujeito detentor do poder estivesse fazendo algo além de sua obrigação, o que confere uma carga emocional maior. Inclusive, o verbo *conceder* muitas vezes é empregado em contextos de aceitação a contragosto do sujeito, que *deixaria de fazer X para conceder Y*. Por essa razão, o último verbo é considerado, entre os três, o que pode gerar o enquadre mais negativo.

Não por acaso, a manchete acerca da vacina da Pfizer (2), da Folha de S. Paulo, leva o verbo *aprovar*, enquanto as manchetes (1) (Folha) e (3) (Estadão), sobre a vacina da Sinovac, levam o verbo *autorizar*. Em todos esses casos, o núcleo semântico do objeto direto foi *teste(s) da/para vacina*. Ainda resta a manchete 4 (Estadão), que trata da vacina da Astrazeneca/Oxford, mas acabou levando o verbo

conceder. Curiosamente, mais uma vez, há “chinesa” envolvida de alguma maneira: foi à “chinesa” (objeto indireto) que o “certificado” (objeto direto) foi concedido.

Isso nos leva à reflexão sobre os processos de adjetivação nessas manchetes e os enquadres reforçados por eles. Em (1) e (3), o adjetivo “chinesa” aparece como o primeiro adjunto a caracterizar a vacina em questão, ainda que o nome da vacina também seja colocado, como é o caso da manchete (3). O interessante é que isso não acontece quando a fabricante é a Pfizer, empresa cuja nacionalidade não foi mencionada uma única vez em manchetes no mesmo contexto, ao longo desta pesquisa. Inclusive, na manchete (2), o adjunto “contra o coronavírus” aparece antes mesmo de “da Pfizer” — ordem que pode gerar estranhamento e fazer parecer que o coronavírus é da Pfizer, aliás. Além disso, a proximidade da característica em relação ao núcleo semântico e a ordem de aparecimento do termo na sentença são indícios de maior relevância da informação trazida por ele, considerando-se a estrutura informacional. Seguem-se as manchetes de (1) a (3), ilustrando os pontos ditos:

- (1) Anvisa autoriza testes para **vacina chinesa contra Covid-19**
- (2) Anvisa aprova teste da **vacina contra o coronavírus da Pfizer** no Brasil
- (3) Anvisa autoriza retomada dos testes da **vacina chinesa Coronavac**

Vê-se também que o adjetivo *chinesa* foi considerado tão relevante pelo autor da manchete (4) que tomou o lugar de núcleo sintático do objeto indireto do verbo *conceder* e deixou o nome *empresa* (Wu Xi Biologics Co) implícito, a ponto de desaparecer até mesmo do enquadre — uma dissimulação por metonímia bastante intensa: ser chinesa, nesse contexto, foi mais importante que ser empresa, o que ilustra a emergência de uma metapragmática xenofóbica, como afirmou-se anteriormente, na seção teórica. Com toda essa abstração, a única pista deixada pela manchete é o que a *chinesa* faz: *produz insumo da vacina Astrazeneca/Oxford*, a qual também nunca apareceu em manchetes acompanhada de adjetivo pátrio ao longo desta pesquisa. Para ilustrar o apagamento de *empresa* em detrimento de sua característica *chinesa*, colocamos o vocábulo entre colchetes:

- (4) Anvisa concede certificado de boas práticas para **[empresa] chinesa que produz insumo da vacina da Astrazeneca/Oxford**¹¹

¹¹ Essa decisão é especialmente interessante se contrastada com as diretrizes do Manual de Redação do Estadão: “Evite, especialmente nos títulos, qualificar pessoas de forma que possa ofender toda uma coletividade: Cearense mata a amante / Italiano assalta banco. Nada indica que as palavras cearense e italiano tenham, no caso, algo que ver com o acontecimento.” (p. 218). Apesar de o texto do Manual

Assim, os enquadres gerados por essas manchetes vão na seguinte direção: se a vacina é chinesa, é necessário ter mais desconfiança; a nacionalidade *chinesa* é um ponto negativo de atenção. Partindo para o grupo B, este foi reunido para fins de contraste de posicionamento por parte do jornal Estadão, uma vez que todas essas manchetes foram postadas no Twitter ao mesmo dia e se referem aos mesmos acontecimentos — claro, cada uma da sua maneira. Vejamos:

5. *Vacina de Oxford para covid-19 é segura e induz resposta imune, dizem cientistas*, publicada em 20/07/20, por Estadão, via Twitter¹²
6. *Vacina chinesa também se mostra 'segura' e 'produz resposta imunológica', diz estudo*, publicada em 20/07/20, por Estadão, via Twitter¹³:

fazer referência a “pessoas”, ou seja, à individualidade, é claro que a qualificação de uma vacina ou de uma empresa também pode ofender “toda uma coletividade”, ainda mais pela insistência em relacionar o país, que representa uma coletividade, a enquadres negativos.

¹² Disponível em: <https://twitter.com/Estadao/status/1285219158645334017>

¹³ Disponível em: <https://twitter.com/Estadao/status/1285245582538309633>



Estadão
@Estadao

URGENTE: Vacina de Oxford para covid-19 é segura e induz resposta imune, dizem cientistas

bit.ly/39dKiuf

[Translate Tweet](#)



11:25 AM - Jul 20, 2020 · TweetDeck

6,238 Retweets **18.3K** Quote Tweets **60.5K** Likes



Tweet your reply

Reply



Estadão @Estadao · Jul 20, 2020

Replying to @Estadao

Vacina chinesa para a covid-19 também se mostra 'segura' e 'produz resposta imunológica', diz estudo



saude.estadao.com.br

Vacina chinesa para a covid-19 também se mostra 'segur...

Nesta segunda, cientistas já haviam anunciado que outro teste da Universidade de Oxford apresentou resultados ...



90



650



3,501



Figura 5: Manchetes 6 e 7

Aqui, a primeira característica que chama atenção ao comparar essas manchetes é a construção de *frames* das semioses não-verbais. Na manchete (5) (Estadão), sobre a vacina de Oxford, vemos uma foto com boa iluminação, na qual percebemos a presença humana, ilustrada pela pele à mostra, a suavidade do toque e a limpeza das luvas. Na manchete (6), do mesmo jornal, mas sobre a vacina da Sinovac, o cenário é praticamente oposto: há uma mão, em ambiente tão mal iluminado que torna impossível enxergar até mesmo a cor da luva (ou mesmo se há luva), que segura a seringa cheia inclinada para cima. Dessa maneira, os *frames* gerados pela imagem da manchete (5) são de tranquilidade, segurança, saúde, enquanto os gerados pela imagem da manchete (6) são de medo, insegurança, doença. Então, é a cenário que os enquadres dos leitores serão direcionados, antes mesmo da leitura do texto verbal de cada uma dessas manchetes e, por essa escolha visual, já temos noção do posicionamento do Estadão acerca de cada vacina.

Partindo para os aspectos verbais, então, notamos, mais uma vez, a adjetivação da vacina da Sinovac como *vacina chinesa* (6), e da vacina de Oxford, que não é chinesa, como *de Oxford* (5). Aliás, a insistência em rotular o outro por sua origem étnica é uma maneira de reforçar a diferença entre o “normal” (nós) e o “diferente” (eles) e manter o *status quo*, que nada mais é do que a ideologia dominante sendo constantemente fortalecida por enquadres, consolidando-se em esquemas e atitudes sociais e reforçando metapragmáticas de xenofobia novamente.

Além do mais, quando colocadas lado a lado, é ainda mais visível a assimetria na percepção de autoridade causada pela escolha de usar o nome de uma instituição renomada para uma vacina e um adjetivo pátrio para outra na mesma posição da sentença — tendo *vacina* como núcleo do sujeito e *chinesa/de Oxford* como o adjunto adnominal mais próximo do núcleo —, especialmente quando a pátria em questão já é alvo de esquemas preconceituosos. Para exemplificarmos, vejamos como a manchete (5) seria se o “outro” fosse a Pfizer, nas manchetes hipotéticas (5A) e (6A), utilizando-se os mesmos mecanismos da manchete (6), e vice-versa:

(5) **[Vacina] de Oxford para covid-19** é segura e produz resposta imune, dizem cientistas

(6) **[Vacina] chinesa** também se mostra 'segura' e 'produz resposta imunológica', diz estudo

(5A) **[Vacina] inglesa** também *se mostra* 'segura' e 'produz resposta imunológica', diz estudo.

(6A) **[Vacina] da Sinovac para covid-19** é segura e produz resposta imune, dizem cientistas.

O contraste entre os tratamentos fica muito evidente por termos a presença de um conjunto de estratégias além da adjetivação: a (des)legitimação e a (dis)simulação por metonímia. A (des)legitimação aparece na forma de *responsável pelo dito*: na manchete (5), envolvendo a vacina de Oxford, a informação é validada por *cientistas*, no plural; já na manchete (6), sobre a vacina da Sinovac, a validação é dada por *estudo*, no singular. Assim, o enquadre é de mais legitimidade para as informações da manchete (5) e, logo, para a vacina em questão, uma vez que o responsável pelo dito foi a categoria *cientistas* (mais de um, animado, humanizado), enquanto o da manchete 6 foi *estudo* (apenas um, inanimado, não-humanizado). A (dis)simulação por metonímia aparece de maneira mais sutil, no próprio uso de *cientistas* no plural, sem aprofundamento de quais seriam esses cientistas. Essa vagueza permite generalizar a percepção de cientistas, como se a informação pudesse ser um consenso entre todos os (ou muitos) cientistas — algo que não acontece com *estudo* no singular.

Além disso, a modalização aparece na escolha pela construção *se mostra*, em vez de *é*, para atenuar a noção de certeza da informação passada. Outro recurso usado para a mesma finalidade é a aspa simples em '*segura*' e '*produz resposta imunológica*', de maneira que possa implicar em ironia. Tal ambiguidade é '*segura*' para uma manchete, pois o autor pode afirmar que estava apenas citando, já que essas aspas estão colocadas, estrategicamente, num lugar que também pode indicar citação direta — afinal, como colocado na seção teórica, o Manual do Estadão não é muito direto sobre o uso dessa pontuação e abre espaço para usos mais deliberados por parte de autores com elevada consciência metapragmática.

Por último, mas não menos importante, como demonstrado na figura que contém as manchetes (5) e (6), um recurso específico do Twitter foi utilizado com o fim de hierarquizar a relevância dessas duas manchetes: a *thread* (ou *fio*, em português). Nessa rede social, é possível publicar uma postagem diretamente ligada a outra, como um fio, o que geralmente é feito para contar histórias longas ou agrupar *tweets* sobre um mesmo assunto, de modo que o *tweet* com mais alcance e que acaba surgindo nos *feeds* dos usuários é sempre o inicial, a “matriz”, como seriam as

manchetes em um jornal impresso ou em um site jornalístico. No caso das manchetes em questão, evidentemente, a “matriz” é o *tweet* sobre a vacina de Oxford, o que reflete no número de interações: a manchete (5) teve quase dez vezes o número de comentários e quase vinte vezes o número de *retweets* da manchete (6).

Dessa maneira, os enquadres direcionados por essas manchetes seguem o mesmo caminho das do grupo A: se a vacina (ou qualquer outra coisa) é chinesa, ela é pouco segura e deve-se desconfiar; se algo positivo é dito sobre algo da China, não deve ser um consenso — ao contrário de países como os Estados Unidos ou a Inglaterra; se há informações parecidas sobre objetos parecidos, mas um dos objetos é chinês e outro é inglês, o segundo é mais relevante que o primeiro. Esses direcionamentos apontam para uma disputa metapragmática, na qual os veículos jornalísticos citados neste artigo se utilizam de diversas estratégias para minar qualquer percepção positiva sobre a China.

No grupo C, de uma manchete só, considerando-se aspectos não-verbais, percebemos que não há imagem vinculada à manchete e que o número de interações é relativamente baixo, especialmente em comparação com o grupo B, corroborando para a hipótese de que a imagem auxilia no engajamento das manchetes no Twitter — porém, sem conclusões. Vejamos:

7. Parceria com empresa chinesa turbinou desinformação sobre vacinas no Brasil, publicada em 09/07/20, por Folha de S. Paulo, via Twitter¹⁴:



¹⁴ Disponível em: <https://twitter.com/folha/status/1281334319823364097>

Portanto, partimos para a análise verbal. Além da escolha do adjetivo pátrio “chinesa” em (7), acontece algo curioso: o termo *parceria com empresa chinesa* funciona como sujeito da oração. Essa escolha de sujeito sintático nos leva à seguinte implicatura: *quem* “turbinou a desinformação sobre vacinas no Brasil” foi a *parceria com empresa chinesa*, e não as pessoas que decidiram criar e espalhar *fake news*, ou seja, os agentes da ação de disseminar desinformação foram apagados e substituídos pelo assunto da desinformação — que, não por acaso, infere que a responsabilidade é da China (e tudo relacionado a ela) pelo problema.

(7) **[Parceria] com empresa chinesa** turbinou desinformação sobre vacinas no Brasil

Essa manobra morfossintática é especialmente interessante na posição de sujeito, uma vez que, baseando-se em Ilari & Basso (2006), o falante do português brasileiro costuma eleger nomes mais concretos e animados para ocupar a posição de sujeito psicológico (o tópico da sentença) e de sujeito lógico (o responsável pela ação), que muitas vezes superam a força do sujeito gramatical na estrutura informacional. Logicamente, então, a *parceria*, núcleo do sujeito, que não é concreta, nem animada, perde espaço para *empresa chinesa*, o mais próximo de um sujeito concreto e animado que a sentença nos deu — um sujeito que, nesse contexto, ativa esquemas estereotípicos sobre os chineses. Finalmente, chegamos, a partir da manchete, a um ser animado para ser responsabilizado no lugar de quem realmente realizou a ação de “turbinar” a desinformação. Além do mais, o próprio uso de “turbinar” indica uma simulação por *tropo*, ou seja, uso de linguagem figurada, nesse caso, para intensificar a ação.

Dessa forma, mais uma vez, os enquadres do último grupo de manchetes levam ao mesmo fim dos outros: a China é culpada de problemas, mesmo quando é vítima, e as informações relacionadas a ela não são confiáveis.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Encerradas as análises das 7 manchetes elegidas para esta pesquisa, notamos que: 1) as estratégias de **adjetivação** e de **escolha do léxico** estiveram presentes em todas as manchetes; 2) as **alterações na construção morfossintática**, em especial na ordem e na ocupação da posição de sujeito, foram mais intensas nas

manchetes (2), (4) e (7); 3) a **legitimação/deslegitimação** apareceu com mais clareza nas manchetes com verbo dicendi, ou seja, no grupo B; e 4) a **dissimulação por metonímia** foi bastante acentuada nos grupos A e B. Ademais, reforçamos que essas categorias não funcionam de maneira isolada e não são exaustivas, mas sim exemplos de mecanismos de manipulação e modalização do discurso, direcionando enquadres e dialogando com as estruturas sociais.

Portanto, considerando-se as estratégias de modalização supracitadas, percebemos que a mensagem dada pelos *frames* direcionados pela redação desses textos é: *não confie na China*. Esse enquadre, frequentemente reforçado, leva à formação de esquemas negativos sobre o país e tudo que deriva dele — pessoas, empresas, organizações e produtos (inclusive a vacina), o que leva a atitudes violentas contra populações étnicas e até mesmo a consequências perigosas para a saúde e para a economia de países inteiros.

Assim, não se pode subestimar o impacto do discurso no âmbito sociocultural, especialmente quando este é proferido por figuras de autoridade, como jornais renomados e membros do governo, dado que a relação entre a linguagem e a sociedade é uma via de mão dupla e nada que é dito é feito sem posicionamento ideológico. Além do mais, é sempre importante lembrar que o discurso é um meio poderoso de manipulação de massas e que a internet intensificou e ampliou as possibilidades de interação mediada pelas redes sociais, nas quais há um volume expressivo de informações (verdadeiras e falsas) sendo compartilhadas a cada instante. Por essas razões, desenvolver mais consciência metapragmática é essencial aos que não querem ser tomados pelos interesses alheios à própria classe.

Nesse contexto, as pesquisas das áreas de humanidades, incluindo-se esta, mostram-se tão necessárias. Final e infelizmente, a resposta à pergunta motriz “será que isso [modalização] acontece muitas vezes?”, descobriu-se, é um estrondoso *sim*, e nossas análises e indagações acerca desses mecanismos e categorias estão longe de ser exaustivas. Sigamos, então, sempre atentos.

Bibliografia

BARBERIA et al. Covid-19: políticas públicas e as respostas da sociedade. *Boletim n. 31*. Disponível em: <https://rededesquisasolidaria.org/wp-content/uploads/2021/05/boletimpps-31-22maio2021.pdf>. Acesso em: 17 fev. 2022.

BLOMMAERT, Jan. Ideologias linguísticas e poder. In: SILVA, D.; FERREIRA, D.; ALENCAR, C. (Orgs.) *Nova pragmática: modos de fazer*. São Paulo: Cortez, 2014, p. 67-76.

FREITAS, Letícia Sallorenzo de. *Gramática e manipulação: análise cognitivo-funcional de manchetes de jornais durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2014*. Dissertação (Mestrado em Linguística) —Universidade de Brasília, 2018.

ILARI, Rodolfo; BASSO, Renato. *O português da gente: a língua que estudamos: a língua que falamos*. São Paulo: Editora Contexto, 2006, p. 127-130.

MARTINS, Eduardo. *Manual de redação e estilo de O Estado de S. Paulo*. 3ª. ed. São Paulo: Moderna, 1997.

MENNA BARRETO, Ricardo de Macedo; GUIMARAES, R. F. G. *Discurso Político, Mídia e Ideologia: direito à informação e direito à saúde na pandemia da Covid-19*. Niterói: Confluências, 2020, v. 22, p. 196-221.

MORAES, Dênis de. O papel da mídia na batalha ideológica da América Latina. *Observatorio Latinoamericano y Caribeño*, Buenos Aires: IEALC, v. 1, n. 1, p. 14- 30, 2017.

MORATO, Edwiges Maria. A noção de frame no contexto neurolinguístico: o que ela é capaz de explicar? *Cadernos de Letras da UFF*. Dossiê: letras e cognição, n. 41, 2010b, p. 93-113.

OMS. *World Health Organization Best Practices for the Naming of New Human Infectious Diseases*. Genebra. Disponível em: https://www.who.int/topics/infectious_diseases/naming-new-diseases/en/. Acesso em 31 jul. 2022.

PESCE, Lucila.; ABREU, Claudia Barcelas de Moura. *Pesquisa qualitativa: considerações sobre as bases filosóficas e os princípios norteadores*. Rev FAEEBA [Internet]. 2013 June/Dec [cited 2017 Oct 08]; 22 (40): 19-29.

SIGNORINI, Inês. *Metapragmáticas da língua em uso: unidades e níveis de análise*. In: _____. (Org.). *Situar a língua[gem]*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008. p. 117-148.

TANNEN, Deborah; WALLAT, Cynthia. Enquadres interativos e esquemas de conhecimento em interação: exemplos de um exame/consulta médica. In: RIBEIRO, Branca Telles; GARCEZ, Pedro M. *Sociolinguística Interacional*. São Paulo: Edições Loyola, [1987] 2002.

THOMPSON, John B. *A interação mediada na era digital*. Matrizes, São Paulo, v. 12, n. 3, set./dez., p. 17-44, 2018.

VAN DIJK, Teun A. *Discurso e cognição na sociedade*. Revista Portuguesa de Humanidades, v. 19, n. 1, p. 19-52, 2015.