

# Os engajamentos discursivos desencadeados pela fotomontagem do jornal *Folha de São Paulo*

*The discursive engagements triggered by the photomontage of the  
newspaper Folha de São Paulo*

Bianca Dorothea Batista

Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA)

biadbatista@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9476-2089>

## RESUMO

Este artigo analisa o engajamento dos sujeitos nas redes sociais desencadeado pela fotografia que integrava a notícia do jornal *Folha de São Paulo*, publicada no meio impresso e digital no dia 19 de janeiro de 2023, em que há uma fotomontagem do presidente recém-eleito Luís Inácio Lula da Silva atrás de um vidro avariado dias após a depredação dos prédios do Congresso Nacional, Palácio do Planalto e Supremo Tribunal Federal por grupos extremistas que não aceitavam a derrota eleitoral do candidato da oposição. A imagem mobiliza um arquétipo imaginário de violência e provoca uma afetividade negativa como ameaça e agressão nos sujeitos que compartilham de afinidades ideológicas e políticas com o presidente assim como de experiências vinculadas à tópica do discurso de ódio nas plataformas digitais.

**Palavras-chave:** argumentatividade; *pathos*; redes sociais; embates discursivos; discurso de ódio.

## ABSTRACT

This article analyzes the subjects' engagement on social networks triggered by the photograph that was part of the news in the *Folha de São Paulo* newspaper, published in print and digital media on January 19, 2023, in which there is a photomontage of the recently elected president Luís Inácio Lula da Silva behind damaged glass days after the assault of the National Congress, Planalto Palace and Federal Supreme Court buildings by extremist groups who did not accept the electoral defeat of the opposition candidate. The image mobilizes a violent imaginary archetype that provokes negative affectivity such as threat and aggression in subjects who share ideological and political affinities with the president as well as experiences linked to the topic of hate speech on digital platforms.

**Keywords:** argumentativeness; *pathos*; social media; discursive struggles; hate speech.

## INTRODUÇÃO

A notícia publicada pela *Folha de São Paulo* no dia 19 de janeiro de 2023 desencadeou várias postagens nas redes sociais devido à imagem do recém-eleito presidente da república, Luiz Inácio Lula da Silva, atrás de um vidro avariado por apoiadores do ex-presidente, Jair Messias Bolsonaro, que depredaram os prédios do Congresso Nacional, Palácio do Planalto e Supremo Tribunal Federal por não aceitaram a derrota eleitoral do candidato do Partido Liberal (PL).

A imagem apresentada no jornal como “foto feita com múltipla exposição”, duas ou mais fotos sobrepostas formando uma única, foi projetada por alguns leitores como “premissa para *fake news*” e “sugestão de um tiro no coração”. A forma como a invasão, “o acontecimento bruto”, foi apresentada pelo sujeito-instituição *Folha de São Paulo*, “acontecimento veiculado” (Charaudeau, 2006, p. 256), é criticada por estes sujeitos por não dialogar com a realidade e se configurar como uma incitação a novos atentados, à produção de informações falsas contra o presidente eleito e contra as instâncias democráticas.

Dentre os elementos envolvidos na “polêmica” da fotomontagem, pode-se trazer à questão os regimes de verdade que permeiam o gênero textual notícia, veracidade, confiabilidade e credibilidade, e condicionam a aceitabilidade deste gênero no contrato de comunicação. Como a imagem não “faz crer que o que é dito é verdadeiro” (Charaudeau, 2007, p. 90), ela não atende ao seu papel de “testemunho visual e material dos fatos aos espectadores ausentes da cena; fragmento congelado de uma realidade passada” (Kossoy, 2001, p. 36-37) por ser uma “montagem” ou fruto de uma “criatividade”. A atitude responsiva dos interlocutores diante desta quebra do contrato de comunicação se fez presente nas postagens que envolviam uma “relação de força ou de aliança, de exclusão ou de inclusão, de agressão ou de convivência com o interlocutor” (Charaudeau, 2007, p. 71).

Em conjunto a isso, a revolução midiática e tecnológica no âmbito das artes visuais e dos periódicos digitais fez com que a foto deixasse de se configurar como “um elemento relacionado com a página em que se publica por ser dotado de autonomia estrutural e semântica, constituindo uma unidade sintática que complementa [a reportagem] e constrói uma história ou narrativa” (López-del-Ramo, 2017, p. 66,

tradução nossa). O artístico passa a coexistir com o documental nos jornais reconfigurando e transformando as formas de representação dos sujeitos, dos objetos e dos eventos da materialidade histórica: “durante toda a época moderna, a prática da reportagem constituiu em alimentar a ficção da objetividade e da verdade das imagens até o mito da sua consubstancialidade com o real” (Rouillé, 2013, p. 22).

A hipótese desta pesquisa envolve as recepções da fotomontagem no seu período de publicação, visto que “toda imagem é polissêmica e pressupõe, subjacente a seus significantes, uma ‘cadeia flutuante’ de significados, podendo o leitor escolher alguns e ignorar outros” (Barthes, 1990, p. 92), o que implica que a fotografia pode configurar-se como fomento às *fake news*, promoção à violência, arte fotográfica, “espelho do olhar”<sup>1</sup> dentre outros significados, uma vez que a fotografia e os sujeitos são perpassados pelo contexto social, político, histórico e ideológico, e a intertextualidade entre estes fatores com os discursos anteriores, atuais e previstos sobre os ataques à sede dos três poderes e ao presidente fazem com que a atitude responsiva (Bakhtin, 2003) dos interlocutores não seja una e, conseqüentemente, a interpretação da fotografia não seja padronizada.

Com base neste conceito, faremos um percurso por teorias que auxiliem a compreender o contexto social e digital de embates políticos sustentados pelo discurso de intolerância que fizeram com que sujeitos interpretassem a imagem como uma ameaça, assim como a forma como estas imagens despertam emoções e sustentam a argumentatividade.

## ARGUMENTATIVIDADE E *PATHOS*

Os estudos de Aristóteles (2011) sobre a Retórica iniciam, de certa forma, uma reflexão sobre a noção de argumentatividade ao trazer à luz as estratégias utilizadas na oratória para persuadir o auditório, a saber: *ethos*, *pathos* e *logos*. O primeiro refere-se à construção discursiva que o orador projeta sobre si para conferir credibilidade e autoridade a sua imagem e palavras; o segundo refere-se às emoções e às paixões que o

---

<sup>1</sup> “Minhas fotos são o espelho do meu olhar. Essa só é a forma como eu vejo o mundo. Você pode ter o seu olhar, discordar do meu, tudo bem, o mundo é plural. Sendo assim, vou ignorar absurdos como ‘apaga isso’, entre outros *hates*, especialmente depois do dia 08/01. Tweet de Gabriela Biló, fotógrafa do Jornal Folha de São Paulo. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/internautas-criticam-folha-por-capa-com-foto-de-lula/>. Acesso em: 20 de fev. de 2023.

orador pretende despertar nos interlocutores com o intuito de promover adesão ao seu ponto de vista; e o último envolve as comprovações por meio de raciocínio lógico e proposicionais que conferem veracidade ao discurso apresentado, “o [ethos] depende do caráter pessoal do orador; o [pathos], de levar o auditório a uma certa disposição de espíritos; e o [logos], do próprio discurso no que diz respeito ao que demonstra ou parece demonstrar” (Aristóteles, 2011, p. 45).

Charaudeau (2007) pauta-se nas estratégias aristotélicas para desenvolver suas concepções acerca das manobras utilizadas pelos interactantes no ato de linguagem, que é comparado a uma peça teatral, *mise-en-scène*, em que os sujeitos atuam de acordo com o auditório projetado. Nessa encenação interativa, há o sujeito enunciador, eu enunciador (EUE), e o sujeito destinatário, tu destinatário (TUD), os protagonistas da cena interacional, que revezam os papéis de enunciador e destinatário ao longo da interação enquanto o sujeito comunicante, eu comunicante (EUC), e o sujeito interpretante, tu interpretante (TUI) são as construções discursivas historicamente compartilhadas sobre as situações comunicativas e os papéis sociais.

Este cenário envolve as identidades construídas e desconstruídas ao longo das encenações interacionais; os dispositivos, os elementos linguísticos e extralinguísticos estrategicamente evocados na interação; e a finalidade, a intencionalidade do ato comunicativo de convencer e atuar sobre o interlocutor. Estes elementos, em conjunto, contribuem para criar as estratégias de legitimidade, credibilidade e captação. O primeiro refere-se a uma posição de autoridade oriunda de uma experiência e de um papel social; o segundo envolve os elementos discursivos e extra-discursivos utilizados para conferir veracidade e autenticidade ao discurso; e o último envolve as estratégias linguísticas para sensibilizar o interlocutor por meio das emoções, crenças e paixões.

Com isso, a patemização, o *pathos* aristotélico, é utilizada por Charaudeau (2007), para abordar o uso das experiências sensoriais, religiosas, sociais, históricas e políticas, que integram um imaginário coletivo e são mobilizados por meio de imagens, palavras e sons para suscitar uma emoção no interlocutor, levando-o a concordar com o posicionamento do orador.

Palavras como ‘cólera’, ‘horror’, ‘angústia’, ‘indignação’ etc. designam estados emocionais, mas não provocam, necessariamente, emoção. Pode acontecer que seu emprego tenha um efeito contra produtivo: explicitar um estado emocional poderia ser interpretado como um faz de conta, porque,

como se diz em determinadas culturas, ‘a verdadeira emoção não é dita, é sentida. Outras palavras como ‘vítima’, ‘assassinato’, ‘crime’, ‘massacre’, imagens de sangue, de destruição, de inundação, de desmoronamentos que são em parte ligadas aos dramas do mundo, exclamações (Ah!, Oh! Nossa!) são suscetíveis de expressar ou engendrar medos, sofrimentos, horrores, mas são somente ‘susceptíveis’. O que se pode dizer é que estas palavras e estas imagens são, cada vez mais, ‘bons candidatos’ para o desencadeamento de emoções. Mas tudo depende do ambiente em que essas palavras estão, do contexto, da situação na qual se inscrevem, de quem as emprega e de quem as recebe (Charaudeau, 2007, p. 242-243).

Charaudeau (2007) afirma que as palavras e as imagens despertam emoções, patemização, por estarem vinculadas ao contexto em que se inserem, o que implica que os discursos acionam emoções de uma subjetividade partilhada, isto é, sentimentos que seriam esperados dos interlocutores devido às experiências prévias em determinados contextos interativos. Com isso, a foto de uma vidraça quebrada sobreposta à imagem do presidente ajustando a gravata com a cabeça inclinada para baixo engendram sentimentos de ameaça e de morte pelo trincado do vidro estar próximo ao peito e em um formato que aparenta um projétil, onze dias após a invasão e a depredação da sede dos três poderes.

As imagens mentais, “resultado da percepção direta que um sujeito tem do mundo físico” (Charaudeau, 2013, p. 383), compõem o repertório imagético, discursivo e histórico de situações, sujeitos, objetos e fenômenos e determinam a construção de sentido da imagem visual (material), a cada interpretação, isto é, “reenquadramento do mundo físico” (Charaudeau, 2013, p. 385) pelos sujeitos. Isto implica que a representação do evento pela fotografia foi um reenquadramento dos ataques antidemocráticos a partir da materialidade histórica e de arquétipos ideológicos assim como a recepção desta pela audiência projetada e não projetada também envolveu um reenquadramento.

Assim como Orlandi (1995, p. 39) afirma que não “se é pintor, músico, literato indiferentemente”, também não se é fotógrafo indiferentemente, o que implica que a imagem não é apenas perpassada pela individualidade, “só é a forma como eu vejo o mundo”<sup>2</sup>, mas pelas formações discursivas e ideológicas sobre si, o outro e o tópico em questão que permeiam a escolha de uma fotografia e não de outra assim como um

---

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/politica/2023/01/19/foto-de-lula-em-cap-a-da-folha-gera-polemica-nas-redes-sociais-entenda.html>. Acesso em: 26 de fev. de 2023.

repertório de outras possíveis que poderiam desempenhar a mesma função na notícia e na estrutura da narrativa digital.

A fotografia, com isso, não é a reprodução documental dos atentados do dia 8 de janeiro e nem uma percepção exclusivamente subjetiva da realidade, mas um texto visual que evoca e promove atitudes responsivas por ser um “acontecimento em um discurso” (Charaudeau, 2006, p. 131). A produção da notícia e sua organicidade, como a formatação, a fotografia, as seleções lexicais dentre outros elementos, não envolve uma lógica empírico-dedutiva, mas é determinada pelas “posições ideológicas” no contexto sócio-histórico em que é produzida e reproduzida e pela atividade de triagem que atenda ou não a determinadas condições de aparição e de aceitação (Pêcheux, 2009, p. 146).

Barthes (1990), em contrapartida, avalia a imagem por outro viés ao defender que a fotografia pode assumir duas características, a denotativa e a conotativa. A primeira refere-se ao vínculo do objeto com a paisagem, uma pretensão de representação da realidade, “em uma relação transparente com a literalidade do significante”, e a segunda, os efeitos, as técnicas e “uma retórica de esquemas, cores, grafismos, gestos e expressões” (Barthes, 1990, p. 13).

Por mais que as imagens e as técnicas sejam do âmbito conotativo, acionam conhecimentos prévios sobre a bipolaridade política na sociedade, os ataques às instâncias democráticas, as notícias e as postagens lidas sobre este episódio. Tais questões moldam a recepção da imagem e fazem com que se enquadre na dicotomia do *studium* e *punctum*. Estes dois termos latinos foram utilizados pelo filósofo para diferenciar dois tipos de fotografias: a primeira refere-se àquela que atende ao esteticamente belo, aprazível e aos padrões do “que se tem por uma foto” (Barthes, 1990, p. 42), enquanto a segunda refere-se àquela que sensibiliza, que fere, que alegra e que entristece por ser capaz de “prender, cativar [e] surpreender de maneira bastante enigmática” (Barthes, 1990, p. 42).

O que Barthes considera como sensibilização, *punctum*, reações emocionais acionadas na interação com a imagem, seria na concepção de Charaudeau, *patemização*, o engendramento de emoções positivas ou negativas diante de discursos com o intuito de promover a adesão ao posicionamento do enunciador. As emoções experienciadas, imaginadas e idealizadas pelos sujeitos contribuem para a construção de representações sociointerativas sobre si, o outro e as situações comunicativas de forma que “uma

informação pode produzir um efeito de banalização, de saturação, de amálgama ou, ao contrário, de dramatização” (Charaudeau, 2006, p. 159).

Aristóteles (2001, p. 49) afirma que “persuade-se pela disposição dos ouvintes, quando estes são levados a sentir emoção por meio do discurso, pois os juízos que emitimos variam conforme sentimos tristeza ou alegria, amor ou ódio” e, com base nestes conceitos, concebe-se que os recursos linguísticos e visuais empregados provocam sentimentos nos interlocutores, que os levam a sustentarem, mudarem, aderirem ou refutarem o conteúdo de uma narrativa visual e multimodal interpelado pela emoção, “a relação patêmica engaja o sujeito em um comportamento reacional segundo as normas sociais às quais ele está ligado, as que ele interiorizou ou as que permanecem nas suas representações” (Charaudeau, 2007, p. 32).

Uma representação pode ser chamada de patêmica quando ela descreve uma situação a propósito da qual um julgamento de valor coletivamente compartilhado – e, por conseguinte, instituído em norma social – questiona um actante que acredita ser beneficiário ou vítima, e ao qual o sujeito da representação se encontra ligado de uma maneira ou de outra (Charaudeau, 2007, p. 31).

Por mais que a patemização vise à adesão do interlocutor ao posicionamento do enunciador, não é possível garantir que isto, de fato, ocorra, porque os sujeitos são atores sociais que dialogam e agem sobre os textos que os antecedem e os circundam. Isto implica que o texto engloba “sentidos possíveis”, pois nem sempre há uma concordância entre os efeitos visados pelo enunciador e os efeitos produzidos pelos atores sociais, indicando, com isso, que “toda análise de texto nada mais é do que a análise dos ‘possíveis interpretativos’” (Charaudeau, 2006, p. 128).

Hans Jauss (1994, p. 28), por sua vez, afirma que os sujeitos criam um “horizonte de expectativa” sobre os textos com os quais interagem baseados nos conhecimentos prévios sobre o gênero textual, a temática e os indivíduos em conjunto com as questões políticas, sociais, literárias e históricas que atravessam o texto. Por mais que estes fatores permeiem a produção textual, a recepção não ocorre de forma idêntica entre os sujeitos, pois as “experiências pessoais” e a “postura emocional” influenciam a expectativa criada em relação ao texto e, conseqüentemente, a sua interpretação (Jauss, 1994, p. 28). As diferentes compreensões moldam o arcabouço

significativo do texto e tornam os leitores em coparticipantes da produção textual por lhe conferirem sentidos possíveis em uma dada temporalidade.

De forma a exemplificar esta assertiva, pode-se destacar o título da notícia do jornal *Folha de São Paulo*, “No foco de Lula, presença militar no Planalto é recorde”. O presidente eleito, Luís Inácio Lula da Silva, foi alvo de ataques antidemocráticos e alvo de rejeição de alguns integrantes das forças armadas visto que o ex-presidente, Jair Messias Bolsonaro, havia concedido cargos políticos relevantes a esta categoria, como a vice-presidência da república, os ministérios da Casa Civil, da Defesa, da Infraestrutura, da Saúde dentre outros cargos comissionados do executivo federal (Schmidt, 2022, p. 5) promovendo, com isso, uma militarização massiva dos cargos civis (Oliveira; Kalil; Tubino, 2023).

Como havia sido concedido um destaque político aos militares que não ocorria desde o fim da ditadura civil-militar (Campos, 2021, p. 304), o presidente eleito tinha como desafio lidar, no início do seu governo, com o favoritismo desta categoria pelo ex-presidente, descentralizar o poder concedido a eles e enfrentar a animosidade diplomática entre a esfera civil e militar devido ao apoio de alguns integrantes das forças armadas aos ataques antidemocráticos de 8 de janeiro de 2023.

Por mais que a temática central da notícia envolvesse estas questões, alguns interlocutores, como o diretor de cinema Rodrigo França e a filósofa Márcia Tiburi, projetaram a fotomontagem como a notícia em si, tecendo críticas à proposta discursiva da fotomontagem e não aos embates políticos entre o presidente eleito e os militares.

No foco de Lula, presença militar no Planalto é recorde (*Folha de São Paulo*, 19 de janeiro de 2023).

Que capa é esta [@folha](#)? Fotomontagem é a premissa para uma *fake news*. Que péssimo momento para um jornal tentar ser “criativo” (França, 19 de janeiro 2023).

O que a [@folha](#) pretende com essa montagem? Incitar o ódio contra Lula? Sugerir que ele leve um tiro no coração? O responsável por essa montagem deve ser intimado a se explicar! Trata-se de uma montagem criminosa, pois sugere um tiro no coração (Tiburi, 19 de janeiro de 2023).

Notícia <sup>3</sup>	Postagens desencadeadas pela fotomontagem da notícia	

Fonte: Elaboração da autora

Considerando que ‘cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros’” (Foucault, 2004, p. 12), os jornais e os telejornais são instâncias historicamente e socialmente projetadas como responsáveis por intermediar o contato do leitor com evento ocorrido mediante mecanismos de veracidade. Em virtude disso, estabeleceu-se “a ideia da notícia como fato puro, verdade ou espelho da realidade” (Alencar, 2010, p. 6) e de que o jornalismo se pauta na “deontologia da fidelidade aos fatos toda a sua legitimidade” (Gomes, 2009, p. 12).

Aletheia (noção grega) se refere ao que as coisas são (realidade); veritas (linguagem) se refere aos fatos que foram; emunah (confiança) se refere às ações e coisas que serão. A nossa concepção da verdade é uma síntese dessas três fontes e por isso se refere às coisas presentes (como na aletheia), aos fatos passados e à linguagem (como na veritas) e às coisas futuras (como na emunah). Também se refere à própria realidade (como aletheia), à linguagem (como na veritas) e à confiança (como na emunah). Palavras como “averiguar” e “verificar” indicam buscar a verdade; “veredito” é pronunciar um julgamento verdadeiro, dizer um juízo veraz; “verossímil” e “verossimilhante” significam: ser parecido com a verdade, ter traços semelhantes aos de algo verdadeiro (Chauí, 1999, p. 99).

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/internautas-criticam-folha-por-capa-com-foto-de-lula/>. Acesso em: 3 de fev. de 2023.  
 Disponível em: [https://twitter.com/franca\\_rodrigo/status/1616060247990321153](https://twitter.com/franca_rodrigo/status/1616060247990321153). Acesso em: 3 de fev. de 2023.  
 Disponível em: <https://twitter.com/marciatiburi/status/1616023811018878980>. Acesso em: 3 de fev. de 2023.

Os conceitos greco-latinos que nortearam a filosofia ocidental concebiam a “precisão, exatidão e fidelidade do relato” como verdade (*veritas*), criada discursivamente e promotora de confiança (*emunah*) diante da sociedade (*polis*). Na era da pós-verdade, as crenças e as emoções são suficientes para explicar o mundo e os fatos/eventos e, com isso, “o ponto de vista passa a figurar como verdade em absoluto, e a verdade torna-se somente a vontade triunfal de indivíduos com ideias inteiramente convergentes” (Quadros, 2018, p. 203). Isto implica que a comparação de vários conceitos e a investigação científica para se chegar a uma dada conclusão é minada, pois a verdade é criada a partir de emoções e de crenças para atuar sobre determinado grupo social que irá fomentá-lo e nutri-lo nas mais variadas esferas comunicativas, como as redes sociais, fazendo, com isso, que os fatos/eventos narrados nesta teia interacional circulem massivamente apenas entre eles e se sobreponham aos demais.

Charaudeau (2013), por sua vez, afirma que no contrato de comunicação midiática, há o propósito de fazer crer, promover a concepção de que o que é dito é verdadeiro; fazer saber, informar ao cidadão algo que ele não sabe; e fazer sentir, promover sentimentos nos interlocutores de forma a captarem sua atenção e audiência para sobreviverem à concorrência. A fotografia integra a organicidade do gênero textual notícia e apresenta a intencionalidade de fazer crer, saber e sentir, pois é perpassada pelo contrato de comunicação midiática; complementa a narrativa sobre os ataques às sedes dos três poderes; e engendra sentimentos compartilhados no campo imagético sobre a cena discursiva.

Nas postagens, a fotografia representa a notícia em si e mobiliza sentimentos de ameaça e de morte em relação ao presidente e aos seus partidários e de indignação e de revolta em relação à *Folha de São Paulo* e, com isso, os interlocutores aderem à tese de que a instância jornalística defende atos violentos contra o presidente eleito: “uma argumentação eficaz é a que consegue aumentar essa intensidade de adesão, de forma que se desencadeie nos ouvintes a ação pretendida (ação positiva ou abstenção) ou, pelo menos, crie neles uma disposição para a ação” (Perelman; Olbrechts-Tyteca, 2005, p. 50).

A identificação dos sujeitos com as emoções evocadas na imagem faz com que sejam convencidos acerca do posicionamento defendido e que haja a “adesão dos espíritos às teses” com curtidas, comentários e compartilhamentos das postagens

reforçando a crítica ao que consideram uma ode às notícias falsas e à violência em um cenário de embates políticos e discursivos entre os grupos pertencentes à dicotomia direita/esquerda. Também é possível a não adesão à tese no cenário interacional configurando, com isso, um “confronto entre sistemas de valores com os diferentes participantes da atividade discursiva” (Aquino, 1997, p. 144), visto que os sujeitos podem engajar-se em postagens de figuras públicas no Twitter sem que sejam, necessariamente, seus seguidores na rede social.

A fotografia e as atitudes responsivas (Bakhtin, 2003) a ela também são permeadas de argumentatividade com o intuito de persuadir o auditório projetado a aderir a um dado posicionamento e, para isso, os interlocutores fazem uso dos mais diversos recursos argumentativos e tecnolinguageiros para fazer saber, informar sobre a “real intenção” da notícia presumindo-se que tal informação é desconhecida pelos interlocutores; fazer crer, convencer o interlocutor de que a postagem é uma ode à violência; fazer sentir, mobilizar emoção de indignação e repulsa relacionadas à cena discursiva da fotografia; e fazer fazer, levar o interlocutor a assumir a mesma atitude do enunciador de questionar o sujeito-instituição *Folha de São Paulo* nas redes digitais.

O texto verbal (comentário) e a imagem (jornal) atuam em conjunto nas postagens para convencer o interlocutor de que fotografia não é uma montagem relacionada à inovação do campo visual, “correlação com que não estava correlacionado, ou de produção de rupturas no tecido sensível das percepções e na dinâmica dos afetos” (Rancière, 2009, p. 64), mas uma narrativa digital integrante da violência simbólica direcionada ao presidente e à organicidade política vinculada a ele. Esta violência ocorre no âmbito do discurso verbal e multimodal por meio de insultos, intimidações, assédio e ameaças<sup>4</sup>, que podem materializar-se em violência física; e por meio da *disinformation*, manipulação e propagação intencional de notícias falsas para prejudicar pessoas, grupos, Estados dentre outros (Wardle; Deraksham, 2017).

Segundo D’Ancona (2018), o fomento às informações falsas está vinculado à pós-verdade, em que o importante não é o fato/evento em si e as evidências para a sua comprovação, mas a criação discursiva sobre o fato/evento, que permita que o criado/imaginado consiga sobrepor-se à realidade e, com isso, uma hiper-realidade, uma

---

<sup>4</sup> *Moraes mantém prisão de homem que fez ameaças a Lula e ministros do Supremo Tribunal Federal*. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2023/02/16/moraes-mantem-prisao-de-homem-que-fez-ameacas-a-lula-e-ministros-do-stf.ghtml>. Acesso: 3 de fev. de 2023.

nova concepção social sobre o que seja considerado verdadeiro reconfigura os regimes de verdade da sociedade. Isto faz com que as paixões pessoais, religiosas, políticas e ideológicas se configurem como os elementos norteadores da verdade e não mais as ações de examinar, demonstrar e justificar, pois “a epistemologia da pós-verdade incita que aceitemos que existem ‘realidades incomensuráveis’ e que a conduta prudente consiste em escolhermos lados, em vez de avaliarmos evidências” (D’Ancona, 2018, p. 90).

Como a “pós-verdade promove a recusa do outro” (Dunker, 2017, p. 28), este cenário também fomenta o discurso de ódio, que envolve a “estigmatização, escolha e marcação de um inimigo” (Schäfer; Leivas; Santos, 2015, p. 147). O diretor Rodrigo França e a filósofa Márcia Tiburi afirmam que o sujeito-instituição *Folha de São Paulo* projeta o presidente como um inimigo assim como aqueles que, em um primeiro momento, apenas insultavam e criticavam discursivamente o presidente nas redes sociais, mas, posteriormente, materializaram tais sentimentos ao acampar nas portas dos quartéis do país para exigir a anulação da decisão eleitoral<sup>5</sup> para, por fim, corporificar a agressividade nos ataques às sedes dos três poderes no dia 8 de janeiro de 2023.

Os sentimentos de ameaça à família, à religião, à moralidade e à economia, suscitados por meio de comícios e de notícias falsas e fomentados por determinados agentes políticos e religiosos, tinha o intuito de criar a imagem discursiva de um “inimigo”, o presidente eleito, que precisava ser combatido. Para isso, os sujeitos precisavam engajar-se nas redes sociais para instigar “a cultura da indiferença que faz com que o sujeito em situação de ameaça reaja com ódio ou violência” (Dunker, 2017, p. 28). Como o inimigo é uma ameaça às ideologias dos membros de uma dada coletividade, estabelece-se um cenário de direito ao discurso de ódio e, conseqüentemente, um direito de insultar, intimidar e assediar àqueles que não pertencem à mesma teia interacional, o que faz com que as redes digitais sejam “um espaço frutuoso para a emergência de discursos agressivos e ofensivos e para propagação da violência” (Recuero, 2013, p. 9).

---

<sup>5</sup> “É incabível que tais manifestações interfiram nos direitos fundamentais do restante de nossa população. É inaceitável também que tais protestos tenham por objetivo alterar a vontade popular apresentada pelas urnas em 30 de outubro. Uma democracia pressupõe o acolhimento da votação feita dentro de um processo legítimo, e o segundo turno de nossas eleições, confirmado nacional e internacionalmente, foi legítimo”. Disponível em: <file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/document%20-%202022-12-19T175018.788.pdf>. Ofício do Ministério Público do Distrito Federal. Acesso em: 3 de fev. de 2023.

Enquanto a cooperação é essencial para a criação e a manutenção da estrutura, o conflito contribui para o desequilíbrio. A competição, por outro lado, pode agir no sentido de fortalecer a estrutura social, gerando cooperação para atingir um fim comum, proporcionar bens coletivos de modo mais rápido, ou mesmo gerar conflito, desgaste e ruptura nas relações” (Recuero, 2009, p. 83).

Por mais que os sujeitos que sustentavam e difundiam notícias falsas não sejam, necessariamente, os mesmos que ficaram acampados nos entornos dos quartéis do país ou aqueles que invadiram o Congresso Nacional e o Supremo Tribunal Federal, eles compartilham o sentimento de ódio ao presidente e ao seu partido por serem os “inimigos” dos valores morais, religiosos e políticos da nação idealizados por aqueles que se projetam como “vítimas” das ações reais e futuras dos “inimigos”. Os valores coletivamente compartilhados mantêm a unidade destes indivíduos que provavelmente não conhecem e nem conhecerão todos aqueles que integram esta unidade, mas estão vinculados pelos laços formados nas redes sociais fomentados por reciprocidade ideológica.

A rede é especialmente apropriada para a geração de laços fracos múltiplos. Os laços fracos são úteis no fortalecimento de informações e na abertura de novas oportunidades a baixo custo. A vantagem da rede é que ela permite a criação de laços fracos com desconhecidos, num modelo igualitário de interação, no qual as características sociais são menos influentes na estruturação, ou mesmo no bloqueio, da comunicação. De fato, tanto off-line, quanto online, os laços fracos facilitam a ligação de pessoas com diversas características sociais, expandindo assim a sociabilidade para além dos limites socialmente definidos do autoconhecimento (Castells, 2007, p. 445).

Os laços entre os sujeitos gerados pelo embate com o outro (*out-group*) nutrem a organicidade do grupo (*in-group*) (Amossy, 2019) e moldam a sua memória digital (Dias, 2016), isto é, a repetição, atualização e reatualização dos papéis projetados a si, ao outro; e aos valores sociais, ideológicos e políticos sustentados. As facetas identitárias de “beneficiário”, “vítima”, “direita”, “esquerda”, “honesto” e “desonesto” são socialmente compartilhadas, mas não necessariamente fixos indicando, com isso, que são permeados pelo já-dito, pela materialidade social, pelo acontecimento digital, pelas formações discursivas e pela resignificação dos sujeitos em “diferentes formas de memória” historicamente e socialmente construídas (Orlandi, 2006).

Como a violência discursiva fez parte da dinâmica digital durante todo o período eleitoral e ganhou projeções na materialidade social mediante os ataques realizados à sede dos três poderes, a fotomontagem foi projetada como um incentivo à ataques direcionados à integridade física do presidente (*tiro no coração*) e à promoção de notícias falsas relacionadas a um possível tiro que possa ter atingido o presidente durante as invasões de 8 de janeiro (*fake news*). A fotomontagem, com isso, foi projetada como uma demonstração de afinidade ideológica do sujeito-instituição *Folha de São Paulo* com aqueles que participaram ativamente dos ataques à sede dos três poderes.

Em virtude de a fotografia mobilizar o arquétipo imaginário sobre notícias falsas e arma de fogo, estas imagens mentais provocam uma afetividade negativa, violência, morte, ameaça, nos sujeitos que compartilham de afinidades ideológicas e políticas com o presidente e partidários assim como de experiências vinculadas à tópica de violências verbais<sup>6</sup> nas plataformas digitais no tocante às assimetrias entre esquerda/direita e cristianismo/espiritismo.

Os sujeitos que compartilhavam de um mesmo vínculo ideológico utilizaram a ferramenta tecnolinguageira marcação de usuário, por meio o recurso arroba (@), com a intenção de que o interlocutor mencionado, sujeito-instituição *Folha de São Paulo*, soubesse das críticas dirigidas a ele, considerando que a rede social notifica o usuário quando outras pessoas marcam o seu perfil. Os atores sociais que aderem ao mesmo posicionamento engajam-se ao marcar o jornal nos comentários e nos compartilhamentos aumentando o quantitativo de marcações ao perfil e, conseqüentemente, de notificações ao jornal das várias críticas à fotomontagem e aos sentimentos de violência mobilizados pela imagem.

Com base nos conceitos de Recuero (2009) de que as interações nas plataformas digitais fortalecem laços e fomentam valores sociais, entendemos que a possibilidade de direcionamento explícito aos sujeitos no Twitter permitem que o interlocutor marcado assim como outros possam engajar-se em relação ao tópico em questão, apresentando

---

<sup>6</sup> Família de Rodrigo entrará na Justiça após ataques racistas: "ele sofreu até ameaça de morte". Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/TV-e-Novelas/BBB/noticia/2019/04/familia-de-rodrigo-entrara-na-justica-apos-ataques-racistas-ele-sofreu-ate-ameaca-de-morte.html>. Acesso em 6 de fev. de 2023.

Escritora Marcia Tiburi revela que deixou o país após ameaças de morte. Disponível em: [https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2019/03/11/interna\\_politica,742248/escritora-marcia-tiburi-revela-que-deixou-o-pais-apos-ameacas-de-morte.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2019/03/11/interna_politica,742248/escritora-marcia-tiburi-revela-que-deixou-o-pais-apos-ameacas-de-morte.shtml). Acesso em 6 de fev. de 2023.

uma resposta/réplica direcionada ao diretor e à filósofa por intermédio da marcação direta dos seus perfis, elemento singularizador dos sujeitos neste cenário interacional; assim como por intermédio de curtidas, compartilhamentos e comentários ao “ampliar seu conteúdo, explorando as afordâncias técnicas das diferentes plataformas para produzir o acordo e o desacordo, o consenso e a polêmica, para trazer complementos e prolongamentos” (Paveau, 2021, p. 108).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do percurso pelas postagens desencadeadas pela fotomontagem integrante da notícia publicada pelo jornal *Folha de São Paulo* em 19 de janeiro de 2023, compreendemos que “as paixões constituem um teclado no qual o bom orador toca para convencer” (Meyer, 2000, p. XLI). A imagem do presidente recém-eleito com a cabeça abaixada ajeitando a gravata sobreposta a uma imagem de um vidro avariado por um projétil engendrou sentimento de ameaça e morte naqueles que experienciaram hostilidade e agressões em um cenário político e interacional marcado pelo discurso do ódio nas redes digitais e na materialidade social.

Considerando que “as emoções e os sentimentos estão vinculados às experiências que os sujeitos tiveram e aos valores que lhe são atribuídos” (Charaudeau, 2007, p. 241), compreende-se que as experiências prévias relacionadas aos embates políticos e ideológicos relacionados à dicotomia direita/esquerda moldaram a recepção da imagem e fizeram que um dado grupo interpretasse a imagem como uma ode à violência ao presidente e, conseqüentemente, àqueles que compartilham do mesmo pensamento político.

Considerando que “a pós-verdade é, acima de tudo, um fenômeno emocional e diz respeito à nossa atitude em relação à verdade, e não à própria verdade” (D’Ancona, 2018, p. 111), compreende-se que as “verdades” que circulam em determinados grupos sociais fomentam afinidades entre aqueles que apresentam as mesmas crenças, paixões e opiniões permitindo, com isso, a aceitação da violência, tanto no âmbito digital quanto material, contra àqueles que não fazem parte da mesma teia interativa.

Com base nisso, compreende-se que esta experiência com as violências e as notícias falsas deste período de pós-verdade influenciou a recepção da fotomontagem e

fez com que muitos interpretassem a imagem como ameaça e morte ao presidente e aos seus partidários. Estes, por sua vez, engajaram sujeitos nas redes digitais de forma que a construção e recepção da notícia envolveu exclusivamente a imagem e não o gênero textual notícia na sua integralidade.

## REFERÊNCIAS

ALENCAR, Helena. Quando a Suíte Vira Novela: uso de estratégias narrativas ficcionais no telejornalismo. *Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, n. 33, p.1-13, 2010.

AMOSSY, Ruth. *Présentation de soi (La): Ethos et identité verbale*. Paris: Presses Universitaires de France 2019.

AQUINO, Zilda. *Conversação e conflito: um estudo das estratégias discursivas em interações polêmicas*. Tese (Doutorado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1997.

ARISTÓTELES. *Retórica*. Tradução de Edson Bini. São Paulo: Edipro, 2011.

BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

CAMPOS, Tales. Do Haiti ao Planalto: os militares e a relação com a ONU no primeiro ano do governo Bolsonaro. *Brasiliana: Journal for Brazilian Studies*, v.10, n. 2, p. 295-312, 2021.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, Emília; MACHADO Ida Lúcia. (org.). *As emoções no discurso*. Mercado Letras: Campinas, 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. Imagem, mídia e política: construção, efeitos de sentido, dramatização, ética. In: MENDES, Emília (coord.); MACHADO, Ida Lúcia; LYSARDO-DIAS, Dyllia (orgs.). *Imagem e discurso*. Belo Horizonte: Fale/UFMG, 2013.

CHARAUDEAU, Patrick. Pathos e discurso político. In: MACHADO, Ida; MENEZES, William; MENDES, Emília. (org.). *As Emoções no Discurso*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

CHAUÍ, Marilena de Souza. *Convite à filosofia*. 12ª ed. São Paulo: Ática, 1999

D'ANCONA, Matthew. *Pós-Verdade: A nova guerra contra os fatos em tempos de fake news*. 1ª ed. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DUNKER, Christian *et al.* *Ética e Pós-verdade*. Porto Alegre: Dublinense, 2017.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 23ª ed. São Paulo: Graal, 2004.

GOMES, Wilson. Jornalismo, fato e interesse: o fato como problema. In: *Jornalismo fatos e interesses: ensaios de teorias do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2009.

JAUSS, Hans Robert. *A história da literatura como provocação à teoria literária*. Tradução de Sérgio Tellaroli. São Paulo: Ática, 1994.

KOSSOY, Boris. *Fotografia & história*. 2. ed. rev. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

LÓPEZ-DEL-RAMO, Joaquín.; RECIO, Marcos. Análisis descriptivo del fotoperiodismo narrativo en los diarios digitales Folha de Sao Paulo y The Guardian. *Revista Española de Documentación Científica*, v. 40, n. 2, p. 173-187, 2017.

MEYER, Michel. Prefácio. In: ARISTÓTELES. *Retórica das paixões*. Tradução de Isis Borges B. da Fonseca. São Paulo: Martins Fontes, 2000. p. XVII-LI.

OLIVEIRA, Ana; KALIL, Suzeley; TABINO, Nilton. A (re)militarização do Ministério da Defesa no Brasil (2016-2021). *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v.38, n.111, p.1-17, 2023.

ORLANDI, Eni. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. 4ª ed. Campinas: Pontes, 2006.

ORLANDI, Eni. Efeitos do verbal sobre o não-verbal. *Revista Rua*, v.1, n.1, p. 35-47, 1995.

PÊCHEUX, Michael. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. 4. ed. Campinas: Unicamp, 2009.

PERELMAN, Chaim; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. 2ª. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

QUADROS, Paulo. Dissimulacro-Ressimulação: Ensejos da cultura do ódio na era do Brasil pós-verdade. *Media & Jornalismo*, v. 18, n. 32, p. 201 - 218, 2018.

RANCIÈRE, Jacques. *A partilha do sensível. Estética e política*. São Paulo: Editora 34, 2009.

RECUERO, Raquel. Atos de Ameaça a Face e a Conversação em Redes Sociais na Internet. In: PRIMO, Alex. (Org.). *Interações em Rede*. v. 1, 1. ed. Porto Alegre: Sulina, p. 51-7, 2013.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROUILLÉ, André. A fotografia na tormenta das imagens. In: DOBAL, Susana; GONÇALVES, Osmar (Org.). *Fotografia Contemporânea: fronteiras e transgressões*. Brasília: Casa das Musas, 2013.

SCHÄFER, Gilberto; LEIVAS, Paulo Gilberto Cogo; SANTOS, Rodrigo Hamilton dos. Discurso de ódio: da abordagem conceitual ao discurso parlamentar. *RIL Brasília*, v. 52, n. 207, p. 143-158, 2015.

SCHMIDT, Flávia. *Presença de militares em cargos e funções comissionados do executivo federal*. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2022.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe*, n.27, p.1-107, 2017.

Recebido em: 04/11/2023

Aceito em: 11/04/2024

**Bianca Dorothea Batista:** Professora de Estudos Linguísticos da Universidade Federal Rural da Amazônia - UFRA. Doutora em Linguística Aplicada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2019) com período de estágio de pesquisa na Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder), Alemanha (2017). Atualmente é membra do grupo de Estudos Literários e Linguísticos da Amazônia (GELLA) e do Grupo de Estudos Bakhtinianos (GEBAKH).