

DESINFORMACIÓN EN LA ELECCIONES BRASILEÑAS DE 2018: CONDICIONES DE PRODUCCIÓN

DOI: 10.47677/gluks.v23i1.354

Recebido: 15/02/2023

Aprovado: 07/06/2023

SOARES, Thiago Barbosa ¹

LISBOA, Andréia Muniz ²

RESUMEN: Este texto procura identificar algunas condiciones de producción de las que emerge el fenómeno de las *fake news* y analizar algunos de sus funcionamientos en la sociedad contemporánea brasileña. Para realizar esta investigación, analizamos tres hechos que se difundieron en Brasil durante las elecciones presidenciales de 2018, obtenidos de las agencias de control de noticias, *aos fatos* (2020) y *lupa* (2018). En la descripción e interpretación del corpus discursivo, movilizamos las nociones de formaciones imaginarias y formación discursiva, a partir de los trabajos derivados del Análisis del Discurso de filiación pecheutiana. Los resultados mostraron, entre otras cosas, el funcionamiento de la posición-sujeto candidato religioso, movilizándolo efectos de sentido de protección de los niños, la escuela como lugar de adoctrinamiento y la familia como un entorno seguro para enseñar sobre sexualidad.

PALABRAS CLAVE: *Fake news*, Análisis del Discurso, kit gay, Condiciones de producción.

Introducción

Los acontecimientos políticos en 2016 como las elecciones presidenciales de Estados Unidos, seguidas del Brexit, el proceso de salida del Reino Unido de la Unión Europea iniciado en 2017, y las elecciones presidenciales de Brasil en 2018, han dado visibilidad a un fenómeno que actualmente se denomina *fake news*, un término de origen inglés que se utiliza

¹ Bolsista de produtividade do CNPq, doutor em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), professor adjunto no curso de Letras e no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Tocantins (UFT). É líder do Grupo de Estudo de Análise do Discurso (GEstADI - UFT) e membro pesquisador do Grupo de Estudos em Análise do discurso e História das ideias linguísticas (VOX - UFSCar). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8919327601287308>. Email: thiago.soares@mail.uft.edu.br.

² Graduada em Letras pela Universidade do Estado da Bahia - UNEB. É especialista em Literatura Brasileira pela Universidade do Estado da Bahia - UNEB. Atualmente é mestranda em Letras pela Universidade Federal do Tocantins (UFT), com bolsista (CAPES), e integrante Grupo de Estudo de Análise do Discurso (GEstADI - UFT). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1559499447475577>. Email: andreia.lisboa@mail.uft.edu.br.

para designar las noticias falsas. Para entender el fenómeno de las *fake news* que emergen en la contemporaneidad, es necesario volver la mirada a la historia. Desde la antigua Grecia, las noticias falsas han formado parte de la sociedad, como señala Darnton (1995, p. 1, nuestra traducción), "tal vez podamos aprender algo sobre las artimañas de los medios de comunicación si echamos un vistazo a los montones de basura del pasado". En la historia hay varios ejemplos de noticias falsas que representaron un riesgo potencial para las relaciones sociales, la vida de las personas, la salud pública y la política. A continuación, citaremos uno de ellas.

Una historia relacionada con las noticias falsas que adquirió proporciones internacionales fue el conflicto social y político que se produjo en la Tercera República de Francia a finales del siglo XIX, el caso Dreyfus. Este caso fue considerado como un error polémico judicial en la historia de Francia que duró 12 años y dividió al país en dos bandos, los *dreyfusards*, los republicanos vinculados a las fuerzas de izquierda, que estaban a favor de la inocencia de Dreyfus; y los *antidreyfusards*, la derecha vinculada a las fuerzas armadas y la iglesia, a favor de la condena de Dreyfus. Como nos cuenta Arendt (1987), Alfred Dreyfus era un oficial judío que ocupaba el puesto de capitán de artillería en el Estado Mayor del Ejército Francés. Él fue acusado de vender información confidencial a los alemanes y condenado a prisión perpetua, en 1894. De acuerdo con Arendt (1987), la sentencia fue anulada después que Walsin Esterhazy asumió que era el autor de la carta, sin embargo, Arendt (1987) argumenta que nueve años después de la concesión de perdón, Alfred Dreyfus fue agredido en la calle; el tribunal de París absolvió al agresor basándose en el desacuerdo con la decisión de exoneración a Dreyfus, para explicar la decisión que tomó al absolver a tal agresor.

El caso Dreyfus nos ayuda a comprender el fenómeno de las *fake news* y sus matices de interpretación. Veamos, como nos cuenta Arendt (1987) Dreyfus era un oficial judío falsamente acusado, condenado y posteriormente absuelto por haber vendido información confidencial a los alemanes. Haciendo un gesto de interpretación de lo informado por el autor, entendemos que hay dos fenómenos que están interconectados: "hecho" y "noticia". Por lo narrado por la autora, entendemos que la noticia difundida en la que acusa a Dreyfus en los periódicos que circularon no es falsa, es cierta. Por otra parte, la acusación que se hizo que se considera falsa. Así, los periódicos no crearon una "mentira", se transmitió una "mentira" creada en otro lugar, en otra temporalidad y que en el momento en que se da a conocer en los medios de comunicación adquiere una dimensión diferente. Volviendo la mirada a la

configuración del fenómeno de las *fake news* en la actualidad, observamos que hay muchos puntos en común con el desenlace del caso Dreyfus.

La primera es que no todo lo que se discursiviza en las plataformas digitales como "*fake news*" son en realidad noticias falsas, pueden ser una confabulación de hechos, falsedades, montajes, entre otras nomenclaturas. La segunda es que las noticias falsas de modernidad están relacionadas con el concepción de la verdad. De acuerdo con Lisboa y Soares (2022), la búsqueda de la verdad ha sido un problema desde la Antigua Grecia. En la era posmoderna, con las tecnologías digitales y los individuos tecnológicos, la verdad "es una construcción social que se está concibiendo de forma relativa" (LISBOA; SOARES, 2022, p. 92-93). El relativismo, como señalan los autores, es uno de los principales instrumentos de constitución del fenómeno de las *fake news*, que ha influido directamente en la ciencia, el periodismo y la Historia, contribuyendo a que todas las 'verdades' tengan su espacio. Con eso "así, el discurso como herramienta de construcción de la realidad social, en los tiempos actuales, sitúa a la sociedad en una profundización de la crisis sociopolítica existencial, con consecuencias a corto, medio y largo plazo." (LISBOA; SOARES, 2022, p. 93, nuestra traducción).

Por lo tanto, comprender la terminología más asertiva es sólo la punta del *iceberg*, dado que estas definiciones -es verdad y mentira- es sólo una herramienta de una estructura mayor incorporada como "desinformación". Dejemos para otro momento estas discusiones en torno a la aplicabilidad conceptual de este fenómeno, nos interesa aquí es identificar algunas de las condiciones de producción que surge el fenómeno de las *fake news* y analizar algunos de los funcionamientos de estas en la sociedad contemporánea. Este estudio³ se justifica en el hecho de que las noticias falsas están cada vez más presentes en la coyuntura actual. Por ello, es importante comprender las condiciones de producción en la actualidad, ya que los contenidos difundidos producen discursos y prácticas discursivas que afectan a la vida social e individual de los individuos. Para este estudio, presentaremos inicialmente algunas condiciones de producción de las *noticias falsas* y analizaremos brevemente tres hechos difundidos en las redes sociales durante las elecciones brasileñas de 2018. En la descripción/interpretación del corpus discursivo, emplearemos las concepciones del Análisis del Discurso derivado de los trabajos de Pêcheux (1997, 2014).

³ Cabe señalar que las discusiones aquí propuestas forman parte de los resultados parciales de la tesis de maestría en curso titulada de forma provisional, Funcionamento Discursivo das Fake News circuladas nas eleições presidenciais brasileiras de 2018.

Condiciones de producción de las *fake news*

El Análisis del Discurso (AD) desde la perspectiva de Michel Pêcheux concibe el discurso como un lugar que establece la relación entre el lenguaje y la historia, articulando la teoría del discurso con una teoría de la ideología en el marco del materialismo histórico (MALDIDIER, 2011). Para el AD, el discurso es un acto de lenguaje que considera los aspectos ideológicos socio-históricos de la exterioridad de la lengua (PÊCHEUX [1969], 1997). Por lo tanto, en el proceso de significación, los sentidos son afectados por la lengua a partir de una determinada condición de producción que "implica lo material (de la lengua del sujeto al equívoco y la historicidad), lo institucional (la formación social y su orden) y el mecanismo imaginario" (ORLANDI, 2015, p. 38, nuestra traducción). Los sentidos producidos por el sujeto del discurso no son fijos, sufren transformaciones a partir de un determinado contexto social e histórico que determina las posiciones ideológicas que ocupa el sujeto del discurso. Son las condiciones de producción del discurso las que interfieren en la producción de sentidos, "las relaciones del lenguaje son relaciones de sujetos y sentidos y sus efectos son múltiples y variados. De ahí la definición de discurso: el discurso es un efecto de sentidos entre interlocutores" (ORLANDI, 2015, p. 20, nuestra traducción).

Los procesos de la era da información están afectado por los aspectos discursivos de la lengua. Con la emergencia de las primeras plataformas de relaciones virtuales produce un cambio en la comunicación entre las personas y de éstas con la sociedad. Según Dias (2018) "lo digital ha producido un cambio en la discursividad del mundo" (DIAS, 2018, p. 9, nuestra traducción); esto se debe a las relaciones socio-históricas o ideológicas que constituyen a los sujetos y producen sentidos a través de lo digital. La reestructuración de internet ha proporcionado las reformulaciones para la web 3.0. En ella, la creación de sistemas de información y comunicación corroboró en los avances de los estudios, entre otras cosas, la creación de más plataformas de entretenimiento y redes de relaciones virtuales. Según Dias (2018), en el proceso de historización de la tecnología y la búsqueda de significados digitales, los sujetos que son participantes activos de este mundo cibernético asumen posiciones y estas son controladas por los aparatos ideológicos del Estado, ya que, en la sociedad capitalista "las relaciones de poder se basan en la producción de dispositivos de control sobre el otro y sobre los deseos del otro" (DIAS, 2018, p. 26, nuestra traducción).

La cibernética y su demasiada repercusión en todos los espacios sociales permite a los individuos la inserción en este entorno digital y, más que eso, los desdoblamientos de este

mundo virtual producen una nueva identidad social de los individuos. Aunque como sostiene Dias (2018), esta coyuntura digital borra de alguna manera los aspectos políticos e ideológicos del proceso de significación. La sociedad en red fue uno de los principales cambios aportados por la tecnología de la información. Y con la popularización de los medios sociales, los individuos pasaron de ser agentes pasivos que consumían los contenidos a agentes integradores de este mundo cibernético, creando sus propios contenidos, lo que hace, hoy en día, una profesión. A partir de estas transformaciones, internet deja de ser una parte de la sociedad y pasa a cumplir una necesidad fisiológica en la vida de las personas.

Con la estructuración de la internet fue posible crear ambientes especializados en los que los usuarios pueden crear "su propio mundo y un campo de reflexión" (OLIVEIRA; MAZIERO; ARAÚJO, 2018, p. 62, nuestra traducción). Con la democratización de Internet, la red se ha convertido en un espacio para la producción de contenido. En los medios sociales digitales, los *influencers*, blogueros, *youtubers* y *tiktokers*, son nuevas profesiones en una sociedad dominada por los medios de comunicación. Ellos ofrecen a sus seguidores diversos contenidos como salud, belleza, viajes, moda, entre otros. En resumen, muestran el éxito que tienen y cómo sus seguidores pueden alcanzar este status social. Cuantos más *likes* y visualizaciones más famosos y evidentes serán. Estas personas tienen una multitud de seguidores que los acompañan a diario, reenviando sus contenidos. Estos famosos son los "sujetos del éxito" (SOARES, 2020). Cuando se trata de *fake news*, teniendo en cuenta los lugares sociales que ocupa el sujeto en la sociedad y su representación en los medios de comunicación, podemos inferir que la difusión de noticias falsas por parte de los sujetos de éxito tiene un trato diferente.

Según Soares (2016, p. 1082, nuestra traducción), en la sociedad actual "el éxito está ligado a la producción de sujetos y sentidos por esferas privilegiadas de difusión de discursos del éxito, a saber, los medios de comunicación, la literatura e internet". Las informaciones difundidas por los medios de comunicación están cargados de sentidos. A través de los procedimientos utilizados por las plataformas de medios, los contenidos para garantizar la fiabilidad de lo que se informa, ganan un status de fiabilidad "influyendo una determinada percepción de los hechos relatados y, al mismo tiempo, configurando un acceso a muchos contextos sociales" (SOARES, 2022, p. 49, nuestra traducción). Tomando la concepción del autor sobre la voz del éxito, para la comprensión de las *fake news*, vemos que la repercusión de un hecho también está dada por la voz de quien habla y el lugar que ocupa. En la difusión

de noticias falsas, las voces de éxito son parte importantes para validar y dar credibilidad al contenido, debido a que, en la sociedad contemporánea, el éxito "es una formación social desde la que hay que entender la ideología reproducida en el discurso, que, a su vez, se imprime en la práctica de la lengua" (SOARES, 2016, p. 1082, nuestra traducción).

Según Mariani (2018), los textos, vídeos o imágenes que se difunden en internet se producen como una forma *prêt-a-porter*, materialidades que están "listas para el consumo" (MARIANI, 2018, p. 4, nuestra traducción) es decir, para ser consumidas de forma rápida. Para la autora, "en este proceso de subjetivación se ponen en juego las formaciones imaginarias, es decir, la imagen que el sujeto se hace de sí mismo, del otro que le envía y de aquél al que se le reenvía el *WhatsApp* son coincidentes o muy próximas (...)" (MARIANI, 2018, p. 5, nuestra traducción). Conforme la autora, el sujeto que recibe un mensaje y lo transmite por *WhatsApp*, *Facebook* o *Twitter*, además de identificarse con la formación discursiva inherente al mensaje, divulga esta posición. Según el pensamiento de Mariani (2018), aunque los mensajes instantáneos no tienen autoría debido a su automatización en el reenvío, en el proceso de circulación de estas materialidades discursivas, el *WhatsApp* "se subjetiva en la medida en que es transmitido por ciertos sujetos inscritos en el juego de las formaciones imaginarias" (MARIANI, 2019, p. 6, nuestra traducción).

Conforme Mariani (2018), los efectos de autoridad y verdad de lo dicho y reenviado son producidos por quien recibe y reenvía los mensajes de manera que "el sostenimiento del decir funciona horizontalmente en la red de familiares, amigos o compañeros de trabajo que se encuentran en la agenda telefónica o en el grupo de amigos de *Face* y/o *Instagram*" (MARIANI, 2018, p. 6, nuestra traducción). Cuando dirigimos nuestra mirada a las condiciones de producción de *fake news*, a partir de las reflexiones realizadas por la autora, veremos que gran parte de los contenidos producidos se envían en grupos específicos, en burbujas virtuales, en las redes sociales en las que estamos inscritos y que, la mayoría de las veces, están compuestas por personas como amigos, familiares o simpatizantes en los que "confiamos". La imagen que tenemos de un determinado sujeto hace creíble o no el mensaje que recibimos, hasta el punto de reenviarlo o no a otras personas que creemos que, como nosotros, tienen las mismas posiciones ideológicas. Son las formaciones imaginarias que tenemos del sujeto que definirán, en cierto modo, la transmisión del contenido enviado o lo validarán. A continuación analizaremos tres hechos que fueron divulgados en las redes

sociales, durante las elecciones presidenciales brasileñas de 2018, tomados de las agencias de control de noticias, *aos fatos* (2020) y *lupa* (2018).

Análisis de las *fake news* en la sociedad brasileña

En 2004, el gobierno federal puso en marcha el programa para combatir la violencia y la discriminación contra la comunidad LGBTQIA+. A partir de este programa, una de las directrices propuso la elaboración del proyecto "Escuela sin Homofobia". El proyecto fue desarrollado por ONG (Organizaciones no gubernamentales) apoyadoras de las causas LGBTQIA+ y otros movimientos sociales y políticos, en convenio con el Fondo Nacional de Desarrollo de la Educación (FNDE), financiado por el Ministerio de Educación, a través de recursos aprobados por la enmienda parlamentaria de la Comisión Legislativa Participativa (BRASIL, 2004). El proyecto tenía como objetivo contribuir en la implementación y eficacia de acciones que garantizaran el respeto y la no discriminación de la orientación sexual y la identidad de género en el entorno escolar brasileño. Algunas de las actividades que se desarrollarían en el proyecto fueron la formación de equipos multidisciplinares para evaluar los libros de texto con el fin de ampliar el debate referente a los aspectos discriminatorios de orientación sexual, además de incentivar la producción de materiales educativos y la difusión de materiales específicos para la formación de profesores (BRASIL, 2004).

El proyecto se finalizó en 2011, y cuando estaba a punto de imprimirse, la bancada evangélica del Congreso Nacional y los sectores conservadores de la sociedad iniciaron una campaña en contra del proyecto, alegando que se refería a un supuesto "kit gay" cuyo propósito era estimular la homosexualidad en las escuelas. Debido a la presión, el proyecto fue suspendido. Tomando como referencia este proceso, en las elecciones presidenciales de 2018 en Brasil, circularon en las redes sociales una serie de contenidos sobre el proyecto Escuela sin Homofobia, titulado como kit gay. A partir de estas consideraciones, analizaremos tres hechos que circularon en el periodo electoral de 2018 en Brasil. A continuación, analizaremos el primer hecho, seguido de dos secuencias discursivas (SDs), tomadas del interior de lo contenido. Veamos:

SD 1: "Haddad el candidato del **kit gay**"⁴ (MENEZES, 2020)

4 No original: SD1 "Haddad é o candidato do **kit gay**" (MENEZES, 2020).

SD 2: "¿Niños de 6 años tendrán clase de **homoafectividad** en las escuelas?"⁵ (MENEZES, 2020)

Inicialmente, es importante destacar que tenemos aquí dos materiales digitales sobrepuestas. La primera es un póster elaborado en febrero de 2012, expuesto en la puerta del despacho del entonces diputado federal Jair Messias Bolsonaro, ex-presidente de Brasil, que se tomó esta foto al lado del póster para publicarla en sus redes sociales. La otra imagen es la divulgación de esta foto en las redes sociales durante las elecciones presidenciales de Brasil en 2018. Para Dias (2015) en AD, la lectura del archivo digital parte del momento de su circulación y actualización, de la forma en que este movimiento ocurre, actualiza y produce sentidos. Conforme la autora, lo que interesa en el análisis del discurso digital no son los resultados de la búsqueda o el origen de los archivos en las plataformas digitales, sino "las correspondencias que estos datos suscitan en nosotros" (DIAS, 2015, p. 974, nuestra traducción).

Observamos que la forma en que se moviliza la imagen del candidato a la presidencia produce el efecto de sentido de la verdad sobre los temas planteados en el póster. La imagen que tenemos del "pulgar hacia arriba" -representada en la imagen del candidato a la presidencia del Partido de los Trabajadores- la posición do pulgar indica que algo es cierto o que hay un acuerdo sobre algún hecho. Estos significados se informan a través de procesos que actualizan lo ya dicho sobre esta señalización. Si, por ejemplo, la imagen del candidato señalara el pulgar hacia abajo, el significado cambiaría, produciendo un efecto de negación en cuanto a las preguntas del póster. Además, la imagen del candidato en el póster produce sentidos para validar lo escrito, a través de la trayectoria de los partidos de izquierda y sus políticos que la representan y que luchan por las minorías marginadas de la sociedad. Estas formaciones discursivas actualizan el efecto de sentido de la verdad sobre el tema que se plantea en el póster.

En la parte derecha de la imagen se sitúa el candidato a la presidencia del Partido Social Liberal, con un traje social, señalando con el dedo índice de la mano derecha el póster. El semblante serio produce una imagen de hombre preocupado por los temas que se plantean. Habla la posición sujeto candidato- de derecha, alineado con los principios religiosos cristianos, que considera que las relaciones afectivas deben ser heterosexuales y que la

5 No original: SD2 "As crianças de 6 anos terão aula de **homoafetividade** nas escolas?" (MENEZES, 2020).

homosexualidad es una perversión, un acto pecaminoso. En este punto vale la pena señalar las características que constituyen el movimiento de extrema derecha en Brasil, que según Carvalho (2018) está representado por la exaltación del nacionalismo, sus aspectos ideológicos tienen características ultraconservadoras que en muchos casos lleva a "la percepción de superioridad en relación con otras culturas e incluso comportamientos de prejuicio y xenofobia" (CARVALHO, 2018, p. 1). Tenemos como ejemplo el Movimiento Brasil Libre que, aunque tuvo sus bases fundacionales durante el período de la gobernación de Dilma Rousseff en 2016, se convierte en un punto de encuentro para la formación de la extrema derecha en Brasil. Entre los principios del movimiento está el "fin de todas las formas de discriminación oficial instituidas a través de cuotas raciales o de género" (MBL, 2023).

Otro punto importante la imagen es el color de las letras utilizadas para el título y el subtítulo, vemos que la elección del color negro produce un efecto de sentido de autoritarismo, no hay neutralidad, sino una imposición, una validación de la verdad de lo abordado en el póster. Históricamente, según Orlandi (2015), el color negro en el ámbito político se relaciona con los ideales conservadores de la derecha, como el movimiento del fascismo, las dictaduras, y el nazismo, entre otros. Así, el color negro representa los regímenes totalitarios y la represión de la libertad. El color rojo está relacionado con los ideales de la izquierda, el rojo está vinculado a las revoluciones de la clase obrera, el comunismo, el anarquismo y otros. La imagen el color negro retoma la memoria de la política de derechas y sus valores conservadores, ya el color rojo, as posiciones revolucionarias de la izquierda. Este movimiento discursivo desliza hacia efectos de significación de la derecha como vía política preocupada por los niños y, por tanto, se colocan en una posición de salvadores y defensores de la familia. Mientras que la izquierda sería una amenaza para la permanencia de estos valores.

En la SD1 tenemos en funcionamiento do discurso moralista poniendo en funcionamiento la imagen del candidato religioso destaca la posición-sujeto candidato religioso defensor de la moral y las buenas costumbres de la familia tradicional brasileña acuñada en los valores cristianos. También hay un cambio de sentidos en el enunciado kit gay. El sentido del kit como objeto de carácter sexual que se utilizaría en la educación infantil se muestra en el discurso religioso, que señala el sentido de que los materiales son inapropiados para los niños porque pueden inducirles a optar por las relaciones homosexuales. El sentido presente en el enunciado se basa en que el candidato dice que quiere proteger a los niños de la

sexualización infantil, además de alertar a los padres de que esta práctica en la escuela no es acorde con la religión cristiana. No obstante, no se dice que no se trata de un kit de objetos sexuales, sino de materiales que buscan promover la educación sexual y combatir la discriminación sexual y de género. Los sentidos ya dichos que se inscriben en la formación discursiva religiosa ponen en funcionamiento el enunciado kit gay como un instrumento autoritario que, al ser incluido en las escuelas para niños de 6 años, pone en riesgo la protección y los expone a la sexualización infantil.

La memoria discursiva es "el conjunto de dichos ya dichos y olvidados que determinan lo que decimos, sosteniendo la posibilidad misma de decir. Para que nuestras palabras tengan sentido, es necesario que ya lo tengan" (ORLANDI, 2001, p. 56). En la materialidad, la palabra homoafectividad actualiza la memoria discursiva los sentidos tácitos de homosexualidad, opción sexual y vulnerabilidad infantil. Los niños expuestos a este material recibirían clases que no tienen que ver con las enseñanzas cristianas. En este aspecto, "las clases de homoafectividad" producen el efecto de sentido de la sexualización infantil. Por lo tanto, los niños no deberían conocer este tipo de contenidos, especialmente en las escuelas. La imagen de la escuela funciona como un lugar para promover el conocimiento sobre el mundo y no debe interferir en la sexualidad de los niños. En contrapartida, funciona la proyección imaginaria del lugar de la familia, que se moviliza por los efectos de sentido de cuidado, la protección de los niños, el lugar adecuado para educarlos en materia de sexualidad sobre la base de las enseñanzas religiosas. Tenemos entonces la imagen de la escuela funcionando como un ambiente para dar clases sobre las relaciones homosexuales y la imagen de la familia como un lugar para enseñar sobre la educación sexual basada en valores cristianos.

En la misma época de vinculación del hecho analizado circuló en las redes sociales otro hecho con una temática similar. A continuación, haremos el análisis.

SD 1: **Con toda certeza un componente del kit gay** del entonces Ministro de Educación de Lula, Fernando Haddad.⁶ (MARÉS, 2018).

SD 2: ¡Mire el **ejemplo del individuo!** ¿De verdad cree que un hombre así puede ser Presidente de la República? ¡Nunca!⁷ (MARÉS, 2018)

⁶No original: SD1 "Com toda certeza um componente do kit gay do então Ministro de Educação do Lula, Fernando Haddad" (MARÉS, 2018).

⁷No original: SD2 "Olha o exemplo de cidadão! Acha mesmo que um cara desse pode ser presidente da república? Jamais!" (MARÉS, 2018).

Las secuencias discursivas anteriores dentro de la propia figura en la que estaban incrustadas se difundieron en plataformas digitales durante las elecciones presidenciales de 2018 en Brasil. De nuevo tenemos dos materiales digitales superpuestos. El póster original fue en *Instagram* y repostado en *facebook*. Más abajo tiene la etiqueta de 113 usuarios que reaccionaron a la publicación, 33 comentaron y 117 compartieron. La imagen que complementa el póster es una fotografía del candidato a la presidencia Fernando Haddad sosteniendo con su mano derecha un objeto de goma que representa los órganos sexuales masculinos, de color negro. En la SD 1, recortamos el enunciado “Con toda certeza, un componente del kit gay” para el análisis. Al relacionar el objeto que se muestra como un componente del kit gay se "aprueba" su existencia. Esta imagen moviliza la memoria discursiva sobre el sexo basado en los valores cristianos. Tenemos entonces, la imagen del sexo destinado a la procreación considerado como algo casto y santo y la imagen del sexo fuera de la norma religiosa. Por lo tanto, hay un juego en funcionamiento de formaciones imaginarias.

La imagen del sujeto religioso que ocupa la posición de defensor de la familia tradicional brasileña acuñada en los valores cristianos, que concibe el sexo como algo divino y destinado a la procreación. Y la imagen del sujeto no religioso que defiende la institución del kit gay en las escuelas para niños de 6 años, y que concibe el sexo como placer de la carne. La ideología de la represión de la sexualidad, inserta en el ámbito religioso, regula la conducta sexual de los individuos. Así, el que es "capaz de apartarse del placer, como una tentación en la que sabe que no debe caer, es una figura familiar al cristianismo, como lo era la idea corriente de que esta renuncia es capaz de dar acceso a una experiencia espiritual de verdad y amor, que quedaría excluida por la actividad sexual" (FOUCAULT, 1984, p. 21). Por lo tanto, la cuestión sobre el placer sexual no está en evitar hablar de él, sino en cómo es tratado, dónde debe ser tratado, en qué ambientes debe manifestarse y en qué condiciones debe ser reprimido.

La imagen que tenemos de la posición del candidato presidencial en la historia es la de un hombre blanco y heterosexual que debería ser una persona de respeto, una autoridad que nunca aparecería con una camiseta normal sosteniendo un objeto sexual de goma. De acuerdo con Oliveira (2015) "los políticos son actores sociales y necesitan comunicarse de alguna forma con sus espectadores. Su imagen se construye y se difunde en cada nueva aparición" (OLIVEIRA, 2015, p. 23). La ropa también es discurso y se inserta en un complejo

ideológico, una identidad colectiva que simboliza su partido y sus convicciones políticas. El enunciado "ejemplo" se convierte en el sentido negativo, el ejemplo a no ser seguir que lo descalifica para la tarea de gobernar un país. El color y el tamaño del objeto sexual también funcionan discursivamente en la imagen. El color negro proyecta la imagen sugieren que sean hombres negros que ministrarán las clases. El tamaño moviliza la memoria discursiva de que los hombres negros tienen órganos sexuales más grandes que los blancos. Sin embargo, esta imagen retoma el sentido de lo prohibido, del libertinaje y de los discursos sobre la pedofilia.

A continuación, analizaremos el tercer hecho que circuló durante las elecciones presidenciales de 2018 en Brasil.

SD 1: Fernando Haddad el creador del kit gay y el candidato del PT⁸ (BECKER, 2018).

SD2: Elijamos a Bolsonaro Urgente Salvemos a Nuestros Niños⁹ (BECKER, 2018).

SD3: Fue por causa del kit gay creado por el PT que Bolsonaro fue llamado¹⁰ homofóbico (BECKER, 2018).

La figura 3, se difundió en las redes sociales durante el periodo electoral de 2018 en Brasil como portada de la cartilla del proyecto Escuela sin Homofobia. Observamos que en la materialidad hay dibujos de parejas homosexuales. En un plano destacado hay un dibujo de dos hombres teniendo sexo. Las proyecciones de imágenes sobre el sexo como tabú, de tal manera que el sujeto que observa esta imagen es atravesado por el discurso religioso que produce el efecto de sentido de pecado, orgía, fornicación, causándole incomodidad. De este modo, el sexo funciona discursivamente como algo prohibido, ya que, según las enseñanzas religiosas, el acto sexual debe ser una práctica heterosexual que se realiza después del matrimonio para consumarlo, satisfacer al marido y generar hijos. Todo lo que se aleje de esto se considera pecaminoso y prohibido. En la materialidad también tenemos la imagen del sexo como placer de la carne que se transmite a las parejas homosexuales.

Para Orlandi (2001), la formación discursiva representa el lugar de constitución, identificación del sujeto y, es a través de ella que “el sujeto adquiere identidad y lo sentido adquiere unidad, especificidad, límites que lo configuran y lo distinguen de los demás,

8 No original: SD1 “**Fernando Haddad é o criador do kit gay e candidato do PT**” (BECKER, 2018).

9 No original: SD1 “**Vamos eleger Bolsonaro Urgente Vamos salvar nossas crianças**” (BECKER, 2018).

10 No original: SD3 “**Foi por causa desse kit gay criado pelo PT que Bolsonaro foi chamado de homofóbico**” (BECKER, 2018).

exteriormente, relacionándolo con los demás, interiormente” (ORLANDI, 2001, p. 103, nuestra traducción). El color rosa de la imagen produce sentidos históricamente materializado de que el color rosa a algo que pertenece a las mujeres. Estas redes de reformulaciones discursivas actualizan la memoria de la mujer bella, modesta, sensible, de sexo frágil, sumisa (SOARES, 2021). Lo que no ocurre con el color azul, históricamente utilizado para caracterizar objetos relacionados con el hombre, en lo simbólico tenemos el color azul como algo viril, masculino, fuerte. El color elegido en el enunciado kit gay actualiza la memoria discursiva que existe en la sociedad de que los Gais son comparados con "mujercitas". La imagen del sujeto hetero conservador de la familia está en funcionamiento, produciendo los efectos de sentido de la virilidad, la masculinidad. Y la imagen del sujeto homosexual para el sujeto conservador heterosexual de no ser hombre, porque para serlo, necesitan ser machos, viriles, fuertes. Por lo tanto, los Gais son colocados en el mismo lugar que las mujeres, en posiciones subordinadas.

Según Indursky (2011) los significados que son producidos por los sujetos están entrelazados por un proceso discursivo que se ve afectado por formaciones ideológicas y por el inconsciente, por lo que su decir “se inscribe, sin que él se dé cuenta, en una determinada Formación Discursiva, a partir de la cual no sólo sustrae los elementos de conocimiento que se organizan en su discurso, sino que, sobre todo, se significa a sí mismo significando o resignificando su decir” (INDURSKY 2011, p. 102, nuestra traducción). El logotipo del proyecto Escuela sin Homofobia inscrito en la materialidad tiene la imagen de la bandera de la comunidad LGBTQIA+ superpuesta a la bandera de Brasil. Esta modificación produce un efecto de sentido de validación indicando que los intereses nacionales serán secundarios, la prioridad serían los intereses de la comunidad LGBTQIA+. Si el candidato que apoya este proyecto gana las elecciones, la bandera que levantará no será la de Brasil, los intereses que defenderá serán los de la comunidad. Brasil se convertirá en la patria de las "mujercitas o maricas".

Toda manifestación del individuo en la sociedad es manifestada por la formación discursiva que este se inscribe. Estamos todo el tiempo identificándonos, desidentificándonos o contraidentificándonos con una o más formaciones discursivas y este proceso es borrado por la transparencia del lenguaje. Cuando decimos X, elegimos una determinada formación discursiva que está anclada en posiciones ideológicas, por lo tanto, "cada formación discursiva se define y su relación con las diversas otras formaciones, en su articulación

(contradictoria) con la ideología" (ORLANDI, 2006, p. 109). Así, tenemos en operación en la materialidad la formación discursiva religiosa relativa a los discursos de homofobia y odio hacia la comunidad LGBTQIA+. La SD1 moviliza efectos de posición-sujeto del candidato no religioso, que es el creador del kit gay, pero no es cualquier candidato, es el candidato afiliado al PT. Nos damos cuenta de que la imagen expuesta como portada del proyecto resignifica en materialidad como parte del kit gay. De este modo, se trata de un kit de elementos de carácter sexual y homosexual del que el candidato del PT es el creador. La SD2 moviliza los efectos de sentido de la posición - sujeto del candidato religioso que protege a los niños del kit gay. Para salvar a los niños del país es necesario que el candidato del PSL sea electo. La imagen del candidato presidencial se presenta como un sujeto que se preocupa por los niños. Al estar en contra del kit gay, está a favor de los niños. Mientras que la imagen del candidato del PT a colocarse como creador del kit gay ofrece riesgos para la infancia.

En la SD3, ser homofóbico tiene una explicación, no se es homofóbico por tener actitudes discriminatorias y prejuiciosas, sino por estar en contra de un kit gay que se distribuirá en las escuelas para niños de 6 años, a los que se les dará clases sobre homoafectividad y se les enseñará a optar por relaciones afectivas con personas de su mismo género. También tenemos el deslizamiento del sentido del término homofóbico hacia el sentido positivo. Hay que ser homofóbico para salvar a los niños, hay una explicación para tener actitudes homofóbicas, y más si es para salvar a seres indefensos. En contrapartida, la explicación para defender la creación de un material sobre educación sexual y de género es estar en contra de la familia, la iglesia y los niños. Así, tenemos la imagen de un candidato religioso preocupado por la familia brasileña, especialmente por los niños. Movilizando efectos del sentido de protección y cuidado acuñados en los valores cristianos.

Consideraciones finales

A partir de las discusiones propuestas hemos visto que los medios de comunicación se han cambiado las relaciones sociales de los sujetos contemporáneos. A través de la sociedad mediatizada, los individuos han cambiado su forma de relacionarse con el mundo. Los sujetos del éxito asumen un papel protagonista en la producción de materiales que se producen y circulan con rapidez y de forma constante. En este sentido, los sujetos del éxito tienen influencia en sus seguidores y sus voces son vehículos de difusión en la validación y credibilidad de las noticias falsas. También hemos visto que el envío y difusión de las *fake*

news se produce a través de las proyecciones imaginarias que tenemos, los lugares sociales que ocupamos. Al recibir una noticia y difundirla, el sujeto se identifica en una determinada formación discursiva, a partir de las formaciones imaginarias que hace de quien le ha enviado el mensaje.

El efecto de evidencia que producen los olvidos nos da cierta seguridad de las burbujas en las que estamos insertados, esta "ilusión de pertenencia, puede producir la ilusión del grupo cohesionado, homogéneo, de sentido único" (MARIANI, 2018, p. 15, nuestra traducción). Los resultados de los análisis mostraron un juego de formaciones imaginarias atravesadas por el discurso religioso. Verificamos la imagen de la posición- sujeto candidato religioso que protege a los niños y la posición- sujeto candidato no religioso a favor de la implementación del Kit Gay para niños de 6 años. En relación con los enunciados destacados en las secuencias discursivas, vemos que la educación sexual debe enseñarse en casa con las familias que lo harán según las enseñanzas religiosas y que la escuela sólo debe ser un lugar para aplicar conocimientos generales.

Otro efecto de sentido producido por el enunciado es el de la sexualización infantil. Que los niños reciban clases de homoafectividad en la escuela indica que serán inducidos a relacionarse con personas de su mismo sexo. El lugar de la escuela como institución que promueve el conocimiento sobre el mundo no debe interferir con la sexualidad de los niños. El lugar de la familia es cuidar, proteger y educar a los niños basándose en las enseñanzas religiosas, correspondiéndole enseñar sobre la sexualidad. Así, tenemos por un lado a un candidato preocupado por defender a los niños y por otro a un candidato que quiere destruir la familia tradicional instituyendo el kit gay en las escuelas brasileñas. El enunciado kit gay retoma el discurso religioso de la familia heterosexual que concibe la homosexual como resultado de una opción sexual, un desvío abominable que debe ser corregido. La memoria del lugar de sumisión de la mujer que se hizo con la costilla de Adán, creada para servir a su marido y cuidar de la familia. En los análisis, los efectos de sentido de protección a los niños brasileños, la escuela como lugar de adoctrinamiento y la familia como lugar seguro para la enseñanza de la sexualidad actualizan la memoria de la familia tradicional brasileña acuñada en los valores cristianos, materializados en el sujeto-candidato religioso. Por lo tanto, los electores que quieran proteger a los niños deben votar por este candidato, ya que ofrece fundamentos cristianos para garantizar esta protección.

Referencias

ARENDDT, H. Verdade e Política. In: ARENDT, H. *Entre o Passado e o Futuro*. Tradução de Mauro W, Barbosa. São Paulo: Perspectiva, 1972.

ARENDDT, H. Antisemitismo. In: ARENDT, H. *As origens do totalitarismo*. São Paulo: Cia das Letras, 1987.

BECKER, C. *Imagem apresentada como 'capa do kit gay' não está no material*. Lupa, 2018. Disponível em: < <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2018/08/30/verificamos-kit-gay>>. Acesso em: 05 mai. 2020.

BRASIL. *Brasil Sem Homofobia*: Programa de combate à violência e à discriminação contra GLTB e promoção da cidadania homossexual. Brasília: Ministério da Saúde, 2004. Disponível em:< <https://nova-escola-producao.s3.amazonaws.com/bGjtqbyAxV88KSj5FGExAhHNjzPvYs2V8ZuQd3TMGj2hHeySJ6cuAr5ggvfw/escola-sem-homofobia-mec.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

CARVALHO, T. *O que é extrema direita*. Politize, 2018. Disponível em:< <https://www.politize.com.br/extrema-direita-o-que-e/>>. Acesso em: 02 jun. 2023.

DARNTON, R. Armadilha da mídia: redes difamatórias de comunicação existem, há quatro séculos. *Folha de São Paulo*, 1995. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/9/17/mais!/16.html>>. Acesso: 20 set. 2021.

DIAS, C. *Análise do discurso digital*: sobre o arquivo e a constituição do corpus. In: *Revista Estudos linguísticos*, v.44, n.3, p. 972-980. São Paulo: Estudos Linguísticos, 2015.

DIAS, C. *Análise do discurso digital*: sujeito, espaço, memória e arquivo. Campinas: Pontes, 2018.

FOUCAULT, M. *A História da sexualidade 2*: o uso dos prazeres. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

INDURSKY, F. A memória na cena do discurso. In: INDURSKY, F; MITTMAN, S; FERREIRA, M.C.L. *Memória e história na/da análise do discurso*. Campinas: Mercado de Letras, 2011, p. 67-89.

LISBOA, A. M; SOARES, T. B. Relativismo e *fake news*: reformulação de sentido nas eleições brasileiras de 2018. In: SILVA, G, A (org). *Descrição e Análise linguística*: da história à prática. Campinas: Pontes, 2022, p. 75-94.

LOPES, G. Foto de Haddad segurando um brinquedo sexual é verdade ou falsa?. *E-farsas*, 2018. Disponível em: <<https://www.e-farsas.com/a-foto-de-haddad-segurando-um-brinquedo-sexual-e-verdadeira-ou-falsa.html>>. Acesso em: 20 mar. 2019._

MALDIDIER, D. A inquietude do discurso. Um trajeto na história da Análise do Discurso: o trabalho de Michel Pêcheux. In: PIOVEZANI, C; SARGENTINI, V. M. O. *Legados de*

Michel Pêcheux: inéditos em *Análise do Discurso*. São Paulo: Editora Contexto, 2011, p. 38-62. 2020.

MARIANI, B. Discursividades prêt-à-porter, funcionamento de *fake news* e processos de identificação. *Revista Entremeios de estudos do discurso*, v.17, p.3-18, 2018, Universidade Federal de Fluminense. Disponível em: <<http://www.entremeios.inf.br/published/675.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2020.

MARÉS, C. *É falsa imagem de Haddad segurando brinquedo sexual*. Lupa, 2018. Disponível em:< <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2018/09/18/verificamos-haddad-brinquedo-sexual>>. Acesso em: 04 mai. 2020.

MENEZES, L. F. *Haddad não é o 'pai do kit gay nas escolas'*: desinformação volta circular nas redes. Aos fatos, 2020. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/haddad-nao-e-o-pai-do-kit-gay-nas-escolas-desinformacao-volta-circular-nas-redes/>. Acesso em: 5 mai. 2020.

MBL. *Princípios e valores*. Movimento Brasil Livre, 2023. Disponível em: <<https://mbl.org.br/valores-principios>>. Acesso em: 02 jun. 2023.

OLIVEIRA, F. R.; MAZIERO, R. C.; ARAÚJO, L. S. de. Um estudo sobre a web 3.0: evolução, conceitos, princípios, benefícios e impactos. *Revista Interface Tecnológica*, Taquaritinga, v. 15, n. 2, p. 60-81, 2018. Disponível em: <<https://revista.fatectq.edu.br/index.php/interfacetecnologica/article/view/492>>. Acesso em: 20 mar. 2020.

OLIVEIRA, K, B, B. *A roupa da presidente: uma análise de comunicação pelas vestes*. Projeto Final (Graduação em Jornalismo) Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília Brasília, 2015, p. 1-81.

ORLANDI, E, P. *Discurso e texto: Formulação e circulação dos sentidos*. Campinas: Pontes, 2001.

ORLANDI, E. P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2015.

ORLANDI, E, P. *Discurso e leitura*. 7 ed, São Paulo: Cortez, 2006.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso. In: GADET, Françoise; HAK, Tony (Org.). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Tradução de Bethânia S. Mariani. Campinas: Editora da Unicamp, 1997, p. 61-162.

PÊCHEUX, M. Ler o arquivo hoje. In: ORLANDI, E, P. *Gestos de Leitura*. Campinas: Pontes, 2014, p. 57-67.

SOARES, A, L, S. *O papel da mulher ao longo da história: Influências no conceito de família bem como nas relações de parentesco*. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em graduação em direito) Universidade Federal de Uberlândia, Faculdade de Direito, 2021, p. 1-36.

SOARES, T. B. Discurso do sucesso: sentidos e sujeitos de sucesso no Brasil contemporâneo. In: *Revista Estudos Linguísticos*, São Paulo, n 45, v. 3, p. 1082-1091, 2016. Disponível em: <<https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/658>>. Acesso em: 20 mar. 2020.

SOARES, T. B. *Percurso discursivo: heterogeneidades epistemológicas aplicadas*. Campinas: Pontes, 2022.

SOARES, T. B. Uma análise dos dizeres sobre a voz de sucesso midiático. In: *Caderno estudos linguísticos*, v.62, p. 1-17. Campinas: Unicamp, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cel/article/view/8654477>>. Acesso em: 20 mar. 2020.

DESINFORMAÇÃO NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS DE 2018: CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO

RESUMO: Este texto tem o objetivo de identificar algumas condições de produção das quais emerge o fenômeno Fake News e analisar alguns dos funcionamentos de Fake News na sociedade brasileira contemporânea. Para realização desta investigação, analisamos três fatos que foram disseminados nas eleições presidenciais do Brasil em 2018, retiradas das agências de checagem de notícias, aos fatos (2020) e lupa (2018). Na descrição e interpretação do corpus discursivo, mobilizamos as noções de formações imaginárias e formações discursivas, dos trabalhos derivados da Análise do Discurso de filiação pecheutiana. Os resultados mostraram, entre outras coisas, o funcionamento da posição-sujeito candidato religioso, mobilizando os efeitos sentido de proteção às crianças, à escola como lugar de doutrinação e à família como um ambiente seguro para ensinar sobre a sexualidade.

PALAVRAS-CHAVE: Fake News, Análise de Discurso, kit gay, Condições de produção.

ABSTRACT: This text aims to identify some production conditions from which the Fake News phenomenon emerges and to analyze some of the functioning of Fake News in contemporary Brazilian society. To carry out this investigation, we analyzed three facts that were disseminated in the presidential elections in Brazil in 2018, taken from news checking agencies, facts (2020) and magnifying glass (2018). In the description and interpretation of the discursive corpus, we mobilize the notions of imaginary formations and discursive formations, from works derived from the Discourse Analysis of Pecheutian affiliation. The results showed, among other things, the functioning of the position-religious subject-candidate, mobilizing the meaning effects of protecting children, the school as a place of indoctrination and the family as a safe environment to teach about sexuality.

KEY WORDS: Fake News; Discourse Analysis; gay kit; Production conditions.