



Matrizes

ISSN: 1982-2073

ISSN: 1982-8160

matrizes@usp.br

Universidade de São Paulo

Brasil

MENDES, CONRADO MOREIRA; ALZAMORA, GEANE CARVALHO

Lógicas da propagação da informação e da desinformação
no contexto da pandemia de covid-19: abordagem semiótica

Matrizes, vol. 17, no. 1, 2023, January-, pp. 193-222

Universidade de São Paulo

São Paulo, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v17i1p193-222>

Available in: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143074932011>

- How to cite
- Complete issue
- More information about this article
- Journal's webpage in redalyc.org

redalyc.org

Scientific Information System Redalyc

Network of Scientific Journals from Latin America and the Caribbean, Spain and
Portugal

Project academic non-profit, developed under the open access initiative

Lógicas da propagação da informação e da desinformação no contexto da pandemia de covid-19: abordagem semiótica

■ *Logics of the propagation of information and disinformation in the context of the covid-19 pandemic: a semiotic approach*

CONRADO MOREIRA MENDES^a

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Pós-Graduação em Comunicação Social.
Belo Horizonte – MG, Brasil.

GEANE CARVALHO ALZAMORA^b

Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social.
Belo Horizonte – MG, Brasil.

RESUMO

Este artigo apresenta resultados de pesquisa que investigou as dinâmicas de propagação e a construção de sentido de textos propagados no contexto da pandemia de covid-19. A partir de pesquisa exploratória e posterior configuração do *corpus*, procurou-se compreender a dinâmica transmídia da propagação e a construção de sentido de textos (visuais, verbais e sincréticos) relacionados à hashtag #perguntacorona, lançada no programa de televisão *Combate ao Coronavírus* (Rede Globo), e entender como se constitui a propagação da desinformação nesse contexto. A partir da análise do *corpus* em diálogo com a semiótica discursiva e a sociosssemiótica, propõe-se um modelo que teoriza sobre as lógicas de propagação da informação e da desinformação.

Palavras-chave: Propagação da informação, propagação da desinformação, covid-19, semiótica discursiva, sociosssemiótica

ABSTRACT

This paper presents research results that investigated the dynamics of propagation and the construction of meaning of texts propagated in the context of the covid-19 pandemic. From exploratory research and subsequent configuration of the *corpus*, the investigation pursued to understand the transmedia dynamics of propagation and the construction of meaning of texts related to the hashtag #perguntacorona, launched in the Brazilian TV show *Combate ao Coronavírus* (Rede Globo), and understand how the propagation of

^a Coordenador (2022-2024) e docente permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Pós-doutor em Comunicação Social pela da Universidade Federal de Minas Gerais (2021). Doutor em Semiótica e Linguística Geral pela Universidade de São Paulo (2013), tendo realizado estágio doutoral de um ano na Université Paris 8 Vincennes-Saint-Denis, França (2011-2012). É Professor Adjunto III da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG), lotado no Departamento de Comunicação Social. É membro pesquisador do Centro de Pesquisas Sociosssemióticas da PUC-SP, e líder do Grupo de pesquisa Mídia, Interação & Sentido (PPGCOM PUC Minas), que integra a Rede de Pesquisa em Semiótica, Interações e Materialidades Midiáticas. Pesquisador do Fundo de Incentivo à Pesquisa da PUC Minas (Processo FIP 2023/28996). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3721-8578> E-mail: conradomendes@yahoo.com.br

^b Professora Associada da Universidade Federal de Minas Gerais (Departamento de Comunicação Social), bolsista de produtividade do CNPq (processo: 312279/2022-1), pesquisadora da Fapemig (processo: PPM-00562-18), membro do corpo docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social/UFMG, coordenadora do Núcleo de Assessoramento de Pesquisa (NAPq) da FAFICH/UFMG, líder do grupo de pesquisa (CNPq) Mídia, Semiótica e Pragmatismo – Mediação, que integra a Rede de Pesquisa em Semiótica, Interações e Materialidades Midiáticas. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2994-8308>. E-mail: geanealzamora@ufmg.br

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v17i1p193-222>

V.17 - Nº 1 jan./abr. 2023 São Paulo - Brasil MENDES | ALZAMORA p. 193-222

MATRIZES

193



disinformation is constituted in this context. From the analysis of the *corpus* in dialogue with discursive semiotics and sociosemiotics, a model is proposed that theorizes about the logics of propagation of information and disinformation.

Keyword: Propagation of information, propagation of disinformation, covid-19, discursive semiotics, sociosemiotics

O PRESENTE ARTIGO APRESENTA resultados de pesquisa de pós-doutorado que estudou as dinâmicas de propagação e a construção de sentido desses textos propagados no contexto da pandemia de covid-19, em que se viu um aumento vertiginoso de disseminação de notícias falsas e seus congêneres. Para Jenkins e colegas (2014, p. 26), os termos *propagar*, *propagável* e *propagabilidade* se referem ao potencial – técnico e cultural – de compartilhamento de conteúdo pelos públicos. Tendo como cenário essa cultura transmi-diática e de compartilhamento, a pandemia de covid-19 foi marcada por aquilo que a Organização Mundial de Saúde (OMS) designou de infodemia, isto é, “a circulação massiva de informações, verdadeiras e falsas, sobre a pandemia de covid-19 causada pelo novo coronavírus” (Alzamora et al., 2021, p. 18).

Trata-se de cenário profundamente marcado por aquilo que Wardle e Derakhshan (2017) qualificaram de desordem informacional, relacionada à circulação em grande escala de informações problemáticas ou duvidosas, incluindo desinformação (*disinformation*), informação incorreta (*misinformation*) e informação maliciosa (*mal-information*). De acordo com os autores, desinformação se refere a informações criadas e distribuídas intencionalmente para prejudicar ou causar danos a alguém, grupo social ou organização, enquanto informação incorreta não apresenta intenção de causar dano. Já a informação maliciosa é usada para prejudicar uma pessoa, grupo social ou organização, ainda que seja verdadeira. O universo semântico da desordem informacional que delineia a infodemia de covid-19, portanto, é bem mais amplo que a noção de notícia falsa como antítese inferida de notícia verdadeira.

Segundo Alzamora (2020), com base em Allcott e Gentzkow (2017) e em Wardle e Derakhshan (2017),

[...] a produção, distribuição e circulação de notícias falsas não é um fenômeno recente [...] nem de fácil classificação, pois abrange miríade de manifestações informacionais [como] manipulação de contexto informacional, fabricação de conexões entre eventos e produção de conteúdo enganoso (Alzamora, 2020, p. 2).

Para Alzamora (2020), a novidade em relação à distribuição dessas notícias, também compreendidas como desordem informacional, é a dinâmica transmídia

que amplia seu alcance: “trata-se de um tipo de notícia que frequentemente aciona recursos tecnológicos em sua produção, envolve estratégia multiplataforma de distribuição e alcança circulação massiva pela ação social e algorítmica coordenada em rede” (Alzamora, 2020, p. 2). Segundo a autora, a circulação da notícia falsa “é impulsionada pelo engajamento social gerado em torno da crença comum mediada pela notícia, ainda que esta seja nitidamente falsa” (Alzamora, 2020, p. 2).

Por causa disso, segundo Alzamora e colaboradores (2021, p. 18):

A infodemia indica a passagem definitiva da sociedade da informação, caracterizada pelo avanço das tecnologias de informação no século 20, o que deu origem à sociedade em rede (Castells, 1999), para a sociedade da desinformação. Esta se caracteriza pela emergência das notícias falsas como fenômeno endêmico da sociedade da informação (Marshall, 2017).

Para o estudo desse fenômeno, elegeu-se como empiria textos propagados na rede Twitter (postagens, conteúdo de *links*, usuários e outras *hashtags*) relacionados à *hashtag* #perguntacorona. Essa *hashtag* foi criada pela Rede Globo no programa *Combate ao Coronavírus*, apresentado pelo jornalista Márcio Gomes, após o canal modificar sua grade de programação, passando a dar ênfase ao noticiário sobre o tema, em função do avanço da pandemia de covid-19 no Brasil. Lançada no programa, que foi exibido entre 17 de março e 22 de maio de 2020, a *hashtag* teve o objetivo de fazer com que internautas enviassem suas dúvidas acerca da pandemia pelas redes sociais online para que essas fossem respondidas durante o programa. A *hashtag* #perguntacorona ficou entre os *trending topics* (TT) do Twitter entre 19 de março e 1º de maio de 2020. A coleta foi realizada entre 26 de janeiro de 2020, primeira ocorrência relacionada ao coronavírus no Twitter Brasil, e 21 de junho de 2020, um mês após o término do referido programa televisivo.

Com o intuito de analisar as dinâmicas de propagação e a construção de sentido desses textos, foram acionados os aportes teórico-metodológicos da semiótica discursiva de Algirdas Julien Greimas (Greimas & Courtés, 2008; Fiorin, 2006) e da sociosemiótica de Eric Landowski. Da primeira, considera-se a semântica discursiva do percurso gerativo de sentido e, da segunda, os regimes de interação e sentido (Landowski, 2014), os regimes de propagação (Fechine, 2019) e as interações discursivas (Oliveira, 2013). A pergunta que guiou a pesquisa foi: como se efetua a dinâmica de propagação e a construção de sentido de textos relacionados à *hashtag* #perguntacorona e, de forma mais geral, como se constitui a propagação da desinformação? Em última instância, pergunta-se: como pensar semioticamente a propagação da desinformação e sua relação com seu termo contrário, a informação?

Cabe dizer que a abordagem do fenômeno da desinformação pela perspectiva da semiótica discursiva se justifica, em primeiro lugar, pela recente proposta de Fecine (2019) para o estudo da propagação em redes sociais online, o que se demonstrou profícuo para compreender as lógicas de propagação da informação e da desinformação neste estudo. Em segundo lugar, ressalta-se a atualidade do conceito greimasiano de *contrato de veridicção* ou seja, “um equilíbrio mais ou menos estável que provém de um acordo implícito entre os dois actantes da estrutura da comunicação” (Greimas, 2014, p. 117) para a abordagem da desinformação como fenômeno contemporâneo¹.

¹ A esse respeito, Ribeiro e colegas (2022) demonstram que a crença é um dos principais esteios da desinformação.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa cujos resultados aqui se apresentam foi um braço de um projeto maior, intitulado “Dinâmica transmídia de notícias sobre coronavírus”². Nesse âmbito, os dados da pesquisa foram coletados por pesquisadores do Grupo de Pesquisa em Mídia, Semiótica e Pragmatismo – Mediação, conforme os procedimentos transcritos a seguir.

² Tal pesquisa, por sua vez, é vinculada a dois projetos de pesquisa, ambos coordenados pela Profa. Dra. Geane Alzamora: “A dinâmica transmídia de notícias falsas sobre ciências: jornalismo e educação”, realizado no âmbito do Instituto de Estudos Avançados Transdisciplinares da UFMG, e “A lógica comunicacional da dinâmica transmídia: produção e circulação de fluxos informacionais em jornalismo e educação”, com bolsa de pesquisa do CNPq (Processo 311914/2016)

A partir de pesquisa exploratória do tema, por meio de coleta de *hashtags* que ocuparam os *trending topics* (TT) do Twitter entre 26 de janeiro de 2020 (data da primeira ocorrência relacionada ao novo coronavírus no Brasil, conforme nossa coleta de dados) e 21 de junho de 2020, elegemos como recorte empírico de investigação as formas de mediação estabelecidas no Twitter pela *hashtag* #perguntacorona, devido à sua natureza transmidiática e propósito informativo sobre a pandemia. (Alzamora et al., 2021, p. 16).

A coleta automática da #perguntacorona foi realizada por meio da adaptação de scripts do projeto Twitterscraper, e extração de dados de *tweets* que a utilizaram. A coleta retornou cerca de 5.100 *tweets* entre 17 de março e 20 de junho de 2020. Este período compreende o início da exibição do programa televisivo de informação até a data final da realização da coleta, cerca de um mês após o término da exibição televisiva do programa. [...] Configuramos o *corpus* por meio do cruzamento de alguns desses metadados. Entre os cruzamentos realizados, os principais foram os seguintes: urls de imagem x contagem de urls; links x contagem de links; *hashtags* dentro de um tweet x contagem de *hashtags*; menções a usuários x contagem de menções (Góis & Alzamora, 2021, p. 28).

Desse modo, os dados coletados foram divididos em quatro categorias: (1) postagens (textos visuais, verbais ou verbovisuais/sincréticos); (2) links;

(3) outras *hashtags* e; (4) usuários relacionados à *hashtag* #perguntacorona. Esse material empírico serviu de base para o estudo da propagação de textos (visuais, verbais e sincréticos) que circularam a partir da *hashtag* #perguntacorona e a relação desses com a desinformação.

A pesquisa procurou, então, compreender a dinâmica da propagação – entendida como um dinâmica transmídia³ – e a construção de sentido de textos relacionados a tal *hashtag* e entender como se constitui a propagação da desinformação. Para isso, procedeu-se a um recorte do *corpus* para dez elementos mais *compartilhados* de cada categoria. Dessa forma, analisaram-se: as dez postagens (textos visuais, verbais ou sincréticos) mais compartilhadas referentes à *hashtag* #perguntacorona; o conteúdo dos dez links compartilhados referentes à *hashtag* #perguntacorona; as dez *hashtags* mais compartilhadas referentes à *hashtag* #perguntacorona; os dez principais usuários relacionados à *hashtag* #perguntacorona.

³ Aquela que envolve uma ambiência midiática, online ou off-line e que “estabeleça disposições e configure modos de agir por meio da rede que a constitui” (Alzamora et al., 2017, p. 69).

Esse *corpus* foi analisado com base no percurso teórico-metodológico a ser exposto a seguir. Em primeiro lugar, observaram-se temas e figuras das quatro categorias que compõem o *corpus*. Identificaram-se, então, percursos temáticos e figurativos, de modo a estabelecer isotopias (recorrência de traços sêmicos espalhados pelo discurso que conferem a ele um plano de leitura) do *corpus*. O levantamento realizado permitiu categorizar a propagação dos conteúdos com base nos regimes de propagação propostos por Fachine (2019): *replicação, imitação, recriação e invenção*, a serem apresentados na seção seguinte. Em decorrência, foram estabelecidas relações entre os regimes de interação e sentido com aquelas construídas discursivamente entre enunciador e enunciatário, de modo a compreender como se constituem interações com maior ou menor grau de transitividade, a partir da *hashtag* #perguntacorona. Esse percurso teórico-metodológico, baseado em abordagem semiótica, averiguou a propagação da informação e da desinformação no contexto investigado.

SENTIDO, INTERAÇÃO E PROPAGAÇÃO

Como sinalizado, o referencial teórico desta pesquisa ancora-se na semiótica discursiva de Algirdas Julien Greimas (Greimas & Courtés, 2008), nos desdobramentos da sociosemiótica de Eric Landowski (2014) e na abordagem semiótica da propagação proposta por Yvana Fachine (2019). A apresentação dos elementos teóricos se faz na mesma ordem em que se analisa o *corpus* desta pesquisa. Assim, em primeiro lugar, apresentam-se os conceitos de temas, figuras e isotopia (Greimas & Courtés, 2008; Fiorin, 2006; Fachine, 2019); em seguida, são apresentados os regimes de interação e sentido (Landowski, 2014), os regimes de propagação (Fachine, 2019) e, finalmente, o modelo teórico das interações discursivas (Oliveira, 2013).

Inicia-se a apresentação dos conceitos operatórios da pesquisa pelos conceitos de tema, figura e isotopia, os quais se referem à semântica discursiva do percurso gerativo de sentido, cuja síntese é apresentada na tabela a seguir:

Tabela 1

Percurso gerativo de sentido

		Componente sintático	Componente semântico
Estruturas semionarrativas	Nível profundo	Sintaxe fundamental	Semântica fundamental
	Nível de superfície	Sintaxe narrativa	Semântica narrativa
Estruturas discursivas	Sintaxe discursiva		Semântica discursiva
	Discursivização (actorialização, temporalização, espacialização)		Tematização Figurativização

Nota. Adaptado de Greimas e Courtés (2008, p. 235).

Para Fiorin (2006, p. 90), esquemas narrativos, ao serem convertidos ao nível discursivo, serão necessariamente tematizados e, quando recebem investimento figurativo, são figurativizados. O conceito de figura é um elemento semântico que remete ao mundo natural, ou seja, “é todo conteúdo de qualquer língua natural ou de qualquer sistema de representação que tem um correspondente perceptível no mundo natural” (Fiorin, 2006, p. 91). Já o tema é um elemento semântico de natureza abstrata, conceitual: “temas são categorias que organizam, categorizam, ordenam os elementos do mundo natural” (Fiorin, 2006, p. 91).

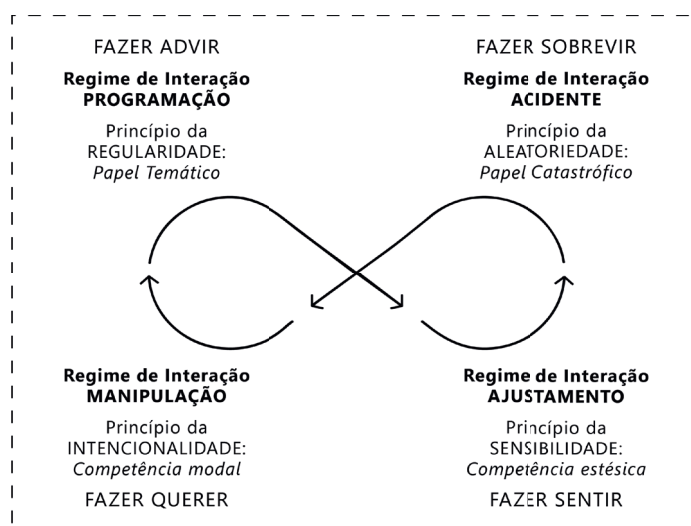
Temas e figuras disseminam-se no discurso de modo a formar percursos temáticos e/ou figurativos. Um percurso temático encadeia temas que, em conjunto, permitem a construção de uma coerência temática; do mesmo modo, um percurso figurativo agrupa figuras que, de igual maneira, repousam sobre a mesma base temática. Assim, o que dá coerência a um texto é a reiteração de traços sêmicos (temáticos ou figurativos) de modo a resultar em um plano de leitura, que, em semiótica, recebe o nome de isotopia: “a recorrência de categorias sêmicas, quer sejam temáticas (abstratas) ou figurativas [concretas]” (Greimas & Courtés, 2008, p. 275). Portanto, a isotopia estabelece um modo de ler o texto em função da recorrência semântica nele disseminada. É válido dizer que, em função dos diversos percursos temáticos e figurativos de um texto, é comum que haja textos pluriisotópicos, ou seja, com mais de uma possibilidade de leitura. Para Fechine (2019, p. 36), os memes, por exemplo, têm um caráter pluriisotópico por excelência, porque “um meme só é meme em relação a outro meme com o qual mantém algum conector isotópico, ou seja, um elemento comum de ligação a partir do qual se dá e se reconhece a relação entre eles”.

A seguir, apresentamos os regimes de interação e sentido e os regimes de propagação. Para explicar a produção de sentido na e pela interação,

Landowski (2014) concebeu uma sintaxe geral da interação, ou seja, um modelo teórico abrangente capaz de explicar os mecanismos de produção de sentido de todas as formas de interação. Tal sintaxe geral compõe-se de quatro regimes de interação e sentido: *programação*, *manipulação*, *ajustamento* e *acidente*. Tais regimes são ancorados, respectivamente, nos princípios da regularidade, da intencionalidade, da sensibilidade e da aleatoriedade. A figura 1, a seguir, ilustra, em forma de elipse, as posições de cada regime de interação e sentido.

Figura 1

Regimes de Interação e Sentido



Nota. Adaptado de Landowski (2014, p. 80).

Com base na sintaxe interacional de Landowski (2014), Yvana Fachine (2019) propõe um modelo para o estudo da propagação em redes sociais digitais. A autora parte da ideia de “propagar”, “propagabilidade”, “mídia propagável”, conforme empregado por Jenkins, Ford e Green (2014), isto é:

[...] modos de circulação de conteúdos midiáticos ancorados nos filtros, procedimentos, motivações e disposições do público para participar de uma produção colaborativa propiciadas por plataformas e aplicativos para internet que ficaram conhecidos como Web 2.0. Nesse ambiente cultural e tecnológico, as lógicas e práticas corporativas do mercado privado convivem com outras coletivas, voluntárias e sem fins lucrativos em meio a tensões e a uma demarcação muito tênue das fronteiras entre elas (Fachine, 2019, p. 23).

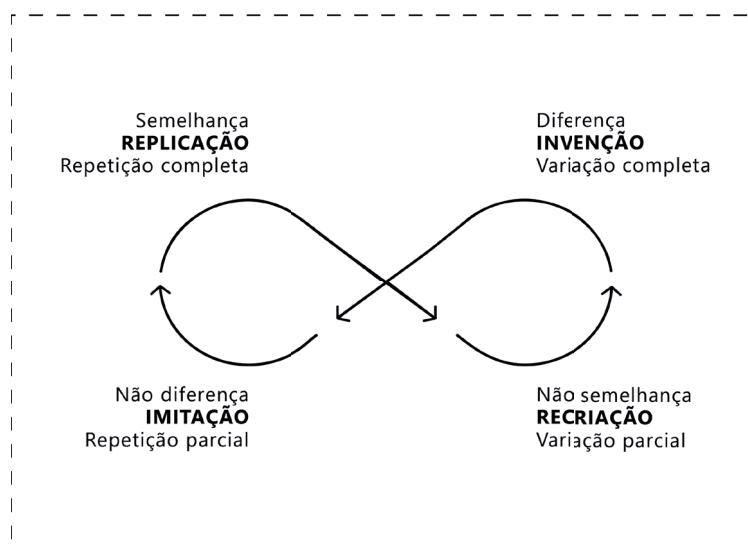
⁴ Cabe dizer que, embora Fechine (2019) tenha postulado uma sintaxe da propagação tendo em vista as redes sociais online, sua proposição dialoga com fenômenos relativos à intertextualidade e à interdiscursividade, cujo estudo e desenvolvimento são anteriores à existência de tais redes.

⁵ Embora Fechine (2019, p. 33) denomine os termos *replicação*, *imitação*, *recriação* e *invenção* de “categorias de propagação”, preferimos chamá-los de “regimes de propagação”. Essa escolha não é apenas terminológica, mas carrega consigo implicações. Isso porque, em primeiro lugar, os regimes de propagação se interdefinem e estão homologados, termo a termo, com os regimes de interação e sentido. Em segundo lugar, um regime, em sociossemiótica, é uma espécie de *locus* em que se dão os processos interacionais. Assim, dentro de cada regime, desenvolvem-se processos interacionais com características próprias.

⁶ A ideia dos termos *replicação*, *imitação*, *recriação* e *invenção* remontam a Ferdinand de Saussure e Gabriel Tarde.

Com base em pesquisa realizada sobre a propagação de memes na rede social digital Facebook, Fechine (2019)⁴ propõe uma sintaxe interacional – conforme a lógica do quadrado semiótico e do “quadrado elíptico” landowskiano, que se interdefinem por meio de relações de contrariedade, contraditoriedade e de implicação – composta pelos seguintes regimes⁵ de propagação: *replicação*, *imitação*, *recriação* e *invenção*⁶. Tais regimes se homologam, respectivamente, com os regimes de programação, manipulação, ajustamento e acidente. Na Figura 2, a seguir, essas relações estão expostas de forma esquemática:

Figura 2
Regimes de propagação



Nota. Fechine (2019, p. 33).

Para a autora, a replicação é a forma mais primária de compartilhar: “consiste no exercício de difundir, ‘espalhar’, ‘passar adiante’ um determinado texto da internet [...] sem qualquer outro agenciamento sobre o conteúdo que não seja o próprio compartilhamento” (Fechine, 2019, p. 40). Tal regime implica uma forma de propagação em que a mudança de conteúdo é considerada mínima. A replicação se homologa ao regime interacional da programação, que se baseia no princípio da regularidade. Assim, o usuário que compartilha ou repassa determinado conteúdo o faz com base em comportamentos previstos e/ou previsíveis das redes sociais.

A imitação, por sua vez, se baseia numa relação de não diferença em relação à forma geradora. Para Fechine (2019, p. 41), “é o modo por excelência de

propagação dos memes”. A imitação corresponde a uma repetição variada, isto é, corresponde à modificação em graus diferentes de um texto pré-existente. Do ponto de vista do conteúdo, são reinterpretações em torno do mesmo tópico discursivo ou tema de que trata um determinado texto. Para a autora, a imitação, por estar homologada com o regime da manipulação, implica um fazer orientado, ou seja, o destinatário de um determinado texto, ao imitá-lo, coloca-se como partícipe de uma relação hierárquica na qual o destinador ocupa um nível superior. Assim, no caso da imitação, mantém-se o tema do texto que o gerou com um grau de modificação.

Já a recriação é um regime de propagação que, segundo Fachine (2019, p. 49), “envolve uma variação temática ou figurativa de segundo grau”. Em outras palavras, a recriação promove variações sobre textos que já sofreram variações. Isso significa dizer que, no caso da recriação, existe maior transformação em relação ao tema do texto gerador. Para a autora, esse regime de propagação “depende de um jogo de alusões, implícitas ou explícitas, às formas imitadas” (Fachine, 2019, p. 49). Assim, a recriação requer um conhecimento prévio do internauta, pois, só com base nesse saber, a forma recriada pode ser reconhecida. Portanto, assim como no ajustamento, a recriação implica um fazer-junto, ou seja, um constante jogo de atualização do conhecimento enciclopédico tanto daquele que recria quanto daquele que reconhece a recriação e a forma que lhe deu origem, num constante jogo intertextual.

Por fim, a invenção pode ser “considerada tanto o ponto de partida quanto o ponto de chegada de um ciclo de transformações de um determinado conteúdo” (Fachine, 2019, p. 56). Para a autora, tal regime de propagação corresponde a um “acidente criativo”, que produz algo novo e que passa a integrar um novo ciclo de propagação. Para a autora, o regime da propagação da invenção, no qual se cria algo novo, homologa-se ao regime interacional do acidente, caracterizado pelo princípio da aleatoriedade ou imprevisibilidade. Isso significa que tal regime, conforme a proposta de Fachine (2019) em diálogo com Landowski (2014), implica uma invenção baseada no princípio da aleatoriedade, ou seja, o referido “acidente criativo”. Assim, invenção é o ponto de partida de qualquer ciclo de propagações.

A última seção deste referencial teórico diz respeito ao conceito de interações discursivas, postulado por Oliveira (2013), com base no modelo interacional landowskiano, considerando as interações não mais entre actantes, do nível narrativo, mas entre enunciador e enunciatário, do nível discursivo. A partir do que chama de regimes de presença, a autora concebe que enunciador e enunciatário podem se relacionar por meio de uma relação de (a) intransitividade, em que o enunciador conduz o enunciatário; e de (b) transitividade, a qual pode

ser pensada em três níveis: (1) desde uma menor transitividade, “fixada a partir do interesse do sujeito que comanda a interação (Oliveira, 2013, p. 245), (2) a uma transitividade “resultante da troca de posições entre os dois sujeitos enquanto parceiros” (Oliveira, 2013, p. 245), ou, ainda, (3) quando enunciador e enunciatário ocupam “uma posição intercambiável em que os papéis da relação enunciativa encontram-se abertos e podem ser trocados conforme os dois processam o sentido a seu turno”. Na figura 3, a seguir, elaborado por Oliveira (2013, p. 246), essas relações são apresentadas detalhadamente:

Figura 3
Interações discursivas



Nota, Oliveira (2013, p. 244).

Portanto, à esquerda da elipse as interações entre enunciador e enunciatário são mais hierarquizadas, de modo a conformar interações mais fechadas, correlatas aos regimes da programação e da manipulação; à direita da elipse, as interações entre enunciador e enunciatário são mais horizontais, de modo a conformar interações mais abertas, correlatas aos regimes do ajustamento e do acidente.

Desse modo, o referencial teórico apresentado nesta seção, composto pelos conceitos de temas, figuras e isotopia, de regimes de interação e sentido, de regimes de propagação, das interações discursivas, constitui-se um referencial teórico-metodológico capaz de abranger o estudo das dinâmicas transmídia da (des)informação, em específico, no caso desta pesquisa, sobre o coronavírus.

ANÁLISE DAS POSTAGENS MAIS COMPARTILHADAS

Seguindo o percurso metodológico apontado, foram analisadas sete das dez postagens mais compartilhadas, as quais são apresentadas em uma tabela em ordem de compartilhamento.

Tabela 2

Postagens e respectivo número de compartilhamentos

Postagem	Número de compartilhamentos
1	40
2	40
3	24
4	24
5	24
6*	20
7*	20
8*	20
9	20
10	20

Nota. Grupo MediaAção (2021).

*Postagens indisponíveis, links não abrem.

As análises sobre tema, figura e isotopia das postagens foram condensadas, em função dos limites deste artigo, evidenciando-se as recorrências em termos temáticos, figurativos e isotópicos. Como mencionado, a *hashtag* #perguntacorona foi lançada pelo programa *Combate ao Coronavírus*, que assim se define: “Programa apresentado por Márcio Gomes traz as últimas informações sobre a pandemia e dicas para se proteger. Na TV Globo, de segunda a sexta.”⁷ Portanto, do programa de televisão e da respectiva *hashtag* depreendem-se os

⁷ <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/ao-vivo/ao-vivo-combate-ao-coronavirus.ghtml>

temas: combate ao coronavírus, informações sobre a pandemia, informações sobre prevenção. As isotopias que se depreendem são a de comunicação de saúde e de prestação de serviços à comunidade. Em última instância, é a isotopia de comunicação de saúde (ou literacia em saúde) que desponta como a principal.

Assim, a partir da isotopia da comunicação de saúde, relativa à *hashtag* #perguntacorona, estabelecem-se as relações de identidade e diferença entre os temas e isotopias da *hashtag* #perguntacorona e de cada uma das postagens. Para isso, são apresentados os temas (percursos temáticos) e as isotopias de cada postagem, para depois agrupá-las entre as que se assemelham entre si para que possam ser comparadas à *hashtag* #perguntacorona.

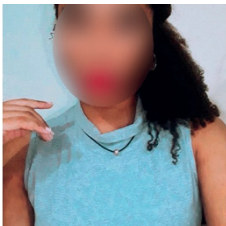
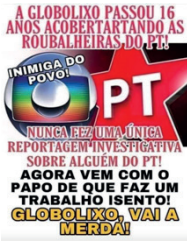
Tabela 3

Recorrências no plano do conteúdo das postagens

Número da postagem	Postagem em tamanho reduzido	Temas	Isotopias
1		Religião, política/ bolsonarismo e verdade (temas eufóricos) vs. Ateísmo, mídia e mentira (temas disfóricos). Pró-bolsonarismo.	Político-religiosa e negacionismo científico
2		Lucro, engodo, ludíbrio, cumplicidade, morte, tosquedade.	Engodo e negacionismo científico.
3		Ineficiência de medidas como o distanciamento social e a flexibilização do comércio. Pró-bolsonarismo.	Negacionismo científico.

Continua...

Continuação

Número da postagem	Postagem em tamanho reduzido	Temas	Isotopias
4		Afirmação racial / orgulho negro e fashionismo.	Afirmação racial.
5		Capitalismo, vendas realizadas por redes sociais digitais, beleza.	Comercial.
9		Desonestidade e falta de isenção jornalística. Pró-bolsonarismo.	Política, negacionismo científico.
10		Queda/impeachment, negacionismo científico, inépcia política, manifestações a favor do impeachment de Bolsonaro. Antibolsonarismo.	Política.

Nota. Elaboração dos autores.

As postagens 1, 3 e 9 compartilham o fato de que delas se depreende a isotopia do negacionismo científico. Além disso, a 1 e a 9 compartilham, além disso, a isotopia política, enquanto da postagem 3 se deduz a isotopia do neoliberalismo. Portanto, essas três postagens se aproximam semanticamente. A postagem 2, por sua vez, figurativiza a cloroquina de forma tosca, de modo que se depreende a isotopia do engodo. Porém, esse engodo, esse ludíbrio, diz respeito a enganar a toda uma população para que se possa lucrar com o tratamento ineficaz da cloroquina contra covid-19. Portanto, além desse

traço humorístico, observa-se, também, a isotopia do negacionismo científico, já que esse é pré-requisito para que se aceite o tratamento contra a covid-19 com cloroquina. Assim, como traço identitário entre as postagens 1, 2, 3 e 9 se identifica a isotopia do negacionismo científico.

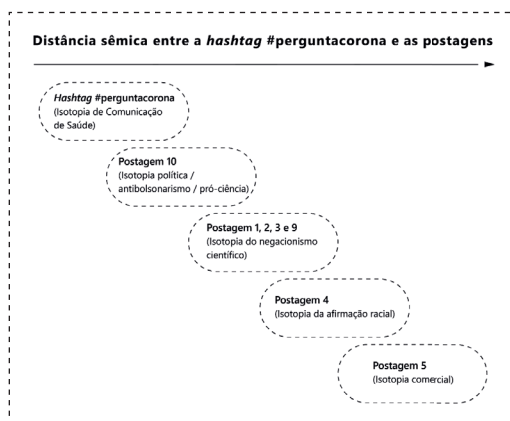
Da postagem 10, assim como a postagem 1 e 9, também se depreende a isotopia da comunicação de saúde. No entanto, a postagem 10 é antibolsonarismo e faz crítica do negacionismo científico de Bolsonaro. Portanto, é pró-ciência. Isso faz com que essa seja a postagem que mais se aproxima semanticamente da *hashtag* #perguntacorona.

A postagem 4, cuja isotopia é da afirmação racial, distancia-se da *hashtag* #perguntacorona, mas se opõe sobretudo às postagens 1, 3 e 9, pelo fato de essas serem pró-bolsonaristas e, do ponto de vista interdiscursivo, Bolsonaro ser contrário a ações afirmativas, haja vista ter nomeado Sergio Camargo para presidir a Fundação Palmares, que, em 2021, no dia da consciência negra, antecedido pelo assassinato de um negro num supermercado no Rio Grande do Sul, afirmou que não existe racismo estrutural no Brasil e que isso é narrativa da esquerda (“Presidente da Fundação Palmares”, 2020). Dessa forma, pelo traço sêmico da afirmação racial, essa postagem se relaciona por contraditoriedade com as postagens 1, 3 e 9.

Por fim, a postagem 5, da qual se depreende a isotopia da publicidade de produtos se relaciona com a postagem 3, a partir do traço identitário isotópico neoliberalismo. Com isso, é possível representar visualmente a distância sêmica entre a *hashtag* #perguntacorona e as postagens mais compartilhadas, conforme a figura 4, a seguir.

Figura 4

Distância sêmica em relação à hashtag #perguntacorona e as postagens analisadas



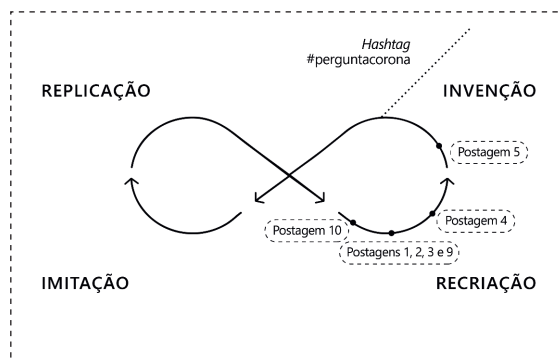
Nota. Elaboração dos autores.

Com base no modelo proposto por Fechine (2019), parte-se do princípio de que a *hashtag* #perguntacorona é a forma geradora em relação à qual passaram a circular postagens que, a partir da referida *hashtag*, promoveram alterações no sentido proposto pelo enunciador Rede Globo. Portanto, se o grau de mudança sêmica caminha da replicação para a imitação e da imitação para a recriação, conforme descrito na seção de análise anterior, é possível pensar, em sintonia com as relações do quadrado elíptico, um circuito que parte de um “marco zero”, ou seja, a invenção, passa pela replicação, pela imitação, pela recriação e fecha o ciclo em uma nova invenção.

Assim, com base nas análises relativas a temas, figuras e isotopias, observou-se um distanciamento sêmico entre a isotopia subjacente à *hashtag* #perguntacorona e as postagens analisadas. A princípio cabe dizer que nenhuma delas imita ou replica a forma geradora, ou seja, a *hashtag* #perguntacorona. A postagem 10 e o grupo de postagens 1, 2, 3 e 9 podem ser considerados recriações a partir da *hashtag* #perguntacorona. Isso porque, como mostra Fechine (2019), no caso da recriação, faz-se uso de diversas alusões e conhecimentos partilhados entre aquele que produz a forma geradora, aquele que a recria e aquele que a lê como uma recriação, a partir de relações intertextuais ou interdiscursivas. Desse modo, é possível pensar, a partir da proposta teórica de Fechine (2019), como as postagens analisadas podem ser dispostas no quadrado elíptico composto pelos termos replicação, imitação, recriação e invenção.

Figura 5

Postagens analisadas e regimes de propagação



Nota. Elaboração dos autores.

Desse modo, conclui-se em que, em termos de regimes de propagação, as postagens analisadas tendem à recriação e, em menor, grau à invenção.

Considerando, agora, as postagens mais compartilhadas pela perspectiva das interações discursivas (Oliveira, 2013), a partir da distância sêmica analisada anteriormente, apenas a postagem 10 pertenceria ao que a autora chama de regime de interação discursiva intitulado “sentido sentido”. Isso porque o enunciário, sensibilizado, produz (ou faz circular) um texto que minimamente veicula a isotopia pró-ciência. Em todas as outras postagens, o enunciário recusa o contrato proposto pelo enunciador, subvertendo a proposta inicial. O enunciário, dessa forma, passa a enunciar um sentido dissonante em relação à proposta do enunciador. Recusa o papel de teleguiado (relacionado ou regime da programação) e de manipulado de bom ou mau grado (referente ao regime da manipulação) e subverte o sentido da enunciação primeira, passando a enunciar outro sentido. Desse modo, pela análise das postagens, depreende-se um enunciário subversivo, que desloca, transforma, “deforma” o sentido conforme seus próprios valores e crenças da proposta do enunciador Rede Globo.

ANÁLISE DOS LINKS MAIS COMPARTILHADOS

Dando continuidade, apresenta-se a análise de oito dos 10 *links* mais compartilhados, da mesma forma como se procedeu em relação às postagens. Na tabela a seguir, encontram-se os links, com os respectivos números de compartilhamento, em ordem decrescente.

Tabela 4

Links e respectivo número de compartilhamentos

Link	Número de compartilhamentos	Transcrição do link
1	66*	https://www.youtube.com/watch?v=yWH47rQkg4#bbb20
2	55	http://glo.bo/3dc4VIR
3	43	http://youtu.be/pQB9nlm7wro
4	28*	https://twitter.com/shwpoethic/status/1252832743605415938/video/1
5	26	https://twitter.com/BrunoEnglerDM/status/1248611916630507520
6	20	https://www.tvgazeta.com.br/videos/relacao-entre-disturbios-endocrinos-e-a-covid-19-26-05-20/
7	20	https://twitter.com/em_com/status/1261287719591972864
8	20	https://dizupubli.digital/?indica=229801
9	18	https://youtu.be/awEch-Y6FpU
10	16	https://twitter.com/washingtonpost/status/1261045493171437569

Nota. Grupo Mediação (2021).

*Links indisponíveis

Assim, considerando as análises dos *links*, a partir da isotopia de comunicação de saúde, relativa à *hashtag* #perguntacorona, estabelecem-se as relações de identidade e diferença entre os temas e isotopias da *hashtag* #perguntacorona e de cada um dos *links* mais compartilhados. Para isso, são retomados os temas e as isotopias de cada *link*, para depois agrupá-los entre os que se assemelham entre si para que possam ser pensados em relação à *hashtag* #perguntacorona.

Tabela 5

Recorrências no plano do conteúdo dos links mais compartilhados

Postagem	Título do link	Temas	Isotopias
2	Programa <i>Combate do Coronavírus</i> , exibido em 22/05/2020	Dúvida dos telespectadores	Comunicação de saúde.
3	Vídeo do canal #ShopCulturalShow – LobaDoSCSeQuiromante	Morte, suicídio, incompetência do governo Bolsonaro para o enfrentamento da covid-19.	Da morte, política e sanitária.
5	Tuíte de @BrunoEnglerDM	Pró-bolsonarismo, da disforização da imprensa e da culpabilização da China como criadora da covid-19.	Sanitária e política.
6	Programa <i>Plantão da saúde coronavírus</i> , exibido em 26/05/2020	Relação entre cardiopatia e covid-19; relação entre covid-19 e transtornos endócrinos, entre outros.	Sanitária e de comunicação de saúde.
7	Tuíte do jornal <i>Estado de Minas</i> : “Estados Unidos alertam sobre doença vinculada à #COVID19 em crianças”	Relação entre covid-19 e doença que acomete crianças.	Sanitária e de comunicação de saúde.
8	Anúncio de uma empresa de marketing digital Dizu	Inovação, tecnologia, ganhos financeiros, marketing digital.	Publicidade de serviço.
9	Vídeo do canal RENATOUSA, publicado em 19/03/2020, “O OUTRO LADO DO CORONAVÍRUS. Vídeo da Ducati no final”	1ª parte: inevitabilidade da morte; descaso em relação aos idosos; escassez de produtos no supermercado; egoísmo; importância do senso de coletividade; inevitabilidade de contaminação pelo coronavírus.	1ª parte: social e sanitária.
		2ª parte: liberdade, motociclismo, tecnologia, velocidade.	2ª parte: motociclismo.
10	Tuíte do jornal <i>The Washington Post</i> : “In Brazil, a desperate search for an open bed”	Desespero/busca desesperada, indecisão, morte iminente (<i>a dying man</i>), a falta de leitos para o tratamento da covid-19 em hospitais, precariedade do sistema de saúde brasileiro.	Sanitária e política.

Nota. Elaboração dos autores.

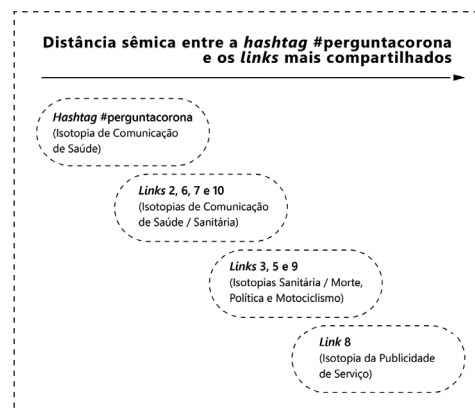
Os *links* 2 (Programa *Combate do Coronavírus*, exibido em 22/05/2020), 6 (Programa *Plantão da saúde coronavírus*, exibido em 26/05/2020) e 7 (Tuíte do jornal *Estado de Minas*: “Estados Unidos alertam sobre doença vinculada à #COVID19 em crianças”) são os que mais se aproximam da proposta do enunciador Rede Globo e da *hashtag* #perguntacorona, em termos temáticos e, de forma mais geral, por veicularem as isotopias sanitária e de comunicação de saúde. Em seguida, vem o *link* 10 (tuíte do jornal *The Washington Post*: “In Brazil, a desperate search for an open bed”), que veicula as isotopias sanitária (aborda a temática da covid-19) e política (trata da situação de calamidade no norte do Brasil).

Já os *links* 3 (Vídeo do canal #ShopCulturalShow – LobaDoSCSeQuiromante), 5 (tuíte de @BrunoEnglerDM) e 9 (Vídeo do canal RENATOUSA, publicado em 19/03/2020, “O OUTRO LADO DO CORONAVÍRUS. Vídeo da Ducati no final”), apesar do traço identitário, isotopia sanitária, começam a se distanciar da proposta do enunciador por veicularem temas como pró-bolsonarismo (*link* 5), morte/suicídio (*link* 3). No caso do *link* 9, na primeira parte, do ponto de vista da identidade de sentido, existe a isotopia sanitária. No que diz respeito à alteridade, existe a isotopia social. Já na segunda parte, deixa de haver traço de identidade aparente, havendo apenas alteridade, por ser veiculada a isotopia do motociclismo.

Finalmente, o *link* 8 (Anúncio de uma empresa de marketing digital Dizu) veicula a isotopia da publicidade de serviço e, por isso, é aquele que mais se afasta da proposta do enunciador Rede Globo e da *hashtag* #perguntacorona, por não haver nenhum traço sêmico identitário com tal proposta. A figura 6, a seguir, representa o distanciamento sêmico entre a #perguntacorona e os links mais compartilhados.

Figura 6

Distância sêmica entre a hashtag #perguntacorona e os links mais compartilhados



Nota. Elaboração dos autores.

Assim, com base no modelo proposto por Fachine (2019), parte-se do princípio de que a *hashtag* #perguntacorona é a forma geradora em relação à qual passaram a circular *links* que, a partir da referida *hashtag*, promoveram alterações no sentido proposto pelo enunciador Rede Globo. Dessa forma, portanto, tal *hashtag* se inscreve no regime da invenção.

Nesse caso, o segundo *link* mais compartilhado, ou seja, o programa *Combate do Coronavírus*, exibido em 22 de maio de 2020, inscreve-se no regime da replicação, visto que, segundo Fachine (2019, p. 40), a replicação é o modo “primário da propagação”. Assim, o conteúdo do *link* relaciona-se diretamente com a *hashtag* #perguntacorona, já que tal *hashtag* foi lançada no programa *Combate ao Coronavírus*. Pode-se dizer, portanto, que o conteúdo do *link* se refere diretamente à proposta do enunciador Rede Globo e à #perguntacorona, configurando um fenômeno que estamos designando de recursividade enunciativa, ou seja, o enunciador da forma geradora, como que num jogo de espelhos, remete a si mesmo. Por isso, o grau de transformação de sentido, no caso do segundo *link* mais compartilhado, é mínimo.

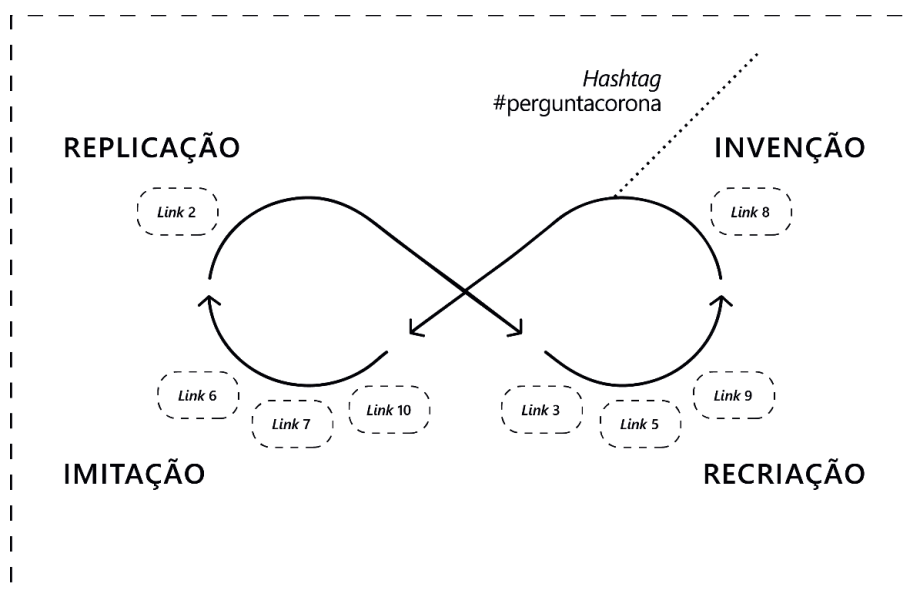
Já o regime da imitação implica “modificações em distintos graus de um texto preexistente” (Fachine, 2019, p. 41). No caso da imitação, existe um fazer orientado de um destinatário, que aceitou o contrato proposto por um destinador, razão pela qual a imitação se homologa com o regime da manipulação. Assim, inscrevem-se, nesse regime, o sexto *link* mais compartilhado (Programa *Plantão da saúde coronavírus*, exibido em 26 de maio de 2020); o sétimo *link* mais compartilhado (tuíte do jornal *Estado de Minas*: “Estados Unidos alertam sobre doença vinculada à #COVID19 em crianças”) e o décimo *link* mais compartilhado (tuíte do jornal *The Washington Post*: “In Brazil, a desperate search for an open bed”), por se aproximarem temática e isotopicamente da proposta do enunciador Rede Globo e da #perguntacorona.

No regime da recriação, incluem-se o terceiro *link* mais compartilhado (Vídeo do canal #ShopCulturalShow – LobaDoSCSeQuiromante), o quinto *link* mais compartilhado (tuíte de @BrunoEnglerDM) e o nono *link* mais compartilhado (Vídeo do canal RENATOUSA, publicado em 19 de março de 2020, “O OUTRO LADO DO CORONAVÍRUS. Vídeo da Ducati no final”), o que significa haver “uma mudança temática ou figurativa de segundo grau” (Fachine, 2019, p. 49). Dito de outro modo, apesar de um traço sêmico identitário, isto é, a isotopia sanitária, o conteúdo desses *links* começa a se distanciar da proposta do enunciador Rede Globo e da #perguntacorona, por veicularem, respectivamente, temas como pró-bolsonarismo, morte/suicídio e motociclismo.

Finalmente, o oitavo *link* mais compartilhado (Anúncio de uma empresa de marketing digital Dizu) veicula a isotopia da publicidade de serviço, que não

apresenta nenhum traço sêmico identitário com a proposta do enunciador Rede Globo e a #perguntacorona e, por isso, enquadra-se no regime da invenção, de modo a estabelecer outra cadeia de propagação. A figura 7, a seguir, ilustra a distribuição dos links de acordo com os regimes de propagação em que se enquadram.

Figura 7
Links analisados e regimes de propagação



Nota. Elaboração dos autores.

Passa-se, agora, à análise da relação entre enunciador e enunciário, com base no modelo de Oliveira (2013). A análise dos *links* mais compartilhados demonstrou, diferentemente da análise das postagens, *links* que se enquadram em todos os regimes de propagação, a saber: a replicação, a imitação, a recriação e a invenção. No caso da replicação, houve uma ocorrência; no caso da imitação, três ocorrências; no caso da recriação, três ocorrências; e, no caso da invenção, uma ocorrência.

Assim, observam-se distintas interações discursivas, tanto aquelas com menor transitividade e com emergência de sentido e da interação fechada (segundo, sexto, sétimo e décimo *links* mais compartilhados), quanto aquelas com maior transitividade e com emergência de sentido e da interação aberta. Isso significa que, pela análise dos *links* mais compartilhados, existe uma pluralidade de interações discursivas, desde aquelas em que o enunciário simplesmente reopera o sentido

(segundo *link* mais compartilhado), passando por aquelas em que o enunciário é convencido (sexto, sétimo e décimo *links* mais compartilhados) e aquelas em que o enunciário rejeita parcialmente o contrato (terceiro, quinto e nono *links* mais compartilhados), e, finalmente, aquela em que o enunciário recusa o contrato e coenuncia um outro sentido completamente diferente da proposta do enunciador Rede Globo e da #perguntacorona (oitavo *link* mais compartilhado).

ANÁLISE DAS HASHTAGS

Passa-se, agora, à seção analítica acerca das dez *hashtags* que mais se relacionaram com a *hashtag* #perguntacorona, que teve 13.547 menções durante o período de coleta. Na tabela 6 a seguir, encontram-se as referidas *hashtags*, em ordem decrescente de menção, com a quantidade de vezes em que foram citadas.

Tabela 6

Dez hashtags mais relacionadas à #perguntacorona

Ordem decrescente de menções	Hashtag	Menções
1 ^o	#PerguntaCorona	327
2 ^o	#perguntacoronavirus	283
3 ^o	#coronavirus	237
4 ^o	#G1	184
5 ^o	#COVID19	181
6 ^o	#combateaoCoronavírus	139
7 ^o	#coronavirusbrasil	95
8 ^o	#covid	89
9 ^o	#bbb20	77
10 ^o	#redebbb	75

Nota. Grupo Mediação (2021).

Assim, as *hashtags* #PerguntaCorona, #perguntacoronavirus, #coronavirus, #COVID19, #combateaoCoronavírus, #coronavirusbrasil e #covid, respectivamente as primeira, segunda, terceira, quinta, sexta, sétima e oitava em ordem decrescente de compartilhamento, apresentam temas muito semelhantes. #PerguntaCorona, escrita com as iniciais maiúsculas, #perguntacoronavirus e #combateaoCoronavírus são variações, seja da escrita da forma geradora #perguntacorona, seja do programa de televisão que deu origem a essa *hashtag*. Já #coronavirus, #COVID19, #coronavirusbrasil e #covid são *hashtags* que tematizam a doença e a pandemia. Portanto, sete das dez *hashtags* analisadas relacionam-se diretamente com a proposta do enunciador Rede Globo / #perguntacorona (1^a, 2^a e 6^a) ou se relacionam-se com o nome da doença (terceira, quinta, sétima e oitava). Assim, das sete *hashtags* aqui

⁸ <https://g1.globo.com>

⁹ <https://g1.globo.com/saude/coronavirus/>

¹⁰ A exibição do *Big Brother Brasil* 20 coincidiu com o início da pandemia e obteve números recordes de audiência e patrocínio. Disponível em <https://propmark.com.br/bbb20-tem-edicao-historica-com-recordes-de-audiencia-e-patrocinios/>. Acesso em: 19 jan. 2021.

referidas se pode depreender a isotopia da comunicação de saúde (assim como o programa que gerou a forma geradora #perguntacorona) ou a isotopia sanitária. A quarta *hashtag* com mais menções, #G1, faz referência ao portal de notícias G1⁸, que, assim como o programa *Combate ao Coronavírus*, também pertence ao grupo Globo e realizou intensa cobertura acerca da covid-19 durante a pandemia, haja vista a editoria sobre a covid-19 desse portal de notícias⁹. Assim, da *hashtag* #G1, pode-se também depreender a isotopia da comunicação de saúde.

As únicas *hashtags* que não se relacionam diretamente com a forma geradora #perguntacorona são a nona e a décima, a saber #bbb20 e #redebbb, que tematizam o *reality show*, também da Globo, *Big Brother Brasil*. Dessas últimas pode-se depreender a isotopia do entretenimento. Um possível motivo da relação entre as *hashtags* #bbb20 e #redebbb com #perguntacorona foi o período em que os dados foram coletados, que coincide com a exibição do *reality show* da Globo¹⁰.

Assim, do ponto de vista dos regimes de propagação, #PerguntaCorona, #perguntacoronavirus e #combateaoCoronavírus se inscrevem no regime da replicação, visto que são variações mínimas, seja de grafia seja relativas do nome do programa que deu origem à *hashtag*. Já #coronavirus, #COVID19, #coronavirusbrasil, #covid e #G1 estariam enquadrados no regime da imitação, ou seja, concebidos como não diferença. No tocante às dez *hashtags* mais analisadas não se observou nenhuma que tenha se enquadrado no regime da recriação. Por fim, as *hashtags* #bbb20 e #redebbb, por não apresentarem uma identidade sêmica com a proposta de #perguntacorona, inscrevem-se no regime da invenção, passando a constituir uma outra cadeia de propagação.

Do ponto de vista das interações discursivas, sete das dez *hashtags* analisadas são caracterizadas por menor transitividade e emergência de sentido e da interação fechada, sendo que, em #PerguntaCorona, #perguntacoronavirus e #combateaoCoronavírus, o enunciatário reopera do sentido. Já #coronavirus, #COVID19, #coronavirusbrasil, #covid e #G1 o enunciatário é convencido, ou seja, existe uma transitividade das posições regida pelo enunciador de #perguntacorona. Somente no caso das *hashtags* #bbb20 e #redebbb o enunciatário rejeita o contrato do enunciador e passa a enunciar um sentido distinto daquele proposto pelo enunciador. Apenas nesse caso, observam-se maior transitividade e emergência de sentido e da interação aberta.

ANÁLISE DOS USUÁRIOS

Nesta última seção analítica, são examinados os dez perfis do Twitter que mais se relacionaram com a *hashtag* #perguntacorona. Na tabela a seguir, encontram-se

os referidos usuários, em ordem decrescente de menções, e quantidade de vezes em que foram citados.

Tabela 7

Dez usuários mais relacionados à #perguntacorona

Ordem decrescente de menções	Usuário	Menções
1º	@RedeGlobo	248
2º	@perguntacorona	87
3º	@MarcioGreporter	65
4º	@g1	42
5º	@alcione	32
6º	@jairbolsonaro	22
7º	@MarcioGreporter.	21
8º	@RedeGlobo.	14
9º	@GloboNews	11
10º	@flemengo	10

Nota. Grupo MediaAção (2021).

Observa-se que os usuários @RedeGlobo, @perguntacorona, @MarcioGreporter, @g1, @MarcioGreporter., @RedeGlobo. e @GloboNews, respectivamente os primeiro, segundo, terceiro, quarto, sétimo, oitavo e nono usuários em ordem decrescente de menção, fazem referência direta ou indireta à *hashtag* #perguntacorona, lançada no programa *Combate ao Coronavírus*, exibido pela Rede Globo e apresentado pelo jornalista Marcio Gomes. Desses usuários, @perguntacorona não existe e @MarcioGreporter. e @RedeGlobo. estão grafados com ponto (.) no final, sendo, portanto, variações de @MarcioGreporter e @RedeGlobo. Com exceção de @perguntacorona, que é uma variação da escrita de #perguntacorona, os demais fazem referência seja ao jornalista que conduzia o programa responsável pela *hashtag* em questão, seja a uma das marcas do grupo Globo: Rede Globo, G1 e GloboNews. Portanto, todos eles, de alguma forma, tematizam a pandemia de covid-19, veiculando, portanto, uma isotopia da comunicação de saúde.

Já o usuário @jairbolsonaro, sexto em ordem decrescente de menções, faz referência ao então presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, ator político ligado ao tema do negacionismo científico.

Por sua vez, o usuário @alcione, quinto em ordem decrescente de menções, faz referência à cantora brasileira Alcione. Em busca cruzada no Google com @alcione e #perguntacorona, observou-se o anúncio da primeira *live* solidária¹¹ da cantora em 20 de abril de 2020, o que remete às isotopias sanitária e do entretenimento/cultura. Já o usuário @flamengo refere-se ao time de futebol carioca

¹¹ Alcione Marrom (2020, 16 de abril). *Alcione apresenta: Live Solidária!* Facebook. <https://bit.ly/3Ur0HDj>

Flamengo. Ao que tudo indica @flamengo era um *trending topic* do Twitter que, por algum motivo, passou a se relacionar com a *hashtag* #perguntacorona.

Assim, considerando os regimes de propagação, o usuário @perguntacorona, por se tratar de um mínimo agenciamento no sentido, enquadra-se no regime da replicação. Os usuários @MarcioGreporter, @MarcioGreporter., @RedeGlobo, @g1, @RedeGlobo. e @GloboNews já implicam um pequeno afastamento sêmico a partir da proposta do enunciador de #perguntacorona, inscrevendo-se no regime da imitação. Já @bolsonaro e @alcione, por sua vez, relacionam-se com o regime da recriação, considerando uma mudança de segundo grau. Por fim, o usuário @flamengo por não apresentar, *a priori*, nenhum vínculo semântico com #perguntacorona, encontra-se no regime da invenção, passando a constituir outra cadeia de propagação.

Tomando agora o modelo das interações discursivas, entende-se que o usuário @perguntacorona reopera o sentido, de modo a constituir uma interação intransitiva, já os usuários @MarcioGreporter, @MarcioGreporter., @RedeGlobo, @g1, @RedeGlobo. e @GloboNews são convencidos pelo enunciador de #perguntacorona, de modo a constituir uma interação com baixa transitividade. Nesses casos, a emergência do sentido e da interação é fechada. Já tendo em vista os usuários @bolsonaro, @alcione e flamengo, a emergência do sentido e da interação é aberta, havendo, pois, mais transitividade entre enunciador e enunciatário.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Como apresentado anteriormente, esta pesquisa se constrói em torno da seguinte pergunta: como se efetuam a dinâmica de propagação e a construção de sentido de textos relacionados à *hashtag* #perguntacorona e, de forma mais geral, como se constitui a propagação da desinformação? Em última instância, pergunta-se: como pensar semioticamente a propagação da desinformação e sua relação com seu termo contrário, a informação?

O percurso analítico realizado considerou um *corpus* que compreendeu as dez postagens mais compartilhadas, os dez *links* mais compartilhados¹², as dez *hashtags* mais relacionadas e os dez usuários mais relacionados à *hashtag* #perguntacorona. Essa *hashtag*, conforme dito, foi lançada pelo programa *Combate ao Coronavírus*, exibido pela Rede Globo, logo quando a pandemia chegou ao Brasil. O percurso metodológico considerou quatro grandes blocos conceituais que abrangeram: (1) análise de temas, figuras e isotopias; (2) recorrência no plano do conteúdo; (3) regimes de interação e sentido e de propagação; (4) relações entre enunciador e enunciatário e interações discursivas.

¹²No caso das postagens e *links*, nem todos estavam disponíveis ou abriram, conforme explicitado nas seções correspondentes.

A análise de um *corpus* amplo, composto por textos de distintas naturezas – postagens, conteúdo de links, outras *hashtags* e usuários – foi primordial para captar esse ecossistema transmidiático complexo que emergiu em torno da *hashtag* #perguntacorona.

No tocante às postagens mais compartilhadas, observou-se um maior deslocamento sêmico a partir da proposta do enunciador da *hashtag* #perguntacorona. Isso pode ser comprovado, por exemplo, por quatro postagens de teor negacionista. Quanto maior o deslocamento sêmico ou mudança no sentido, mais próximos dos regimes da recriação e da invenção. No que diz respeito às interações discursivas, o enunciatário, na maior parte das vezes, rejeita o contrato proposto pelo enunciador, ou seja, veicula textos dos quais é possível depreender a isotopia de comunicação de saúde, e passa a coenunciar o sentido, tratando de temas como negacionismo científico, afirmação racial ou oferta comercial. No caso da análise das postagens, observou-se uma emergência do sentido e da interação abertos.

Já no que concerne à análise dos links mais compartilhados, os resultados apontam para um menor grau de transformação de sentido ou de deslocamento sêmico, a partir da proposta do enunciador de #perguntacorona. Apenas dois dos links analisados rejeitam parcialmente a proposta do enunciador e um o faz completamente. Tomando os regimes de propagação, a maioria se inscreve no regime da imitação, o que significa uma emergência do sentido e da interação fechados.

Quanto à análise de outras *hashtags* e dos usuários do Twitter mais relacionados com a *hashtag* #perguntacorona, observou-se um resultado bem parecido com o da análise dos *links* mais compartilhados. A partir da análise de temas, figuras e isotopias, percebeu-se que a maioria se inscreve no regime da imitação, o que significa uma emergência do sentido e da interação fechados.

A pluralidade de resultados – que indica distintos graus de transformação de sentido, distintos regimes de propagação que caracterizam o *corpus*, assim como interações discursivas, que vão da intransitividade à máxima transitividade – conduz a um tipo de ecossistema transmidiático pautado por fluxos comunicacionais múltiplos e multifacetados. Portanto, respondendo à questão que orientou este estudo, a dinâmica de propagação e de construção de sentido de textos (postagens, links, outras *hashtags* e usuários) relacionados à *hashtag* #perguntacorona se deu de formas variadas, havendo, pois, não uma dinâmica singular, mas uma pluralidade de dinâmicas de sentido: ou seja, desde um menor grau de transformação de sentido a partir da proposta do enunciador da *hashtag* #perguntacorona, o que implica os regimes de propagação da replicação e da imitação e emergência do sentido e da interação fechados, até um maior grau de transformação de sentido a partir da proposta do enunciador da *hashtag* #perguntacorona, o que implica

os regimes de propagação da recriação e da invenção e emergência do sentido e da interação abertos. Góis e Alzamora, acerca do *corpus* da pesquisa que também foi objeto de análise desta investigação, afirmam:

[...] os resultados nos parecem suficientes para constatar que a dinâmica transmídia de uma *hashtag* com propósito informacional adquire aspectos díspares em contextos de apropriação social próprios das plataformas de redes sociais on-line. A esse processo, tão variado quanto imprevisível, denominamos ecossistema de desinformação em dinâmica transmídia (Góis & Alzamora, 2021, p. 36).

Portanto, a abordagem do *corpus* pela semiótica discursiva e pela sociosssemiótica corrobora tal ecossistema de desinformação em dinâmica transmídia. O próximo item deste artigo, com base nas análises, propõe uma discussão conceitual acerca da propagação da desinformação para responder à segunda parte do problema de pesquisa, ou seja: como pensar semioticamente a propagação da desinformação e sua relação com seu termo contrário, a informação?

CONSIDERAÇÕES FINAIS: LÓGICAS DA PROPAGAÇÃO DA INFORMAÇÃO E DA DESINFORMAÇÃO

Para a proposição do modelo da propagação da informação e da desinformação, é preciso retomar os conceitos de veridicção e de contrato de veridicção. Cabe dizer que a semiótica de Greimas não trata da verdade ontológica, mas da veridicção, ou seja, de um dizer-verdadeiro, que parece verdadeiro, desvinculado do referente externo:

Ao postular a autonomia, o caráter imanente de qualquer linguagem e, pela mesma razão, a impossibilidade de recorrer a um referente externo, a teoria saussuriana forçou a semiótica a inscrever entre suas preocupações não o problema da verdade, mas o do dizer-verdadeiro, da veridicção (Greimas & Courtés, 2008, p. 530).

Desse modo, um discurso é lido como verdadeiro quando um crer-verdadeiro for instalado entre enunciador e enunciatário, ou seja, na relação intersubjetiva fundada na crença entre ambos. Assim, a verdade, a falsidade, a mentira e o segredo “não se estabelecem senão na forma de um equilíbrio mais ou menos estável que provém de um acordo implícito entre os dois actantes da estrutura da comunicação. É esse acordo tácito que é designado pelo nome de *contrato de veridicção*” (Greimas, 2014, p. 117). Portanto, o contrato de veridicção implica, por um lado, um fazer persuasivo por parte do destinador e, por outro, um fazer

interpretativo por parte do destinatário. Desse modo, o sujeito destinador propõe ao destinatário da comunicação um contrato, e o segundo, com base em seus valores, crenças, saberes e paixões, aceita-o ou não. Nesse quadro, ocorre o ato epistêmico que se refere à transformação de um estado de crença em outro. Tal operação se dá por meio da verificação do que é novo e desconhecido àquilo que é antigo e conhecido:

[O] ato epistêmico [...], que serve de prelúdio à comunicação, não é uma simples afirmação de si, mas um passo que é dado, uma solicitação de consenso, uma proposição de contrato, aos quais o enunciatário dará continuidade com um aceite ou uma recusa (Greimas, 2014, p. 135)

Assim, para que o enunciatário creia na “verdade” do enunciador é preciso que ele recorra a seu universo cognitivo dentro do qual se encontram a variante fiduciária, ligada ao crer, e a variante lógica, ligada ao saber. Tal universo cognitivo “não é uma simples enciclopédia cheia de imagens do mundo, mas uma rede de relações semióticas formais entre as quais o sujeito epistêmico seleciona as equivalências de que necessita para acolher o discurso veridictório” (Greimas, 2014, p. 145). Assim, o universo cognitivo do sujeito é formado tanto pela modalidade do crer quanto do saber.

Assim, com base nas análises, é possível dizer que o enunciatário recusou, mas também aceitou o contrato do enunciador com base em seu universo cognitivo. Nesse caso, embora o crer e o saber pertençam ao mesmo universo cognitivo, há um “estiramento”, uma polarização, entre essas modalidades, de modo que o enunciatário ora escolheu a variante fiduciária, ligada ao crer, ora escolheu a variante lógica, ligada ao saber. Portanto, houve casos em que o enunciatário recusou o contrato do enunciador e passou a enunciar sua própria “verdade” discursiva, calcada sobretudo na crença, e houve casos em que o enunciatário aceitou o contrato proposto pelo enunciador de #perguntacorona. No caso, sobretudo da análise das postagens, observou-se um não aceite por parte do enunciatário, que se mostrou inflamado, sensível, movido por paixões, tendo em vista as postagens ligadas aos temas do negacionismo e do pró-bolsonarismo, temas esses que permitem recuperar um enunciatário patemizado. Nesse sentido, para Barros (2020, p. 28):

Quando a interpretação se baseia, sobretudo ou apenas, nas crenças e emoções do destinatário interpretante, os discursos mentirosos são entendidos como verdadeiros. Em outras palavras, por mais absurdos que pareçam, os discursos cujos valores estão de acordo com as crenças e sentimentos do destinatário são

por ele considerados verdadeiros. É o chamado viés de confirmação, tendência de as pessoas acreditarem nas informações que apoiam suas visões e valores, e desconsiderarem as que dizem o contrário.

Com base nos elementos até aqui arrolados, pode-se pensar em um modelo semiótico para a propagação da desinformação e sua relação com seu termo contrário, ou seja, a informação. Tal modelo visa a pensar semioticamente a propagação da informação e da desinformação.

Portanto, é possível fazer as seguintes afirmações: a propagação da desinformação está relacionada a um deslocamento sêmico, ou a uma “deformação” do sentido, realizado pelo enunciatário, considerando a proposta do enunciador; a propagação da desinformação relaciona-se com os regimes de propagação recriação e invenção; a propagação da desinformação implica um maior grau de transitividade ente enunciador e enunciatário, em que muitas vezes o enunciatário recusa a proposta do enunciador, tornando-se outro enunciador; a adesão do enunciatário ao discurso da desinformação ancora-se na variante fiduciária do universo cognitivo, ou seja, no crer; tal adesão ancora-se, segundo Barros (2020), em paixões, em geral malevolentes e relacionadas à intolerância (discursos de ódio), ou no dizer de Landowski (2014), tem uma base estética, ou seja, ligada ao sentir.

Contrariamente, a propagação da informação está relacionada a um menor deslocamento sêmico realizado pelo enunciatário, considerando a proposta do enunciador; a propagação da informação relaciona-se com os regimes de propagação replicação e imitação; a propagação da informação implica um menor grau de transitividade entre enunciador e enunciatário, em que o enunciatário aceita a proposta do enunciador; a adesão do enunciatário ao discurso da informação ancora-se na variante lógica do universo cognitivo, ou seja, no saber; tal adesão baseia-se ainda em aspectos mais inteligíveis do que sensíveis da produção de sentido.

Assim, a partir dos elementos arrolados, é possível propor um modelo que contemple a propagação tanto da informação quanto da desinformação. Dispostas no quadrado semiótico, informação e desinformação desdobram-se nos termos subcontrários não informação e não desinformação. Os termos complementares formam regiões que designamos, respectivamente, lógicas da informação e lógicas da desinformação (figura 8):

Figura 8*Lógicas da propagação da informação e da desinformação**Nota.* Elaboração dos autores.

Finalmente, o diálogo aqui efetuado entre semiótica discursiva e socios-semiótica para analisar a empiria investigada possibilitou o reconhecimento de duas lógicas articuladas, a da informação e a da desinformação, as quais apresentam características distintas, embora propensas a se retroalimentarem mutuamente, conforme os fluxos da elipse (figura 8). Acreditamos que o estudo aqui descrito pode servir de inspiração teórico-metodológica a outros estudos interessados na propagação da desinformação. É preciso salientar que esse modelo considera a desinformação e a informação sempre *em relação* a um enunciado, ou seja, são enunciados responsivos que se erigem a partir de uma forma geradora, que, no caso, foi a *hashtag* #perguntacorona. Assim, noções de lógicas da informação e da desinformação, cada qual com suas especificidades, parecem relevantes para compreender a propagação da desinformação, que, do ponto de vista comunicacional, define a sociedade da desinformação (Alzamora et al., 2021) marcada pela pandemia de covid-19 e pela infodemia. ■

REFERÊNCIAS

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Alzamora, G. (2020). A dinâmica transmídia de notícias falsas sobre ciências: Jornalismo e educação. *Projeto de pesquisa*. IEAT/UFGM.

- Alzamora, G., Mendes, C., & Ribeiro, D. M. (2021). Apresentação. In G. Alzamora, C. Mendes, & D. M. Ribeiro. *Sociedade da desinformação e infodemia* (pp. 15-21). Selo PPGCom/UFGM – IEAT.
- Alzamora, G., Ziller, J., & D'Andrea, C. (2017). Medios y dispositivo: una aproximación a la luz de Michel Foucault. In B. Leal; C. A. Carvalho; & G. Alzamora. (Orgs.). *Textualidades Mediáticas* (v. 1, pp. 45-63). UOC.
- Barros, D. L. P. (2020). As *fake news* e as anomalias. *Verbum: Cadernos de Pós-Graduação*, 9, 26-41.
- Fechine, Y. (2019). *Cultura participativa e interação: Uma abordagem sociosemiótica da propagação em redes sociais*. Centro de Pesquisas Sociosemióticas.
- Fiorin, J. L. (2006). *Elementos de análise do discurso*. 14 ed. Contexto.
- Góis, V; Alzamora, G. (2021). #perguntacorona: Procedimentos metodológicos. In G. Alzamora, C. Mendes, & D. M. Ribeiro. *Sociedade da desinformação e infodemia* (pp. 23-38). Selo PPGCom/UFGM – IEAT.
- Greimas, A. J. (2014). *Sobre o sentido II: Ensaios semióticos*. EdUSP/Nankin.
- Greimas, A. J., & Courtés, J. (2008). *Dicionário de semiótica*. Contexto.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2014). *Cultura da conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável*. Aleph.
- Landowski, E. (2014). *Interações arriscadas*. Estação das Letras e Cores.
- Oliveira, A. C. (2013). Interações discursivas. In A. C. de Oliveira (Ed.). *As interações sensíveis: Ensaios de sociosemiótica a partir da obra de Eric Landowski* (pp. 235-249). Estação das Letras e Cores; Editora do CPS.
- Presidente da Fundação Palmares nega existência do racismo estrutural (2020, 20 de novembro). *Poder 360*. <https://bit.ly/3ZURcNJ>
- Ribeiro, D. M., Mendes, C. M., & Alzamora, G. C. (2022). *A relação entre crença e verdade no contexto da desinformação: Uma leitura comparativa de Peirce e Greimas*. [Apresentação de trabalho]. 31º Encontro Anual dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Imperatriz, Maranhão, Brasil.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.

Artigo recebido em 11 de dezembro de 2020 e aprovado em 27 de abril de 2021.