



# A Miragem do Algoritmo: Retórica e Governança no estudo de caso do Fortune Tiger nas periferias brasileiras

Caique dos Anjos Santana  
Fatec- Faculdade de Tecnologia de Carapicuíba-SP  
E-mail: caiqueanjos@outlook.com

Kathrine Butieri  
Fatec- Faculdade de Tecnologia de Santana de Parnaíba-SP  
E-mail: katbutieri@gmail.com

**Resumo:** Este artigo apresenta um estudo de caso do jogo Fortune Tiger e analisa sua circulação nas periferias brasileiras a partir da articulação entre retórica e vigilância algorítmica, compreendendo-o como um dispositivo retórico-algorítmico de persuasão. Fundamentado na retórica clássica e contemporânea, especialmente nos conceitos de ethos, pathos e logos, o estudo investiga como regras, narrativas e sistemas algorítmicos operam na produção de sentidos, hábitos e expectativas em contextos de vulnerabilidade socioeconômica. A metodologia adotada é qualitativa e analítico-interpretativa, focada na análise do Fortune Tiger por ser amplamente difundido em territórios periféricos, considerando suas dinâmicas e seus efeitos simbólicos. Os resultados indicam que este jogo constrói um ethos de legitimidade e promessa de ascensão econômica, mobiliza o pathos por meio de afetos como esperança e urgência e aciona o logos ao simular racionalidade, mérito e probabilidade. Conclui-se que tais mecanismos instauram formas sutis de vigilância algorítmica, que moldam comportamentos e disposições sem recorrer ao controle direto dos sujeitos. Defende-se, por fim, a viabilidade de uma vigilância algorítmica crítica, orientada à responsabilização das plataformas e à promoção da justiça social.

**Palavras-chave:** Fortune Tiger. Jogos digitais de aposta. Periferias brasileiras. Retórica. Vigilância algorítmica.

**Abstract:** This article presents a case study of the Fortune Tiger game, analyzing its circulation in Brazilian peripheries through the articulation between rhetoric and algorithmic surveillance, understanding it as an algorithmic-rhetorical apparatus for persuasion. Grounded in classical and contemporary rhetoric, especially the concepts of ethos, pathos, and logos, the study investigates how rules, narratives, and algorithmic systems operate in the production of meanings, habits, and expectations in contexts of socioeconomic vulnerability. The methodology adopted is qualitative and analytical-interpretative, focused on the analysis of Fortune Tiger due to its widespread dissemination in peripheral territories, considering its dynamics and symbolic effects. The results indicate that this game constructs an ethos of legitimacy and promise of economic ascension, mobilizes pathos through affects such as hope and urgency, and activates logos by simulating rationality, merit, and probability. It concludes that such mechanisms establish subtle algorithmic surveillance frameworks that shape behaviors and dispositions without resorting to direct control of subjects. Finally, the feasibility of critical algorithmic surveillance, aimed at holding platforms accountable and promoting social justice, is defended.

**Keywords:** *Fortune Tiger. Digital gambling. Brazilian peripheries. Rhetoric. Algorithmic surveillance.*

## **Introdução**

Nos últimos anos — especialmente no período compreendido entre 2018, com a promulgação da Lei nº 13.756, que autorizou as apostas de quota fixa, e 2025, marco da consolidação regulatória e da intensificação da exploração comercial do setor — o Brasil tem experimentado um crescimento exponencial no mercado de jogos de apostas digitais, configurando-se como um dos cenários mais dinâmicos e socialmente relevantes dessa modalidade de entretenimento digital. Em 2025, projeções de mercado indicam que o país deve alcançar um faturamento em torno de US\$ 4,139 bilhões (aproximadamente R\$ 22 bilhões) em receitas de apostas online, posicionando-se como o quinto maior mercado do mundo nesse setor, atrás apenas de potências como Estados Unidos, Reino Unido, Itália e Rússia — marca inédita para o Brasil e reflexo de uma rápida digitalização do consumo e expansão de plataformas de apostas após a regulamentação do setor (BBC News Brasil, 2025).

Do ponto de vista da fortuna crítica recente (2020–2025), a expansão das apostas digitais no Brasil tem sido analisada sob múltiplas perspectivas. A expansão das apostas digitais, consolidou-se como objeto de investigação multidisciplinar, mobilizando o campo jurídico, econômico, sanitário e comunicacional. No plano normativo, a regulamentação do setor, iniciada com a Lei nº 13.756/2018 e aprofundada pela Lei nº 14.790/2023, tem sido analisada como marco de transição entre um mercado

majoritariamente operado por plataformas internacionais e um ambiente progressivamente formalizado e tributado pelo Estado brasileiro.

Esse crescimento acentuado, impulsionado por fatores como a ampla adoção de pagamentos instantâneos (como o Pix<sup>1</sup>) e a familiaridade generalizada da população com dispositivos digitais, coloca em evidência disparidades sociais e econômicas profundas, especialmente nas periferias brasileiras. O Censo 2022 do IBGE revelou que 16,4 milhões de brasileiros (8,1% da população) vivem em 12.348 favelas e comunidades urbanas distribuídas em todo Brasil<sup>2</sup>, em que o acesso a tecnologias móveis e a vulnerabilidade econômica podem amplificar os riscos associados a práticas de aposta. Ao mesmo tempo, as estratégias persuasivas de plataformas digitais — que empregam técnicas de vigilância algorítmica para personalizar interfaces, notificações e recompensas — intensificam os mecanismos retóricos que moldam comportamentos de consumo, levantando questões críticas sobre ética, regulação e os impactos socioculturais dessas interfaces nas comunidades periféricas.

Dada a vastidão desse cenário e a multiplicidade de aplicações disponíveis, este trabalho debruça-se sobre um estudo de caso do jogo Fortune Tiger, por ele se configurar como o expoente máximo dessa lógica retórica e de engajamento nas periferias do país. Neste contexto, investigar a retórica e a vigilância algorítmica neste artefato específico torna-se essencial para compreender como discursos persuasivos e estruturas de dados influenciam práticas de risco e desigualdades no Brasil contemporâneo.

Diante disso, o problema de pesquisa que norteia este estudo consiste em compreender como o jogo Fortune Tiger articula estratégias retóricas e mecanismos de vigilância algorítmica para influenciar comportamentos, percepções de risco e práticas de consumo, explorando vulnerabilidades socioeconômicas e simbólicas dos usuários nas periferias brasileiras. Interessa investigar de que modo a personalização algorítmica, o monitoramento de dados e a lógica de recomendação dessa plataforma potencializam discursos persuasivos baseados em ethos, pathos e logos, ao mesmo tempo em que produzem formas assimétricas de controle, opacidade e responsabilização individual, tensionando os limites éticos, comunicacionais e regulatórios desse ecossistema digital.

Assim, o objetivo geral deste artigo é analisar de que maneira o Fortune Tiger opera como artefato retórico mediado por mecanismos de vigilância algorítmica, examinando como estratégias discursivas e tecnológicas — especialmente a mobilização de ethos, pathos e logos associada à personalização de conteúdos, ao monitoramento de dados e às lógicas de recomendação — contribuem

---

<sup>1</sup> O Pix é um sistema de pagamentos instantâneos criado pelo Banco Central do Brasil, que permite a realização de transferências e recebimentos em poucos segundos, de forma direta e com baixo custo operacional.

<sup>2</sup> Agência IBGE notícias. Disponível em: [agenciadenoticias.ibge.gov.br](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br). Acesso em: 24 mar.2026

para a orientação de comportamentos, a naturalização do risco e a produção de assimetrias informacionais e sociais.

Como objetivos específicos, busca-se: a) identificar e descrever as principais estratégias retóricas empregadas pelo Fortune Tiger, analisando como a plataforma constrói narrativas de legitimidade, expectativa de ganho e pertencimento; b) examinar os dispositivos de vigilância algorítmica responsáveis pela coleta, análise e uso de dados dos usuários; e c) compreender de que modo a articulação entre persuasão retórica e personalização algorítmica intensifica práticas de engajamento contínuo e aprofunda processos de vulnerabilização social, à luz de referenciais da retórica contemporânea e dos estudos críticos sobre tecnologia.

A justificativa desta pesquisa reside na necessidade de compreender criticamente os impactos comunicacionais, éticos e sociais da expansão dos jogos digitais de aposta no Brasil, especialmente em contextos periféricos. Ao focar no expoente desse fenômeno e articular os aportes da retórica com os estudos sobre vigilância algorítmica, o estudo contribui para o debate acadêmico ao evidenciar como práticas persuasivas atuam na naturalização do risco. Além disso, a pesquisa justifica-se por seu potencial de subsidiar reflexões sobre regulação, educação midiática e justiça social frente às plataformas digitais.

## REFERENCIAL TEÓRICO

A noção de vigilância algorítmica constitui um eixo central para a compreensão das dinâmicas contemporâneas de poder nas plataformas digitais. Trata-se de um regime de monitoramento automatizado e contínuo do comportamento humano, baseado em algoritmos capazes de coletar, processar e analisar grandes volumes de dados pessoais com vistas à previsão, à influência e, em muitos casos, à modelagem de ações futuras. Esse processo insere-se no que tem sido denominado por Shoshana Zuboff (2019) de capitalismo de vigilância, no qual dados comportamentais convertem-se em matéria-prima estratégica para a maximização de lucro e para o exercício de formas sutis, porém eficazes, de controle social. Nesse contexto, emergem questões éticas fundamentais relacionadas à privacidade, à autonomia individual e à assimetria de poder entre usuários e plataformas, especialmente quando tais tecnologias incidem sobre populações socialmente vulnerabilizadas.

Por meio de algoritmos cada vez mais sofisticados e da coleta massiva de dados, as plataformas digitais passam a operar como dispositivos de modulação da atenção, orientando percepções, escolhas e interações de maneira estratégica, em consonância com interesses econômicos e

tecnopolíticos mais amplos. Não se trata apenas da distribuição automatizada de conteúdos ou tarefas, mas da indução sistemática de padrões comportamentais, configurando um novo regime de poder baseado na gestão da informação. Sob essa perspectiva, artefatos como o Fortune Tiger — que se disseminam de forma acelerada nas periferias brasileiras — não podem ser compreendidos como práticas lúdicas neutras ou inocentes, mas como arranjos político-sociais que operam sobre uma base estrutural marcada por desigualdades econômicas, fragilidades regulatórias e restrito acesso a políticas de proteção social.

Especificamente, este jogo digital de aposta mobiliza mecanismos de vigilância algorítmica ancorados na coleta contínua de dados comportamentais, tais como tempo de permanência na plataforma, frequência e valor das apostas, padrões de ganho e perda, horários de acesso, respostas a bônus promocionais e formas de interação com a interface (Zuboff, 2019; Yeung, 2018; Schüll, 2012). Esses dados alimentam sistemas de perfilização e aprendizado de máquina que possibilitam a personalização dinâmica de estímulos persuasivos, ajustando ofertas, recompensas e métricas de engajamento de modo a reduzir a percepção de risco. Essa personalização algorítmica, ao convergir com estratégias discursivas específicas, tende a reforçar decisões impulsivas e recorrentes de aposta, deslocando a responsabilidade para o indivíduo e aprofundando processos de vulnerabilização social.

Nesse cenário, a articulação entre a retórica clássica e a materialidade digital oferece um arcabouço analítico robusto para desvelar os modos de persuasão mobilizados pela interface. Longe de se restringir ao discurso verbal, a persuasão aqui opera na própria estrutura do código e do design, transformando o algoritmo em um agente retórico. Para compreender essa dinâmica, propõe-se a leitura das categorias aristotélicas de persuasão aplicadas ao ambiente digital:

**Ethos** (Credibilidade e Imagem Digital): Na formulação de Aristóteles (2011), o ethos não é o caráter prévio do orador, mas a imagem de credibilidade construída no próprio discurso. No contexto do Fortune Tiger, o ethos não emana de um sujeito humano direto, mas da "imagem de marca" construída pela interface e ecossistema ao seu redor. Conforme aponta James J. Brown Jr. (2015) em suas discussões sobre o ethos digital, a credibilidade em ambientes em rede é programada e distribuída. O jogo, nesse caso, forja seu ethos por meio de interfaces hiperprofissionalizadas, integração com sistemas financeiros oficiais (como o Pix), selos visuais de suposta segurança e a chancela de influenciadores digitais locais, que atuam como fiadores comunitários de sua legitimidade. A máquina apresenta-se, assim, não como um cassino distante, mas como uma instituição acessível e confiável.

**Pathos** (A Gestão das Paixões): O pathos aristotélico, voltado à mobilização do auditório, manifesta-se no jogo por meio de um design afetivo meticulosamente calculado para o gerenciamento de paixões. A

plataforma oscila o estado emocional do usuário entre a esperança (a promessa do ganho iminente que transformará sua realidade material) e a urgência ou medo da perda. À luz da retórica das emoções, os elementos sensoriais do Fortune Tiger — as cores vibrantes, a trilha sonora estimulante, os sons de moedas caindo e o brilho das animações de vitória — não são meros adornos estéticos; são argumentos emocionais incrustados na interface. Eles operam para anestesiar a reflexão crítica, engajando o usuário em uma temporalidade de suspensão e transe que dissimula a perda financeira.

**Logos** (A Racionalidade Simulada e o Entimema): O logos, historicamente associado à argumentação lógica, é pervertido na interface da aposta por meio de uma racionalidade simulada. O jogo esconde a probabilidade matemática real (o código fechado do gerador de números aleatórios) e oferece, em seu lugar, um entimema — um silogismo retórico incompleto cujas premissas são preenchidas pela expectativa do próprio usuário. O design da "quase vitória" (near miss), característico dessas plataformas, funciona exatamente como um entimema visual e prático: "Se joguei e os símbolos quase se alinharam perfeitamente, logo, na próxima rodada a vitória é certa". Essa ilusão de causalidade disfarça a aleatoriedade algorítmica, transformando o acaso em uma falsa percepção de padrão, mérito e controle estratégico.

Podemos analisar que a articulação desses elementos retóricos — o ethos programado, o pathos sensorial e o logos entimemático — sustenta a promessa de ganhos contínuos, ao mesmo tempo em que consolida vínculos entre usuários e plataforma, evidenciando a profunda imbricação entre retórica, vigilância algorítmica e desigualdade social.

Esse debate também se articula a contribuições críticas que discutem como tecnologias digitais reproduzem e aprofundam desigualdades sociais e raciais, especialmente quando operam sobre populações historicamente vulnerabilizadas (Benjamin, 2019; Browne, 2015). Embora não tenham como foco específico os jogos de aposta, essas abordagens contribuem para compreender a vigilância algorítmica como prática situada, atravessada por assimetrias estruturais que moldam de maneira desigual os riscos da mediação tecnológica.

Este artigo não pretende esgotar o debate sobre economia política das apostas digitais nem oferecer uma análise jurídica ou normativa do setor. Sua contribuição situa-se no campo da comunicação e dos estudos críticos da tecnologia, ao examinar como estratégias retóricas e dispositivos de vigilância algorítmica operam de forma integrada na produção de sentidos, disposições e práticas de consumo nas periferias brasileiras a partir do fenômeno do Fortune Tiger.

## METODOLOGIA

A presente pesquisa adota uma matriz metodológica de natureza qualitativa e analítico-interpretativa. O escopo investigativo recai sobre as bases da retórica e os mecanismos de vigilância algorítmica inseridos nas plataformas de aposta digitais contemporâneas. Interessa observar, primordialmente, de que modo o extrativismo contínuo de dados comportamentais sustenta estratégias de persuasão hiperdirecionadas, sobretudo na exploração de territórios periféricos. O intuito analítico central é decupar a maneira como tais arranjos sociotécnicos produzem sentidos, modulam condutas e operam como vetores ativos de aprofundamento da vulnerabilidade social.

Para o delineamento do cenário macrossocial de consumo e a devida contextualização do fenômeno no Brasil, a investigação mobiliza dados secundários advindos da Pesquisa Game Brasil (PGB) de 2025. Esse acervo empírico permite mapear, em larga escala, as motivações estruturais, o perfil demográfico e a recorrência do dispêndio financeiro nas periferias, servindo como o necessário pano de fundo socioeconômico para a análise minuciosa do objeto central.

### **O Estudo de Caso: Fortune Tiger**

Diante da amplitude e da fluidez do ecossistema de apostas online, esta pesquisa adota como estudo de caso o aplicativo Fortune Tiger (popularmente conhecido como “Jogo do Tigrinho”). Essa escolha configura-se como uma estratégia heurística, fundamentada em sua ampla presença no cotidiano brasileiro e em sua centralidade no debate público recente.

Nesse contexto, o aplicativo evidencia práticas de manipulação comportamental que podem ser compreendidas como uma expressão intensificada da lógica retórico-algorítmica que rege os cassinos digitais contemporâneos. Sua eficácia persuasiva, associada à personalização potencialmente predatória da experiência do usuário, evidencia a dependência estrutural desses sistemas em relação à coleta e ao processamento em larga escala de dados comportamentais.

### **Procedimentos de Coleta e Observação**

A incursão empírica fundamentou-se na técnica de Observação Participante Passiva. Cumpre ressaltar que a inserção na plataforma foi estritamente investigativa, destituída de finalidades lúdicas ou

de expectativa de ganho financeiro; o rigor metodológico pautou-se pelo mapeamento reverso dos gatilhos presentes na interface. A imersão em campo ocorreu ao longo dos meses de novembro e dezembro de 2025, englobando 20 sessões de escrutínio sistemático via dispositivos móveis — principal vetor de acesso das classes populares.

As sessões de observação tiveram uma duração média de 30 a 40 minutos cada, totalizando um volume de horas que permitiu atingir a saturação teórica, estágio em que a repetição contínua das mecânicas revela o padrão estrutural do sistema. Essencialmente, as interações foram realizadas mediante o aporte de apostas de valor mínimo com capital real, uma vez que as lógicas de retenção, os algoritmos de quase-vitória e os padrões de recompensa operam sob dinâmicas distintas (e frequentemente mais lenientes) no modo de demonstração (demo). Para tensionar a opacidade da "caixa preta" algorítmica a partir de sua superfície gráfica, a observação sistematizou-se por meio de três eixos empíricos:

**Gatilhos de Retenção** (A modulação do tempo): Mapeamento do intervalo e da frequência cronológica entre sequências de perdas sistêmicas e a injeção artificial de bônus ou eventos de near miss (quase vitória). Tais artifícios atuam como interceptadores emocionais, programados para evitar a evasão do usuário em seu pico de frustração.

**Estímulos Sensoriais e a Gestão do Risco** (Pathos): Registro analítico das mutações na paisagem sonora, na saturação cromática e no ritmo das animações em resposta direta à elevação financeira da aposta. Observou-se como o motor gráfico do jogo reage afetivamente ao volume de capital inserido.

**Credibilidade e Narrativa de Ascensão** (Ethos): Decupagem da engenharia de confiança do aplicativo, englobando desde o enquadramento discursivo das notificações promocionais e a "fricção zero" no uso do Pix, até a mobilização de símbolos atrelados à ascensão social e à legitimidade institucional.

### **Procedimentos de Análise**

A coleta de dados resultante da observação foi submetida a uma dupla articulação interpretativa:

**Análise Retórica:** Estruturada sob as balizas da tradição clássica, aqui traduzidas para a materialidade digital: ethos (como o código forja um simulacro de legitimidade e segurança), pathos (a administração maquínica das paixões, notadamente a urgência e a esperança) e logos (a simulação algorítmica de causalidade, técnica e probabilidade de ganho).

**Inferência Algorítmica Crítica:** A análise fundamenta-se no cruzamento entre os padrões estéticos e interativos identificados na interface e o referencial crítico do capitalismo de vigilância e do design

persuasivo (Schüll, 2012; Yeung, 2018; Zuboff, 2019). Considerando o caráter proprietário e opaco do código, adota-se uma abordagem inferencial baseada nos efeitos observáveis do sistema, especialmente nos padrões recorrentes de engajamento e comportamento dos usuários.

Nesse sentido, argumenta-se que tais padrões permitem inferir a existência de uma lógica de funcionamento orientada à maximização do engajamento e à extração de dados comportamentais, em consonância com as dinâmicas descritas pelos autores. Trata-se, portanto, de uma inferência crítica sustentada empiricamente, e não de uma verificação direta da intencionalidade algorítmica.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO: A INTERFACE COMO DISPOSITIVO RETÓRICO

A partir da observação sistemática de vinte sessões do Fortune Tiger, foi possível constatar que a interface do aplicativo transcende a função de mero suporte gráfico, atuando como um dispositivo persuasivo altamente sofisticado. O design do jogo é meticulosamente programado para mascarar a assimetria estatística inerente aos Cassinos, substituindo a percepção matemática por uma experiência estética e emocional. Essa modulação ocorre por meio da articulação de três eixos retóricos principais, que operam em conjunto com a vigilância algorítmica: a construção de um ethos amigável, a simulação de um logos racional e a intensa exploração do pathos.

### **O Ethos da Sorte: Credibilidade e Desarmamento Visual**

Na retórica digital, o ethos não se refere exclusivamente ao caráter moral de um orador humano, mas também à credibilidade projetada e operacionalizada pelas interfaces e sistemas algorítmicos (Zuboff, 2019). No Fortune Tiger, esse elemento é imediatamente estabelecido na tela inicial e mantido em toda a jornada do usuário. Como se observa na Figura 1, o aplicativo é personificado por um tigre estilizado, de traços infantis e arredondados, usando óculos escuros e ostentando um sorriso simpático. A figura do mascote atua como um recurso central de desarmamento retórico: ao invés da estética sombria, elitista ou hiperfocada dos cassinos tradicionais, o jogo apropria-se de códigos visuais comuns em jogos casuais e inofensivos, por exemplo, Candy Crush<sup>3</sup>. Esse ethos de "amizade" e ludicidade mascara a natureza predatória da plataforma, construindo uma imagem de marca acessível, familiar e, acima de tudo, inofensiva, o que reduz drasticamente as barreiras de entrada para os usuários.

---

<sup>3</sup> Candy Crush é um dos mais populares jogos para plataformas mobile e PC lançado em 2012. Considerado inofensivo devido a sua aparência infantil, mecânica simples de jogo e disfarçado como um mero passatempo casual.

**Figura 1**

*Tela inicial do jogo Fortune Tiger*



*Nota: Captura de tela do aplicativo/2026*

O ethos também é reforçado pela linguagem promocional “**Featuring respins and x10 multiplier!** **Win up to 2500x**” significa basicamente o seguinte:

“**Featuring respins**” → *Inclui giros extras*

Ou seja, o jogo pode te dar novas rodadas automáticas sem custo adicional em determinadas situações.

“**x10 multiplier**” → *Multiplicador de até 10 vezes*

Alguns prêmios podem ser multiplicados por 10, aumentando bastante o valor ganho.

“**Win up to 2500x**” → *Ganhe até 2500 vezes o valor apostado*

Esse é o prêmio máximo teórico. Por exemplo, se apostar R\$1, poderia ganhar até R\$2.500 (em uma combinação muito rara).

Essa credibilidade é construída não pela razão dos riscos de perda no jogo mas pela promessa de recompensa elevada para fortalecer a adesão. Assim, o jogo se apresenta como uma instância confiável de ganho, mesmo que essa confiança seja construída de forma estratégica e persuasiva. Portanto, o ethos algorítmico, projetado pela interface, combina confiança visual, carisma do personagem, associação à sorte e à riqueza e multiplicadores de ganhos.

Outro aspecto relevante para a construção do ethos de credibilidade no ambiente das apostas, no caso em análise, reside na integração fluida com o sistema de pagamentos **Pix**. Essa articulação técnico-financeira, associada à lógica de “fricção zero” nos processos de depósito e saque, não apenas simplifica a experiência do usuário, mas também opera retoricamente ao acionar um repertório de práticas já incorporadas ao cotidiano digital. Nesse sentido, a interface não se limita a mediar transações, mas projeta um ethos algorítmico de confiabilidade, ao se apoiar em uma infraestrutura institucionalmente legitimada. Tal dinâmica pode ser compreendida à luz do capitalismo de vigilância, na medida em que a redução de barreiras operacionais intensifica a adesão do usuário e potencializa a circulação contínua de dados e capital, naturalizando a prática das apostas por meio de uma experiência percebida como segura, imediata e integrada.

## **O Logos Simulado: Racionalidade e a Ilusão de Controle**

O segundo eixo de persuasão mobilizado pela plataforma é a estratégia do logos — a aparência de racionalidade e lógica. Em vez de expor a aleatoriedade algorítmica (o código fonte que determina as vitórias e perdas), a interface oferece regras visuais claras e indicadores de multiplicação que simulam a existência de um sistema decifrável.

### **Figura 2**

## *Interface de giro e as linhas de pagamento*



*Nota:* Captura de tela do aplicativo/2026

Interface de giro destacando as linhas de pagamento, os símbolos Wild e a indicação numérica de multiplicadores na figura 2 ilustra como o jogo é operado no jogo. A organização dos símbolos em uma grade de três por três, as linhas luminosas que conectam os acertos e a explicitação de multiplicadores numéricos (como a promessa de "X10 multiplier" vista na tela inicial) criam um entimema prático. O usuário é induzido a acreditar que, ao compreender as linhas de pagamento e os símbolos coringas (Wild), ele detém algum controle ou estratégia sobre o resultado. Essa racionalidade simulada é essencial para justificar a continuidade das apostas após uma perda, transformando o fracasso aleatório em um "erro de cálculo" temporário na mente do jogador.

### O Pathos em Evidência: A Gestão Algorítmica da Euforia

Por fim, a eficácia do Fortune Tiger nas periferias brasileiras deve-se à sua capacidade de mobilizar intensamente o pathos do usuário. A plataforma opera como uma sofisticada máquina de gerenciamento de emoções, em que a vigilância algorítmica atua na calibração dos estímulos afetivos destinados a reter o jogador, especialmente em momentos de vulnerabilidade psicológica após sequências de perdas.

A articulação algorítmica torna-se inteligível na gestão estratégica da perda: infere-se, a partir da observação sistemática dos padrões da interface e do diálogo com a literatura sobre *machine gambling* (SCHÜLL, 2012), que o sistema correlaciona o comportamento de gasto e a recorrência de resultados negativos com o risco iminente de evasão do usuário.

#### Figura 3

*Tela de recompensa “Big Win” (Grande Vitória)*



Nota: Captura de tela do aplicativo/2026

Nesses momentos críticos, a plataforma tende a disparar bônus "salvadores", eventos de *near miss* ou animações de alta intensidade sensorial. Tais recursos funcionam como um argumento emocional dinâmico que sustenta a expectativa de reversibilidade financeira e modula a percepção de risco, mantendo o sujeito no que Schüll (2012) define como "a zona" — um estado de suspensão cognitiva em que a reflexão sobre a perda é substituída pelo fluxo contínuo da interação. A Figura 3 demonstra o ápice dessa exploração: quando o algoritmo identifica um limiar de frustração, ele libera eventos como o "BIG WIN", utilizando cores quentes e explosões visuais para gerar uma descarga de dopamina que ressignifica a experiência de perda anterior como um mero preâmbulo da vitória.

## ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

A análise visual do Fortune Tiger revela uma arquitetura de persuasão em que a estética e a modulação algorítmica convergem para o que Ian Bogost (2007) define como retórica procedural — a arte de convencer não por palavras, mas por processos, mecânicas e regras computacionais. Como observado na interface, o sistema utiliza cores vibrantes para construir um ethos de legitimidade lúdica, atuando estrategicamente para atenuar a percepção do risco financeiro. No plano do pathos, a articulação algorítmica torna-se evidente na gestão da perda, disparando bônus "salvadores" que sustentam a expectativa de reversibilidade.

O logos, por sua vez, manifesta-se no simulacro de racionalidade. Ao exibir multiplicadores, o jogo induz o usuário a crer que a vitória advém de persistência, deslocando a responsabilidade pelas perdas para um suposto "erro de cálculo" individual.

Os dados da Pesquisa Game Brasil (PGB, 2025) corroboram a eficácia desse mecanismo ao evidenciarem estatisticamente a alta adesão às plataformas em estratos específicos. Segundo o levantamento, o interesse por apostas online é significativamente maior nas classes C, D e E, que representam a base da pirâmide de consumo de jogos no país. De forma empírica, a PGB 2025 aponta que 38% dos brasileiros já realizaram algum tipo de aposta digital, e a motivação principal para 62,4% desse público é a busca por "complementação de renda" ou "ganho financeiro rápido" (Martins, 2025).

Esses números demonstram que as estratégias de bônus e a simulação de racionalidade descritas anteriormente encontram solo extremamente fértil em contextos de vulnerabilidade socioeconômica. O principal achado empírico deste estudo é a naturalização do risco operada pela interface: a precisão do cálculo algorítmico, ao encontrar um público cuja urgência financeira é real, adia permanentemente a

promessa retórica do grande ganho, transformando a expropriação de valor em uma etapa justificada do processo lúdico.

## CONCLUSÕES

Conclui-se que o Fortune Tiger — alçado neste estudo a paradigma dos Cassinos Digitais contemporâneos — instaura uma forma opaca, hiper-racionalizada e implacável de governança algorítmica. O engajamento contínuo nessas plataformas destitui a premissa liberal da "decisão racional e autônoma do consumidor". O sujeito não apenas joga; ele é capturado por uma infraestrutura sociotécnica predatória, projetada meticulosamente para modular sua agência por meio de um bombardeio retórico-sensorial e de narrativas ilusórias de reversibilidade financeira.

Nos territórios periféricos brasileiros, esse maquinário converte a aposta em uma miragem de sobrevivência material. Trata-se, em última instância, de uma atualização tecnológica de dinâmicas históricas de espoliação econômica e exploração: o extrativismo contemporâneo captura não apenas os parques recursos financeiros, mas a atenção, os dados e a própria esperança de populações estruturalmente vulnerabilizadas. Diante da assimetria brutal imposta pelo segredo industrial e pela inauditabilidade dos códigos proprietários, este estudo defende a premência da estruturação de uma vigilância algorítmica crítica, operada a partir da sociedade civil, da academia e do Estado.

O eixo do debate público, ético e regulatório deve, portanto, sofrer um deslocamento radical. É imperativo abandonar o discurso culpabilizador, historicamente focado na "responsabilidade individual" ou no pretenso desvio patológico do usuário, redirecionando o escrutínio e a exigência de transparência para a responsabilidade corporativa das plataformas. Somente ao escancarar e politizar as assimetrias de poder e informação que alicerçam o mercado de apostas no Brasil será possível enfrentar um ecossistema programado, em sua própria essência retórica e matemática, para a expropriação sistemática de valor.

## REFERÊNCIAS

Aristóteles. (2011). *Retórica* (E. Bini, Trad.). Edipro.

Benjamin, R. (2019). *Race after technology*. Polity Press.

Bogost, I. (2007). *Persuasive games: The expressive power of videogames*. MIT Press.

Browne, S. (2015). *Dark matters: On the surveillance of Blackness*. Duke University Press.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2024, novembro 8). *Censo 2022: Brasil tinha 16,4 milhões de pessoas morando em favelas e comunidades urbanas*. Agência de Notícias IBGE. <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41797-censo-2022-brasil-tinha-16-4-milhoes-de-pessoas-morando-em-favelas-e-comunidades-urbanas>

Lei nº 13.756, de 12 de dezembro de 2018. (2018, 12 de dezembro). Dispõe sobre o Fundo Nacional de Segurança Pública (FNSP), sobre a destinação do produto da arrecadação das loterias e sobre a promoção comercial e a modalidade lotérica denominada apostas de quota fixa. Recuperado de [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/113756.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113756.htm)

Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023. (2023, 29 de dezembro). Dispõe sobre a modalidade lotérica denominada apostas de quota fixa. Recuperado de [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2023-2026/2023/lei/114790.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/114790.htm)

Martins, A. (2025, March 26). *Jogos de aposta online ganham força e são consumidos por 38% dos brasileiros*. IstoÉ Dinheiro. <https://istoedinheiro.com.br/jogos-de-azar-ganham-forca-e-sao-consumidos-por-38-dos-brasileiros>

Schüll, N. D. (2012). *Addiction by design: Machine gambling in Las Vegas*. Princeton University Press.

Yeung, K. (2018). *Algorithmic regulation: A critical interrogation*. *Regulation & Governance*, 12(4), 505–523. <https://doi.org/10.1111/rego.12158>

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.



# Caixões vazios: a polêmica em uma *fake news*

Nathalia Melati  
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo- PUC/SP  
E-mail: nathaliamelati@gmail.com

**Resumo:** Este artigo investiga o fenômeno das fake news sob a ótica da Retórica, situando-as no quadro da desordem informacional. O objetivo central é analisar a retoricidade do discurso falso, observando como ele se diferencia da busca pela veracidade ao operar como uma antilogia contrária ao *logos*. A fundamentação teórica articula conceitos da retórica clássica aristotélica — como as provas lógicas, éticas e patéticas — com a sofística de Górgias e reflexões contemporâneas sobre o funcionamento algorítmico das redes sociais. Através do estudo de caso da desinformação sobre “caixões vazios” durante a pandemia de Covid-19, discute-se como a personalização tecnológica cria câmaras de eco que favorecem a identificação entre orador e auditório e o compartilhamento espontâneo de falsidades. O trabalho conclui que a eficácia das *fake news* reside não na correspondência direta com os fatos, mas na exploração do *kairos* e de vieses cognitivos, gerando efeitos de verdade que desafiam o consenso e a razão no debate público. O artigo se baseia em Aristóteles (*Retórica*), Górgias (*O tratado do não ser*), Amossy (2017) e Cassin (2005) para a fundamentação retórica e se apoia em Gelfert (2018), e Wardle e Derakhshan (2017) para a conceituação de desordem informacional.

**Palavras-chave:** Retórica clássica. Argumentação. Ethos. Análise do Discurso. Neoretórica. fake news.

**Abstract:** This article investigates the phenomenon of fake news through the lens of Rhetoric, situating it within the framework of information disorder. The central objective is to analyze the rhetorical nature of false discourse, observing how it differs from the search for truth by operating as an antilogy contrary to the *logos*. The theoretical foundation articulates concepts from classical Aristotelian rhetoric — such as logical, ethical, and pathetic proofs — with Gorgias' sophistry and contemporary reflections on the algorithmic functioning of social networks. Through the case study of disinformation regarding "empty coffins" during the Covid-19 pandemic, the discussion addresses how technological personalization creates echo chambers that favor group identification and the spontaneous sharing of falsehoods. The work concludes that the effectiveness of fake news lies not in direct correspondence with facts, but in the exploitation of *kairos* and cognitive biases, generating truth effects that challenge consensus and reason in public debate. The article draws on Aristotle (Rhetoric), Gorgias (The Treatise on Non-Being), Amossy (2017) and Cassin (2005) for its rhetorical foundation, and relies on Gelfert (2018), and Wardle and Derakhshan (2017) for its conceptualization of informational disorder.

**Keywords:** *Classical rhetoric. Argumentation. Ethos. Discourse Analysis. Neorhetoric. fake news.*

## Introdução

Em 2019, a Associação Brasileira de Linguística (ABRALIN), as pós-graduações em Letras e Linguística da Unicamp, USP, Unesp-Araraquara e UFSCar, e o Centro de Lógica, Epistemologia e História da Ciência da Unicamp (CLE), organizaram um evento intitulado “Abralin em cena: *Fake news* e Linguagem”. Na ocasião, pesquisadores de diversas áreas participaram de mesas-redondas sobre *fake news* a partir de diferentes perspectivas, das *fake news* como narrativas literárias ao peso dos avanços tecnológicos no seu impulsionamento. O próprio ineditismo das *fake news* era debatido; não são elas o boato, a falsidade, a boa e velha mentira?

As duas visões são verdadeiras. As *fake news* são um relato falseado, um boato, ao mesmo tempo em que são uma falsidade inteiramente nova. Por um lado, é a mesma falsidade do discurso retórico falso, discurso compreendido aqui como o resultado da ação de discursar a partir de Tringali (2014). Por outro, os mecanismos tecnológicos empregados pelas redes sociais, e responsáveis pela velocidade e pelo alcance desse discurso, são inéditos na história da comunicação humana. A criação das redes é um divisor de águas tal qual a criação da internet em si mesma. Assim, as *fake news* inauguram um formato próprio de informação, possível graças ao modelo de negócios e funcionamento das redes sociais.

A primeira parte deste artigo se dedica a apresentar as *fake news* a partir de reflexões teóricas. Esse percurso se inicia com Wardle e Derakhshan (2017), que definiram a desordem informacional, universo ao qual as *fake news* pertencem; depois, Pariser (2012), Santaella (2018) e Silveira (2018) explicam o funcionamento das redes sociais, e o impacto desse ambiente na circulação de *fake news*; e Gelfert (2018),

por fim, embasa a nossa conceituação das *fake news*. A segunda parte, que se inspira justamente na abordagem do evento organizado pela ABRALIN, é uma reflexão sobre como a Retórica pode contribuir para os estudos das *fake news*, que, por sua natureza, envolvem outras áreas de pesquisa além da Linguagem. Essa parte se inicia com um apanhado teórico sobre o discurso retórico falso a partir de Aristóteles (384 – 322 a.C.), que escreve sobre esse discurso apenas para refutá-lo. Dessas refutações, temos os sofismas, as falácias, o raciocínio falso empregado pelos sofistas. Abordamos, também, além das provas lógicas, as provas éticas e patéticas. Além de Aristóteles (*Retórica*), consultamos o pensamento de Górgias (490 – 388 a.C.), apresentado n' *O tratado do não ser*, e da Nova Retórica.

O artigo, por fim, analisa um texto que é parte da desordem informacional proposta por Wardle e Derakhshan (2017). Esse texto aborda a gravidade da crise sanitária provocada por uma nova variante do coronavírus (SARS-CoV-2), conhecida como Covid-19 e foi publicado no final de abril de 2020. Ele contesta a tese de que caixões estariam sendo enterrados vazios, ou com pedras, para inflar o número de mortos em decorrência da doença.

O objetivo do artigo é somar aos estudos sobre as *fake news* uma perspectiva retórica, que observe a retoricidade do discurso falso. A Retórica é uma disciplina essencial para compreender o impacto das *fake news* no debate público. Elas são um esforço de impor uma opinião controversa, contrária ao senso comum, como parte do debate público, e frequentemente são eficazes por mudar a disposição do auditório acerca de suas crenças e de acontecimentos. Como discurso retórico, as *fake news* não buscam a opinião mais verossímil, nem mesmo a preferível, que para a Retórica sempre parte de raciocínios lógicos; é o oposto, o discurso retórico falso é uma antilogia, é contrário ao *logos*.

## DA DESORDEM INFORMACIONAL ÀS FAKE NEWS

De maneira simplista, compreendemos como *fake news* todo texto – uma composição de um simples período a um artigo científico – que pertence à desordem informacional. Wardle e Derakhshan (2017), por criticarem o emprego de *fake news* por agentes políticos como forma de atacar a credibilidade da mídia tradicional, optaram por *information disorder*, traduzido como desordem informacional em Gonçalves-Segundo (2020) e desinformação em Bezerra, Magno e Maia (2021) e Gomes e Lopes (2021). A desordem informacional é o fluxo constante de fabricações ou manipulações de fatos, distribuídas por agentes conectados em rede.

Em suma, é uma nova maneira de informar, que concorre com os veículos de comunicação, e só é viável por causa da internet e pelos demais avanços tecnológicos. Wardle e Derakhshan (2017) observam

uma série de *fake news* com base em três fases: a criação, a produção e a distribuição. Para os autores, não podemos considerar que um único agente seja responsável por essas fases. A concepção da *fake news*, no nosso caso, a de que caixões eram enterrados vazios, pode ter sido de um agente, enquanto a produção dos textos para distribuição é de outro, e a própria distribuição online pertence a terceiros. A desordem informacional é, antes de tudo, uma rede de pessoas engajadas na elaboração, produção e distribuição de textos falsos, porque não correspondem à verdade, no caso de uma informação científica ou de um relato, ou ao consenso, no caso do debate público.

A motivação desses agentes é variada. Conforme Wardle e Derakhshan (2017), há a motivação financeira, a política, a social e a psicológica. Allcott e Gentzkow (2017) investigaram o modelo econômico das *fake news* produzidas durante as eleições presidenciais norte-americanas de 2016. Os autores encontraram sites exclusivamente de informação falsa, normalmente com nomes similares aos de veículos tradicionais da imprensa, e sites mistos, com informação falsa e notícia, ainda que partidárias. Segundo os autores, a internet possibilita um investimento baixo para a produção e divulgação de notícias e, em contrapartida, um sistema de remuneração com base no tráfego de usuários do site. Quanto às redes sociais, o custo para a criação de uma página ou perfil é incomparável ao de um veículo tradicional, o que os torna ainda mais lucrativos nesse ambiente. A facilidade de criar um site ou um perfil em rede social também é explorada por agentes de motivação política, geralmente com o objetivo de prejudicar um ator político em uma disputa eleitoral ou em um debate público.

A motivação social funciona para se conectar com um grupo de pessoas, e a psicológica, para buscar prestígio ou reforço social. Essas duas motivações estão intrinsecamente conectadas ao uso que fazemos das redes sociais. Para os autores, as interações em redes sociais desempenham uma importante função social ao sinalizarem com o que concordamos, ou ainda o que reconhecemos como importante e válido. Essas redes são responsáveis por parte da nossa conexão com os outros, por isso parte significativa da nossa interação encontra-se online. Hábitos, gostos, produtos, amigos, companheiros, tudo isso está disponível nos dados que inserimos em redes sociais como Google, Facebook, Instagram e X.

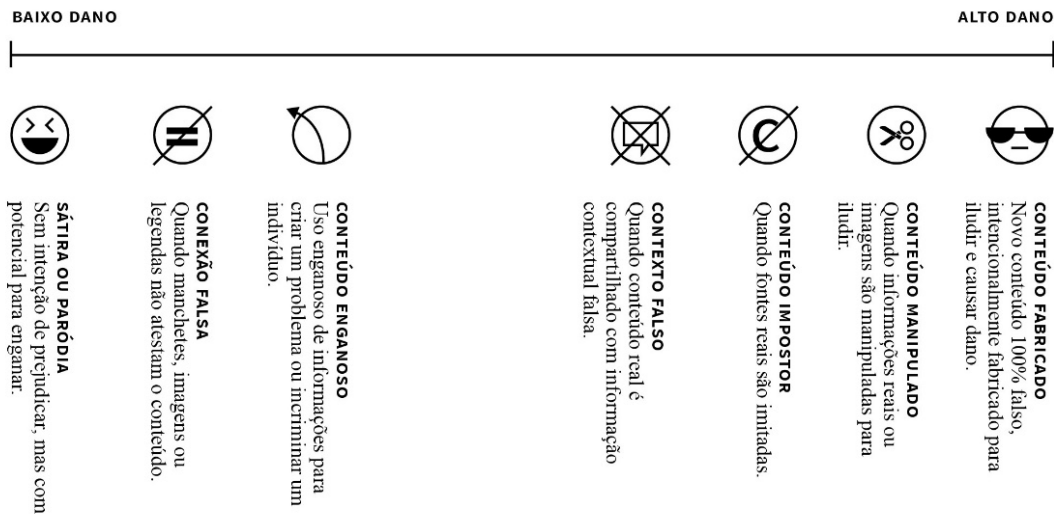
Esses dados são coletados de formas que o usuário não tem ciência. Podemos imaginar que as redes conhecem nossos amigos e identificam a nossa localização por GPS, mas elas também sabem a velocidade com que você digitou o texto postado. Esse último é um dado relevante, por exemplo, para identificar se o usuário sentiu raiva ao interagir com o conteúdo oferecido no seu *feed*. Há uma personalização do conteúdo oferecido para cada usuário, o que torna a rede social tão confortável para cada um de nós que, invariavelmente, passamos a construir relações significativas por ela. Fazemos parte de grupos e criamos uma persona online.

Os sistemas das plataformas manipulam, ao filtrar e organizar, as informações disponíveis aos usuários para que eles “se sintam bem, confortáveis, acessíveis aos anúncios que buscarão estimulá-los a adquirirem um produto ou um serviço” (Silveira, 2018, p. 38). Para Santaella (2018), essa personalização do conteúdo entregue aos usuários cria bolhas ou câmaras de eco, definidas como um “ecossistema individual e coletivo de informação viciada na repetição de crenças inamovíveis” (Santaella, 2018, p. 9). Como as interações do usuário personalizam a cada instante a sua experiência, cria-se uma imagem virtual de si mesmo. Pariser (2012) compara essa imagem a uma performance, e não a uma identidade, “a nossa segunda identidade, refletida na mídia que usamos, é muito parecida conosco, mas não exatamente igual” (Pariser, 2012, p. 105). As plataformas nos apresentam aquilo que gostaríamos de ser, e não realmente quem somos, por isso a tentação da câmara de eco.

É importante notar que essa personalização acarreta um compartilhamento quase espontâneo da *fake news*. Ser persuadido pelo discurso falso nas redes sociais torna-se uma questão de pertencimento a um grupo social e reforço do seu papel nesse grupo. Parte dos agentes responsáveis pela terceira fase, a distribuição, acreditam na informação que disseminam. Ela não é, aos seus olhos, falsa. Ao mesmo tempo que, na bolha ao lado, essa mesma informação é desmarcada por conta da sua falsidade. Aliás, também os que apontam a falsidade, no ambiente digital, ajudam no impulsionamento e no alcance dessa informação. Nas redes sociais, cada vez que interagimos com um texto ampliamos o seu alcance para toda a nossa lista de amigos. Assim, quanto mais compartilhamentos e curtidas, melhor para a disseminação da informação. Para as *fake news*, vale a velha máxima publicitária: “falem bem ou falem mal, mas falem de mim”. Compreendemos que a personalização das redes sociais reafirma a posição de Wardle e Derakhshan (2017) ao definirem as motivações como social e psicológica, além da financeira e política.

A desordem informacional é composta tanto por informação falsificada (*disinformation*) como por informação errada (*misinformation*). O produtor da primeira intencionalmente criou aquela informação com a intenção de prejudicar alguém/algo, por motivação financeira ou política, enquanto o da segunda a compartilha sem intenção deliberada de prejudicar. Em Wardle (2019), a autora acrescenta que, quando compartilhada, informação falsificada normalmente se torna informação errada, uma vez que quem amplia o alcance dessa informação pode acreditar que ela seja genuína. Com o objetivo de criar um quadro teórico, Wardle e Derakhshan (2017) categorizam as estratégias de falsificação presentes na informação falsa e na errada. Para essa categorização, os autores optaram por organizar as diferentes estratégias em ordem crescente com base na probabilidade de a informação falsa causar dano ao auditório, conforme descrito na “Figura 1 – Estratégias de falsificação e potencial de dano”.

**Figura 1 – Estratégias de falsificação e potencial de dano**



**Fonte:** Wardle (2019, p. 11, traduzido pela autora)

A sátira, ou paródia, é considerada uma *false information* (informação falsa) para Wardle (2019) quando a fonte desse tipo de informação se perde, o que ocorre frequentemente nas redes sociais. O auditório entra em contato com a sátira sem saber que a informação se originou em um site humorístico, com isso, toma a sátira como fonte de informação genuína. Uma sátira ou uma paródia não são uma informação falsa *a priori*, mas apresentam potencial para enganar seu auditório. A conexão falsa ocorre quando manchetes, ilustrações ou legendas não confirmam o conteúdo reproduzido. E o conteúdo enganoso, quando há uma manipulação de informação para fabricar um conteúdo. Exemplos são textos em que o corpo da notícia não confirma o título, como as notícias *click-bait*, que geram cliques, e, portanto, receita aos sites, mas que distorcem ou manipulam o conteúdo, normalmente com fins ideológicos.

Para Wardle (2019), essas três estratégias de falsificação têm um baixo risco de dano ao auditório, por isso são consideradas como informação errada (*misinformation*). Elas poluem o ecossistema de informação, e são frequentes nos veículos tradicionais de comunicação, o que diminui a credibilidade da imprensa perante a sociedade. As demais estratégias de falsificação são classificadas como informação falsificada (*disinformation*), isto é, um conteúdo intencionalmente falso e projetado para causar dano.

A motivação para a produção desse conteúdo, segundo Wardle (2019), é para se obter ganho financeiro, influência política, ou para tumultuar o debate. As estratégias são: o contexto falso, conteúdo verdadeiro fora de contexto; conteúdo impostor, imitação de fontes verdadeiras (como personalidades e

atores políticos); conteúdo manipulado, conteúdo verdadeiro manipulado; e conteúdo fabricado, conteúdo falso fabricado. Sobre o conteúdo impostor, é possível que um humorista ou personalidade imite uma fonte original, como um político; nesse caso, o objetivo desse conteúdo é o mesmo que o da sátira ou da paródia.

À guisa de arremate, retomamos a nossa simples definição de *fake news*: todo texto que pertence à desordem informacional. Esse texto deve ser falso, ter o objetivo de informar (como uma notícia) e depender do *design* das redes sociais. O primeiro ponto é sempre questionável, dada a fragilidade da verdade e do fato. Como não é o escopo desse artigo debater a noção de verdade e de fato, optamos por selecionar o *corpus* com base no trabalho jornalístico da agência de checagem Aos Fatos, um veículo de imprensa especializado em apurar a veracidade de informações que circulam nas redes sociais.

Essas agências empregam profissionais da imprensa que realizam o trabalho de checagem da informação de publicações falsas com amplo alcance. De acordo com o Intervezes (2019), as agências “viabiliza[m] o confronto da desinformação com diversas fontes e traze[m] à tona as origens dos conteúdos desinformativos” (Intervezes, 2019, p. 38). A Aos Fatos se apresenta como “uma plataforma jornalística de investigação de campanhas de desinformação e de checagem de fatos” (Aos Fatos, s/d).

O segundo ponto, o objetivo de informar, aproxima as *fake news* da notícia. O relato jornalístico é o que compreendemos como o registro da realidade. A notícia, ou a informação, é curada por jornalistas, os profissionais responsáveis por certo rigor e padrão da notícia. As *fake news* se apresentam como um registro da realidade, ainda que sua credibilidade não se baseie no código de ética dos jornalistas, mas na eficácia da sua disseminação nas redes sociais. Conforme Tandoc et al (2018), “não só as mídias [redes] sociais mudaram a distribuição das notícias, mas também desafiaram as crenças tradicionais sobre como as notícias deveriam parecer” (Tandoc et al, 2018, p. 139). O comportamento dos jornalistas como usuários das redes sociais possibilitou, dentro desse ambiente, relatar fatos fora dos formatos restritos aos gêneros jornalísticos, como a própria notícia, a reportagem e a fotolegenda. O X, especialmente, é usado por jornalistas para detalhar notícias em tempo real, as famosas notícias urgentes (*breaking news*).

Por fim, o terceiro ponto, depender do *design* das redes sociais, significa o uso de mecanismos tecnológicos para sua propagação. Segundo Gelfert (2018), essa eficácia é alcançada por *design*, ou seja, pelo acionamento de vieses cognitivos, dentre eles, o viés de confirmação (a tendência humana de favorecer evidências que reforçam crenças pré-estabelecidas), o efeito de repetição (a exposição repetida a mesma informação), o efeito de predisposição (a influência subsequente de informação apresentada, construções linguísticas como “vachina” ou “vírus chinês”), e a excitação emocional (redução da disposição para negociar ou se comprometer). Com esse terceiro ponto, entendemos que um texto defendendo a alegação falsa “caixões são enterrados vazios para inflar o número de mortos por Covid-

19”, precisa, para ser uma *fake news*, ser considerado falso por algum veículo jornalístico, como as agências de checagem, ou ainda outras instituições; ter o objetivo de contrapor uma notícia, um fato, ou até o debate público; e ter sido propagada nas redes sociais com eficácia. A *fake news* precisa ser eficaz ao se disseminar, ou seja, de todos os textos que circulam nas redes sociais, elas devem se destacar.

## DOS SOFISTAS À RETÓRICA DO DISSENSO

Para Platão (428/427 – 348/347 a.C.), a Retórica não conduz à busca pela verdade, pelo conhecimento (saber); ela “é uma produtora de persuasão para a crença, e não para a instrução no que diz respeito ao justo e ao injusto” (Platão, *Gorg.*, 455a). Com isso, ele condena a Retórica, que é resgatada por Aristóteles (*Ret.*), que contrapõe o discurso retórico às premissas indiscutíveis, provenientes do discurso filosófico, que busca a verdade. A Retórica parte de “premissas prováveis e delas tira conclusões não apodíticas com base no silogismo retórico (o entimema)” (Eco, 1976, p. 73).

Entre a verdade e a falsidade, Aristóteles (*Ret.*) encontra para a Retórica o caminho do meio, o do verossímil. Assim, ela se dedica à construção da verossimilhança, que deve ser feita a partir de premissas verdadeiras. Como a Retórica criticada por Platão (*Gorg.*) centrava-se no orador e no auditório, Aristóteles (*Ret.*) enfatiza a ligação da Retórica com a busca por argumentos lógicos. Para a retórica aristotélica, o *logos* é, principalmente, o raciocínio empregado pelo orador a fim de persuadir o auditório; “o raciocínio é a operação da mente em que, postas certas coisas, seguem-se necessariamente outras” (Tringali, 2014, p. 35). Os raciocínios retóricos são a dedução (silogismo) e a indução (exemplo), o primeiro raciocina do geral para o particular, o segundo faz o caminho inverso. Como a Retórica se fundamenta no senso comum, Aristóteles (*Ret.*) indica que nem sempre todas as premissas do silogismo estão presentes no discurso, mas podem ser deduzidas pelo auditório, por isso ele o chama de entimema.

Ao lado dos silogismos e dos entimemas, Aristóteles (*Ret.*) descreve o raciocínio empregado pelo discurso falso: “no que toca a persuasão real ou aparente, assim como na dialética se dão a indução, o silogismo e o silogismo aparente, também na retórica acontece o mesmo. Pois o exemplo é uma indução, o entimema é um silogismo, e o entimema aparente é um silogismo aparente” (Aristóteles, *Ret.*, I, 2, 1356b). O silogismo aparente e o entimema aparente são descritos em Aristóteles (*Ret.*) como sofismas, e renomeados durante a Idade Média como falácias (cf. Vidal, 2021).

O sofisma, ou a falácia, é construído a partir de um raciocínio falso, porque viola um princípio lógico, com aparência de verdade. Aristóteles (*Ret.*) agrupa os silogismos aparentes em duas classes: quando derivam da conclusão do silogismo: (1) por expressão; ou quando derivam das premissas do

silogismo: (2) por homonímia; (3) por combinação ou divisão; (4) por signo; (5) por acidente; (6) por consequência; (7) por causa; (8) por omissão do quando e do como; (9) por tornar o improvável provável quando relativo. A “Tabela 1 – Entimemas aparentes e seus exemplos” resume e exemplifica os tópicos apontados por Aristóteles (*Ret.*) como fontes dos entimemas aparentes.

**Tabela 1 – Entimemas aparentes e seus exemplos**

<b>Entimema aparente</b>	<b>Exemplo</b>
<b>(1) Expressão:</b> quando não se apresenta de fato a conclusão do silogismo	“Salvou uns, castigou outros, libertou os gregos” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401a10).
<b>(2) Homonímia:</b> quando um dos termos da(s) premissa(s) tem mais de um significado, isoladamente ou em combinação	“Caso semelhante é o da pessoa que, para elogiar um cão, o comparasse ao Cão celeste [...]” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401a15).
<b>(3) Combinação ou divisão:</b> quando se argumenta como se não houvesse diferença se o termo for considerado combinado ou dividido	“E o mesmo se diga nas ocasiões em que alguém sustenta que conhecer as letras é conhecer a palavra, uma vez que a palavra é o mesmo que as letras” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401a20).
<b>(4) Signo:</b> quando há um erro entre as premissas	“[...] se alguém dissesse: ‘às cidades são úteis os amantes, porque o amor de Harmódio e de Aristogíton derrubou o tirano Hiparco’” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401b10).
<b>(5) Acidente:</b> quando as circunstâncias atribuídas ao sujeito, na premissa, não são verdadeiras	“Ou ainda se alguém dissesse que o fato de ser convidado para um banquete é o mais alto sinal de distinção, dado que, por não ter sido convidado, Aquiles ficou ressentido contra os Aqueus em Tênedos. Ficou ressentido por se sentir desconsiderado, embora tal tenha acontecido por não ter sido convidado” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401b15).

<b>(6) Consequência:</b> ao atribuir uma falsa consequência a uma ação	“[...] porque um homem é elegante e passeia à noite, conclui-se que é adúltero, uma vez que os adúlteros são assim” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401b25).
<b>(7) Causa:</b> quando se apresenta o que não é a causa como causa	“[...] quando acontecem várias coisas ao mesmo tempo ou umas a seguir às outras. O que acontece ‘depois disso’ toma-se como se fosse ‘a causa disso’” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401b25).
<b>(8) Omissão do quando e do como:</b> quando essas circunstâncias são omitidas	“[...] que Alexandre raptou Helena justamente, uma vez que o pai desta lhe concedera o direito de escolher o marido. Tal direito não era válido para sempre, mas só a primeira vez, porque o pai tinha autoridade só até esse momento” (Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401a25).
<b>(9) Provável em relação a algo:</b> quando se torna o improvável provável relativamente	“[...] se um homem não dá pretexto a uma acusação, por exemplo, se sendo fraco, for acusado de violências (porque não é provável) [...]”(Aristóteles, <i>Ret.</i> , II, 24, 1402a15).

**Fonte:** elaborada pela autora (2023), com base em Aristóteles (*Ret.*, II, 24).

Há outras categorias possíveis para as falácias. Em Joseph (2008), as falácias são divididas em *extra dictionem* (extralinguísticas) e são *in dictione* (linguísticas). A partir dessas duas categorias, a autora lista as mais diversas falácias: do acidente, da ignorância do argumento, *ad hominem*, *ad ignorantiam*, de causa falsa, da petição de princípio, da pergunta complexa, da homonímia, da forma verbal, da acentuação, da composição, da divisão, da confusão do relativo. De certa forma, a listagem das falácias assemelha-se a das figuras de linguagem; mas, conforme conclui Vidal (2021): “*desde sus orígenes medievales hasta los estudios actuales de las falacias, no se ha elaborado una teoría al respecto, sino más bien se ha procedido a una acumulación casuística de tipos de argumentos considerados inválidos por diversos motivos*” (Vidal, 2021, p. 14). Por isso, buscamos observar as contribuições dos sofistas para além dos sofismas descritos por Aristóteles (*Ret.*) e ampliados com o estudo das falácias.

O *logos* é apenas uma das provas retóricas, ao lado do *ethos* e do *pathos*. O *logos*, ou até o discurso, é o raciocínio que conduz a argumentação. Como vimos, os silogismos e os entimemas aparentes estruturam o *logos* empregado em discursos falsos. Aristóteles (*Ret.*), ainda que brevemente, também cita o *ethos* do discurso falso. Essa prova retórica é o caráter do orador, que será naturalmente persuasivo se o orador demonstrar: prudência (*phronesis*), virtude (*arete*) e benevolência (*eunoia*). Para

Aristóteles (*Ret.*), os oradores que “recorrem à mentira nas coisas que dizem ou sobre aquelas que dão conselhos” (Aristóteles, *Ret.*, II, 1378a10) fazem isso porque lhes falta prudência, virtude ou benevolência. O orador retórico, o verdadeiro orador para Aristóteles (*Ret.*) é o que cultiva como hábito essas três virtudes humanas, já o sofista mente por falta de conhecimento, de prudência; ou por malícia, a falta de virtude. Pode ainda o orador mentir porque, mesmo sabendo a verdade, não é benevolente para compartilhá-la.

O *pathos* é a prova que identifica a disposição do auditório para o discurso retórico. As emoções influenciam a disposição do auditório. Elas “são as causas que fazem alterar os seres humanos e introduzem mudanças nos seus juízos, na medida em que elas comportam dor e prazer” (Aristóteles, *Ret.*, II, 1, 1378a20), são, assim, parte do mundo sensível, das sensações. As emoções são a contraparte racional da alma humana que nos incita à ação. Aristóteles (*Ret.*) menciona a mentira, a falsidade, ao descrever as provas lógicas e éticas, mas não nas patéticas. Ele censura, no entanto, o orador que apresenta provas que afetam o juiz da questão, e não a questão em si.

Aristóteles (*Ret.*) indica que o orador deve pensar quais emoções, e como essas emoções, são despertadas em pessoas com valores semelhantes. Por terem essas semelhanças, orador e auditório se emocionam contra os mesmos inimigos e intercedem em favor dos mesmos amigos, nas mesmas circunstâncias. Isso nos leva a crer que o discurso falso, especialmente nas redes sociais, busque tanto as semelhanças quanto as diferenças entre orador e auditório. Aproximar-se dos semelhantes ou distanciar-se de um outro, um terceiro, permite ao orador e ao auditório se identificarem quanto aos valores defendidos por cada grupo.

O discurso retórico apresenta naturalmente mais de um auditório. No processo de confecção da escrita, o orador visualiza não só o auditório que será favorável à sua tese, mas também o contrário. A depender das circunstâncias de realização desse discurso, o auditório que se opõe ao orador pode ser chamado para discursar. A refutação do opositor é comum, por exemplo, ao discurso retórico da esfera jurídica. Com base no funcionamento das redes sociais, imaginamos que esse confronto direto não seja o caso do discurso retórico falso no caso das *fake news*. A personalização da experiência do usuário pode impedir que essa oposição de teses seja visível a todos. Nesse caso, teremos um auditório que genuinamente acredita em uma falsidade, e outro que a reconhece pelo que ela é.

O discurso retórico é e não é falso, a depender da perspectiva do auditório, em um mesmo recorte temporal. É uma contradição porque perturba o que, ainda que de maneira difusa, entendemos como verdade. Para Aristóteles (*Ret.*), a verdade e a verossimilhança são mais persuasivas que a mentira, por isso tendemos à verdade. Assim, o discurso retórico falso é desmascarado no embate pela obviedade da sua falsidade em contraste com a verdade.

Para entender como é possível discursivamente tomar a falsidade como verdade, tomamos a máxima de um sofista, Górgias (2005): “nada [...] é; aliás, se é, é incognoscível; aliás, se é e é cognoscível, não pode ser mostrado aos outros” (Górgias, 2005, p. 278). Górgias (2005) pensa o ser como um efeito do dizer, e não como a essência de tudo que é. Para o sofista, a palavra não retém o ser quanto a sua natureza, a sua essência, e por isso, ainda que o ser exista como fenômeno natural, não pode ser traduzido pela linguagem.

Cassin (2005) compara essa criação sofista do ser à criação literária: “o ser é um efeito de dizer: um personagem filosófico, assim como existem personagens narrativos, produtos do discurso” (Cassin, 2005, p. 31). Isso significa que o discurso cria o ser na mesma medida em que um romance cria uma personagem. Nesse contexto, o discurso retórico falso cria o efeito de verdade para quem acredita na sua tese. É uma verdade sem relação com o mundo natural ou com o raciocínio lógico, produto do discurso retórico.

Assim, com base nos escritos clássicos da Retórica e também a partir das contribuições de autores contemporâneos, entendemos que a contradição entre ser e não ser verdade impossibilita o consenso retórico. A Retórica visa ao acordo, ou pelo menos à negociação da distância entre orador e auditório. Cassin (2005), ao considerar a perspectiva de Górgias, nomeia o consenso possível como sofisticado: “o resultado sempre precário de uma operação retórica de persuasão, que produz, em cada ocasião (é o *kairos* [...]), uma unidade instantânea inteiramente feita de dissensos, de diferenças” (Cassin, 2005, p. 70).

Para Cassin (2005), o momento em que o discurso vem a ser gera um momento de identificação. É o instante ideal para que uma falsidade, a aparência da verdade, seja tomada como essência do ser. O orador e o auditório partilham um consenso que não se sustenta frente ao escrutínio lógico, mas que é aparentemente verdadeiro. A autora argumenta que isso só é possível porque, sob uma perspectiva sofista, o momento da criação do discurso foi oportuno para a identificação entre auditório e orador. Essa ocasião é, para a Retórica, o *kairos*: a oportunidade perfeita para se atingir um alvo, o momento em que as circunstâncias convergem para a realização de uma ação. Para o orador, o *kairos* indica a melhor ocasião para persuadir o auditório; para o sofista, é o momento de gestar o dissenso no seio da *doxa*.

Para a Retórica, opinião comum, ou senso comum, pode ser traduzido como *doxa*. Nos tratados gregos, a *doxa* é compreendida como o conhecimento das opiniões, baseado no mundo sensível, isto é, naquilo que vemos, ouvimos, sentimos, experimentamos; ela é contrária à episteme, ao conhecimento científico. Ela simboliza os acordos prévios para a argumentação, em uma teocracia, por exemplo, são possíveis argumentos que apelam à tradição. Hoje, entendemos a *doxa* a partir de um recorte de uma sociedade em determinado tempo. Tomaremos o entendimento de Angenot (*apud* Amossy, 2002): a *doxa*

é como um todo estruturado composto tanto das opiniões aceitas quanto dos questionamentos aceitos. Se opiniões contrárias pertencem a mesma *doxa*, mesmo paradoxalmente, podemos entender o discurso retórico falso como uma tentativa de desafiar o estatuto do fato, da verdade, da opinião pública.

Amossy (2017) também se debruça sobre o dissenso, ainda que sem uma perspectiva sofista. A autora observa que em sociedades democráticas o dissenso, a divergência de opiniões, é visto como uma etapa a ser superada para que se possa implementar a ação deliberada. Há um certo “horror ao dissenso” que deslegitimou a polêmica. De maneira geral, “nas concepções da comunicação e do debate herdadas da retórica e desenvolvidas nas abordagens contemporâneas da comunicação no espaço público, a rejeição do desacordo continua sendo central, e intimamente ligada a um ideal de razão e de harmonia social” (Amossy, 2017, p. 29). O dissenso é apenas o ponto de partida, a ser superado em busca do consenso, por meio da fala e da razão.

Há, no entanto, conforme nos prova Amossy (2017), desacordos profundos – *deep disagreements* – que não podem ser resolvidos a partir de argumentos racionais. São “dissensões, muitas vezes sobre temas importantes, que, por natureza, não estão sujeitas a soluções racionais” (Fogelin *apud* Amossy, 2017, p. 30). Amossy (2017) resume que “é preciso levar em conta, sem disso tirar proveito, um campo de debate em que certas zonas permanecem impermeáveis ao trabalho conciliatório da razão” (Amossy, 2017, p. 31). Esse campo é a polêmica, compreendida como “a manifestação discursiva sob forma de embate, de afrontamento brutal, de opiniões contraditórias que circulam no espaço público ” (Amossy, 2017, p. 53).

Amossy (2017) propõe que se estude a polêmica como parte do campo da argumentação retórica. Ela sugere observá-la como uma ancoragem conflitual, partindo de Maingueneau (1983), que é composta por dicotomização, polarização e desqualificação do outro. A dicotomização parte do pressuposto que a polêmica precisa de um espaço discursivo, conforme Maingueneau (*apud* Amossy, 2017, p. 54), com apenas dois polos. Com isso, os participantes – o orador e o auditório – têm uma facilidade de delimitar quem é o outro, o seu inimigo; ao mesmo tempo, torna-se difícil para um dos participantes negar a tese defendida pelo seu grupo, uma vez que isso os transformaria automaticamente nesse outro desprezado.

Há, nas palavras de Amossy (2017, p. 54), uma restrição de “categorias semânticas” que são divididas entre os polos, os grupos envolvidos na polêmica. É o que leva à polarização; para a autora, a polêmica só se realiza diante de uma divisão entre “nós” e “eles”. Isso significa que pessoas com identidades, opiniões, carreiras, dentre outras características, diversas se fundem em dois grupos contrastados. Para Amossy (2017):

em suma, a retórica da polarização consiste em estabelecer campos inimigos e é, portanto, um fenômeno social, e não uma divisão abstrata em teses antagônicas e

inconciliáveis. Trata-se de aderir a um grupo constitutivo de uma identidade ou de apresentar as coisas de modo a que aqueles que se sentem, de início, solidários a um dado grupo mobilizem-se em favor da tese que o reforça (Amossy, 2017, 56-57).

A dicotomização se realiza na polarização, isto é, na divisão em dois grupos, inimigos entre si, e é visível no campo discursivo a partir da observação de uma polarização como movimento social. Isso significa que o defensor de determinado ponto de vista será visto pelo outro grupo como mal-intencionado e não autêntico, essa pessoa resume em si “o símbolo do erro e do mal” (Amossy, 2017, p. 59). Temos, com isso, o último traço da polêmica apontado pela autora, com base em Maingueneau (1983), a desqualificação do outro. A tese do texto é falsa, ou não é a preferível, porque parte de um integrante do grupo inimigo. Nenhum discurso criado pelo “outro”, por “eles”, será aceito porque os vícios e os defeitos do orador automaticamente se transferem para a tese defendida. Essa é a ancoragem conflitual proposta por Amossy (2017) – dicotomização, polarização e desqualificação do outro – ao analisarmos uma polêmica, que, para a autora, é uma estratégia de resolução de conflitos em sociedades democráticas.

## A POLÊMICA DOS CAIXÕES VAZIOS

No dia 29 de abril de 2020, a deputada federal Carla Zambelli, à época filiada ao Partido Social Liberal (PSL), concedeu entrevista ao jornalista José Luiz Datena, na Rádio Bandeirantes. O tema principal da entrevista era a suspensão da nomeação de Alexandre Ramagem para comandar a Polícia Federal por Alexandre de Moraes, ministro do STF. A deputada e o jornalista conversam aproximadamente por dois minutos (14:47 – 16:30) sobre a crise sanitária provocada pela Covid-19. Nesse breve momento, a deputada afirma: “no Ceará tem caixão sendo enterrado vazio, tem uma foto de uma moça carregando caixão com os dedinhos” (Rádio Bandeirantes, 2020). Segundo Marina Gama Cubas e Bárbara Libório, em reportagem para a agência de checagem Aos Fatos, “informações falsas de que caixões vazios são enterrados para inflar as estatísticas de morte por Covid-19 nos estados ganharam tração nas redes sociais em 29 de abril” (Cubas; Libório, 2020, s/p), ou seja, após a fala da deputada federal.

Para chegar a essa conclusão, foram analisados por Cubas e Libório (2020) mais de 84 mil tuítes publicados entre 27 de abril e 4 de maio com termos relacionados ao tema. No Twitter (atual X), a maioria das publicações mais populares citavam a deputada; no Facebook, as publicações sobre caixões vazios não mencionavam Zambelli; e o pico de busca no Google sobre os termos relacionados se deram em 29 de abril, dia da entrevista à Rádio Bandeirantes, e no dia 3 de maio, após uma matéria no programa da

TV Globo Fantástico que também citou a deputada. Para o Fantástico (2020), Carla Zambelli respondeu com a seguinte nota:

a deputada afirma que recebeu imagens de caixões de dois cidadãos, sem dizer quem são. Ela ainda levanta dúvidas do número de mortos do Ceará e compara com a situação do Paraná, que registra menos mortes. E ressalta: “faz mais calor no Ceará do que no Paraná”, dando a entender que o clima interferiria no avanço da doença, mas não há provas científicas de que o vírus se dissemine menos no calor. Por fim, ela diz que a Constituição garante imunidade parlamentar para que ela possa fazer denúncias sem qualquer preocupação de retaliação política (Fantástico, 2020).

Apesar do seu envolvimento na polêmica, não consideramos a deputada federal Carla Zambelli responsável pela disseminação de informações falsas, ou mesmo uma produtora de *fake news*, uma vez que, segundo ela, o questionamento do número de mortes registradas em São Paulo e no Ceará baseia-se em denúncia anônima de cidadãos brasileiros. Com base nisso, poderíamos considerar que a deputada federal compartilhou uma informação errada, quando a informação falsa é compartilhada por alguém que desconhece a sua falsidade. Acreditamos que as *fake news* dependem do debate público. Elas precisam de alguma conexão com o assunto das notícias ou com personagens relevantes naquele momento para impulsionar a sua circulação, como é o caso da deputada federal.

Cubas e Libório (2020), ao analisar publicações nas redes sociais de 27 de abril a 4 de maio de 2020, notaram que a fala da deputada na entrevista para o Datena foi o que impulsionou a informação falsa sobre caixões vazios. Antes dessa fala, no entanto, informações “como a de que caixões vazios ou com pedras foram enterrados para criar pânico, ampliar o número de mortos pela Covid-19 ou mesmo camuflar supernotificações de estados e municípios” (Cubas; Libório, 2020, s/p) já circulavam no Twitter. Em 27 e 28 de abril, Cubas e Libório (2020) identificaram pouco mais de 3 mil interações (curtidas ou *retweets*) nas 50 publicações mais populares sobre o tema; após a fala da deputada, foram observadas mais de 300 mil interações. Nessa rede social, a maioria das publicações citavam nominalmente a deputada, conforme “Figura 2 – Texto 1”.

Figura 1 – Texto 1



Fonte: Twitter (@carol\_sanches\_)

Com base na desordem informacional, esse texto foi publicado por uma agente não-oficial (@carol\_sanches\_) em uma conta de baixa relevância (menos de 3 mil seguidores). Por isso, e pelo alcance do texto, acreditamos que a agente tenha sido responsável pelas três fases da desordem informacional, ou seja, ela criou a ideia do discurso retórico falso, produziu o texto e o divulgou na sua rede social. Não nos parece que a agente tenha uma rede de conexão consolidada, tanto que a repercussão registrada pela Aos Fatos é de 8,6 mil *retweets* e pouco mais de 30 mil curtidas para o texto.

Consideramos a sua motivação como social, assim ela busca se conectar, ou reafirmar suas conexões com determinado grupo social. O envolvimento da deputada facilita a identificação desse grupo, podemos supor que a agente se opõe ao grupo político de Zambelli, a direita, o que em um contexto polarizado significa pertencer ao grupo oposto, a esquerda. Quanto ao tipo de informação falsa, o texto é uma informação falsificada, uma vez que a agente teve a intenção de prejudicar a deputada federal e o seu grupo político, ainda que a repercussão da sua postagem possa ser considerada baixa, mas não irrelevante.

É importante notar que essa postagem foi utilizada pela Aos Fatos como exemplo das publicações realizadas no Twitter sobre os caixões vazios, mas não recebeu o selo de falsidade da agência. O texto pertence à desordem informacional, na nossa perspectiva, porque não há correlação entre a fala da deputada e o fato noticiado pelo Yahoo!. As famílias abriram caixões em Manaus por causa do colapso do sistema funerário da cidade, conforme explica a linha fina da notícia. Como estratégia de falsificação, é um caso de uma informação falsificada a partir de conteúdo manipulado, ou seja, as informações são

verdadeiras, tanto a fala de Zambelli quanto a abertura dos caixões, mas foram manipuladas para iludir, no caso, para criar uma falsa correlação entre os fatos. Com isso, entendemos o texto da usuária do Twitter @carol\_sanches\_ como *fake news* por ser falso (conteúdo manipulado), informar sobre a fala da deputada federal e depender do *design* das redes sociais para obter as mais de 30 mil interações com a postagem, item fundamental para explicar a eficácia do discurso.

Como prova lógica, o discurso retórico apresenta o seguinte silogismo aparente: alguns caixões são enterrados vazios (premissa maior), algumas famílias abriram caixões dos seus entes queridos (premissa menor); logo, algumas famílias abriram caixões dos seus entes queridos porque caixões são enterrados vazios (conclusão). Para o auditório favorável, o raciocínio é um entimema, em que a conclusão não está explícita, temos a premissa maior (“estão enterrando caixões vazios”) e a menor (“famílias abrem caixões lacrados”) enunciadas, a conclusão fica implícita pelo uso da expressão “o efeito”.

Com isso, identificamos como base do raciocínio – ainda que ele não seja lógico – o tópico retórico, ou o lugar, da consequência, a ação das famílias é compreendida como consequência direta da fala da deputada Carla Zambelli. O auditório contrário, por sua vez, percebe a falsificação do discurso. Para ele, o raciocínio é um entimema aparente, e o tópico é o da essência, em que a conclusão do silogismo não é apresentada de fato. Não podemos concluir uma relação de causa e consequência entre a fala da deputada e a ação das famílias. A abertura de caixões lacrados foi motivada pelas suspeitas de que as famílias não estariam enterrando seus próprios mortos por causa do colapso no sistema funerário de Manaus.

Como prova ética, para o auditório favorável, temos um orador prudente, virtuoso e benevolente. Prudente por conseguir perceber a relação de causa e consequência entre a fala de Zambelli e a ação das famílias, essa correlação entre os eventos é uma demonstração de sabedoria do orador. Ele é também virtuoso por compartilhar o seu conhecimento com o auditório, e benevolente por fazer isso com respeito a esse mesmo auditório, especialmente a sua intelectualidade, uma vez que o orador demonstra o seu raciocínio lógico. Apesar de benevolente com o seu auditório, esse orador não é benevolente com o grupo oposto, o da deputada Carla Zambelli. Há uma demonstração de agressividade com a própria deputada ao citá-la nominalmente como responsável por “espalh[ar] fake news”. Atribui-se, assim, um vício a Zambelli: a imprudência ao falar sobre temas que desconhece, uma vez que a informação da deputada é considerada falsa por esse orador.

É claro que o auditório contrário percebe a falta da primeira virtude das provas éticas, justamente a prudência. Há uma aparência de sabedoria, mas ela não é verdadeira porque a correção entre os fatos é

falsa. Com isso, o auditório contrário considera que esse orador tem o mesmo vício que imputa à deputada: a imprudência. Para esse auditório, é o orador que desconhece o assunto abordado.

Como prova patética, podemos considerar como a paixão despertada pelo discurso, responsável pela disposição do auditório perante a tese, reflete a identificação entre orador e auditório. O curioso é que tanto para o auditório favorável quanto para o contrário a paixão é a mesma: a indignação. Aquele se indigna pela postura da deputada (“hoje a Carla Zambelli espalhou *fake news* na entrevista ao Datena”), esse, pela falsa correção entre os fatos (“o efeito”). A identificação entre orador e auditório, quando determinada pela paixão, indica que eles respondem da mesma forma a determinados grupos sociais. Por isso, consideramos que o orador e o auditório favorável ao discurso pertencem ao grupo social político de esquerda, e o auditório contrário, ao de direita. Apesar do posicionamento oposto, os dois grupos respondem ao texto em análise movidos pela indignação, é o que causa a interação nas redes sociais, seja comentando ou compartilhando o discurso retórico falso.

A eficácia desse texto no Twitter reside no momento da sua publicação, a oportunidade perfeita para se apoiar na relevância da deputada federal. Entendemos, com isso, que o debate não foi a veracidade ou não da fala de Zambelli, mas a consolidação do entendimento de que “caixões vazios serem enterrados vazios” era uma divergência aceitável no debate sobre a crise sanitária. Com isso, o debate público nas redes sociais não se consolidou, ao menos nesse dia, como as ações necessária para o enfrentamento da crise, mas sim sobre a veracidade das estatísticas de mortes da Covid-19 no Brasil.

A possibilidade de se acreditar no enterro de caixões vazios poluiu o debate público dos interesses da sociedade, o que integra o texto analisado como parte da desordem informacional. O consenso sofisticado alcançado por esse discurso, então, é a aceitação pela sociedade dessa divergência: as mortes por Covid-19 são ou não são verdadeiras? Por ser uma polêmica, a resposta a essa pergunta dependeu mais do grupo social do indivíduo do que da natureza dos fatos. Observa-se que compreender as mortes como verdade ou não é, sob essa perspectiva sofista, um efeito do dizer.

Podemos pensar, para encerrar essa análise, a ancoragem conflitual dessa polêmica: a dicotomização, a polarização e a desqualificação do outro a partir de Amossy (2017). Observamos a dicotomização com a delimitação dos dois grupos participantes da polêmica: a direita e a esquerda política brasileira. Temos, de um lado, os apoiadores do governo Bolsonaro, como Carla Zambelli e o auditório contrário à *fake news*, e os opositores a esse governo, o auditório favorável à *fake news* em análise. Tanto uns quanto outros desejam despertar, ou reforçar, o apoio ou a oposição entre esses dois grupos. Essa dicotomização leva à polarização entre direita e esquerda, presente durante todo o governo Bolsonaro (2019 - 2022). Com isso, não se espera diálogo entre os opositores, porque não concordar com a opinião do grupo significa, nesse contexto de polarização política, pertencer ao outro. Há uma anulação

do outro, sujeito de direita ou de esquerda, que se realiza na negação das ideias defendidas por cada um. Assim, se uma ideia, ou tese, partiu da direita, ou da esquerda, ela é imediatamente desconsiderada pelo grupo oposto. Isso é parte da desqualificação do outro apontada por Amossy (2017).

## CONCLUSÕES

Como abordamos na introdução, o nosso objetivo era construir reflexões teóricas sobre uma perspectiva retórica para as *fake news*. Para isso, primeiro, apresentamos as *fake news* a partir do conceito de desordem informacional de Wardle e Deraksham (2017) e exploramos como o funcionamento das redes sociais impacta a circulação dessas postagens. Consideramos que todo e qualquer texto que pertence à desordem informacional é uma *fake news*. Esse texto deve ser falso, informar e depender do *design* das redes sociais. Chamamos de *fake news* o texto, enquanto Wardle e Deraksham (2017) definem o fenômeno do qual ele faz parte.

A partir da definição das *fake news*, buscamos nos escritos retóricos ferramentas para compreendê-las e analisá-las. Consideramos, à princípio, as *fake news* como um discurso retórico falso, isto é, o resultado da ação de discursar, ação essa que parte de uma questão e pretende persuadir o auditório. Há retoricidade nas *fake news*, ainda que elas não conduzam o seu auditório a uma opinião preferível, por isso é possível observar as provas retóricas desses discursos. Para o discurso retórico falso, entendemos ser necessário observar esse discurso a partir de dois auditórios: o que genuinamente toma esse discurso como verdadeiro, que nomearemos como auditório favorável, e o que percebe a falsidade, o auditório contrário.

O auditório favorável a um discurso retórico falso só é possível por causa do *design*, do funcionamento, das redes sociais. Os mecanismos de personalização das redes e o acionamento de vieses cognitivos a fim de despertar o interesse dos usuários permite a criação de mundos discursivos nessas ferramentas online. É um mundo em que a identificação entre orador e auditório é mais importante que o próprio discurso retórico.

Para esse auditório, o discurso é compreendido a partir de uma perspectiva sofística, ou seja, o discurso produz um efeito de verdade sem relação com o mundo natural ou o raciocínio lógico. Há entre orador e auditório favorável o consenso sofístico, o auditório toma a tese do orador como preferível se ela for proferida em um momento oportuno (*kairos*) para parecer verdade. Esse consenso parte da identificação entre orador e auditório, gerando a oportunidade perfeita para semear o dissenso na *doxa*.

Já para o auditório contrário, que reconhece a mentira, a busca do orador é por ter sua tese aceita como a divergência aceitável na *doxa*. Isso significa que quando o auditório toma uma posição contrária àquele discurso, ele, de certa forma, o reconhece como a divergência aceitável no debate.

O texto selecionado para análise retórica mostra que houve uma polêmica sobre os caixões vazios entre o final de abril e o começo de maio de 2020. Se pensarmos nos grandes veículos de comunicação, poderíamos ter artigos de opinião defendendo teses contrárias ou mesmo debates televisivos entre opositores, mas a realidade das redes sociais é a da desordem informacional, por isso analisamos uma postagem no Twitter (atual X).

A afirmação sobre os caixões vazios só se tornou relevante por causa da atenção concedida a ela pelo grupo opositor, pela esquerda, o auditório contrário. Foi o grupo antagônico ao governo que produziu discursos retóricos condenando a fala da deputada, ao mesmo tempo que amplificava a tese dos caixões vazios. Isso porque, nas redes sociais, quanto mais um assunto é comentado, maior a sua audiência, assim se um assunto for muito popular, ele é exibido para cada vez mais usuários.

No Twitter, segundo Cubas e Libório (2020), as publicações sobre caixões vazios que mencionavam a deputada federal: “eram comentários irônicos, ataques à postura da congressista e desmentidos sobre os enterros maquiados” (Cubas; Libório, 2020, s/p). Oradores identificados com o grupo político opositor ao da deputada, e suficientemente engajados para repudiar e criticar a fala da deputada federal, foram os responsáveis por tornar esse debate relevante. Não fossem eles, talvez a fala de Zambelli para o Datena não tivesse desencadeado uma polêmica.

## REFERÊNCIAS

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.

Amossy, R. (2002). How to do things with doxa: Toward an analysis of argumentation in discourse. *Poetics Today*, 23(3), 465–487.

Amossy, R. (2017). *Apologia da polêmica*. Contexto.

Aos Fatos. (s.d.). Quem somos. Recuperado em 12 de março de 2023, <https://www.aosfatos.org/quem-somos/>

Aristóteles. (2012). *Retórica* (P. F. Alberto, A. N. P. M. Alexandre Júnior, Trans.). WMF Martins Fontes.

- Bezerra, J., Magno, M., & Maia, C. (2021). Desinformação, antivacina e políticas de morte: O mito (d)e virar jacaré! *Mídia e Cotidiano*, 15(3), 6–23.
- Cassin, B. (2005). *O efeito sofístico*. Editora 34.
- Cubas, M. G., & Libório, B. (2020). Como a desinformação sobre caixões vazios impulsionou desmentidos em massa contra Carla Zambelli no Twitter. *Aos Fatos*. Recuperado em 12 de março de 2023, <https://www.aosfatos.org/noticias/como-desinformacao-sobre-caixoes-vazios-impulsionou-desmentidos-em-massa-contracarla-zambelli-no-twitter/>
- Eco, U. (1976). *A estrutura do ausente* (3ª ed.). Perspectiva.
- Fantástico. (2020, maio 5). Programa de 5 de maio. TV Globo.
- Gelfert, A. (2018). Fake news: A definition. *Informal Logic*, 38(1), 84–117.
- Gomes, F. S., & Lopes, M. A. P. T. (2021). Infodemia e construção sógnica: Movimentos responsivos sob a retórica da pós-verdade. *Scripta*, 25(54), 158–189.
- Gonçalves-Segundo, P. R. (2020). Fake news, desordem informacional e pânico moral: Explorando estratégias discursivas. *Cadernos de Linguística*, 1(4), 1–26.
- Górgias. (2005). O tratado do não-ser. In B. Cassin, *O efeito sofístico* (pp. 269–291). Editora 34.
- Intervezes. (2019). *Desinformação: Ameaça ao direito à comunicação muito além das fake news*. São Paulo: Intervezes - Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2019.
- Joseph, M. (2008). *O trivium: As artes liberais da lógica, gramática e retórica: entendendo a natureza e a função da linguagem*. (H. P. Dmyterko, Trad.). São Paulo: É Realizações.
- Pariser, E. (2012). *O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você*. Zahar.
- Platão. (2016). *Diálogos II: Górgias, Eutidemo, Hípias maior, Hípias menor* (2ª ed.). Edipro.
- Rádio Bandeirantes. (2020, abril 29). EXCLUSIVO: Datena conversa com a deputada Carla Zambelli sobre suspensão do nome de Ramagem da PF [Vídeo]. YouTube. Recuperado em 13 de março de 2023, de [https://www.youtube.com/watch?v=5vRg9EJ54us&list=PLFuurKXo5AHgqsLvhm5\\_9YQ46uHveE9HN&index=3115](https://www.youtube.com/watch?v=5vRg9EJ54us&list=PLFuurKXo5AHgqsLvhm5_9YQ46uHveE9HN&index=3115)
- Santaella, L. (2018). *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Barueri: Estação das Letras e Cores.
- Silveira, S. A. D. (2018). A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. In J. Souza, R. Avelino, & S. A. D. Silveira, *A sociedade de controle: Manipulação e modulação nas redes digitais* (pp. 31–46). Hedra.

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.

Tringali, D. (2014). *A retórica antiga e as outras retóricas: A retórica como crítica literária*. Musa Editora.

Vidal, G. R. (2021). La falsa historia del origen de las falacias. *Quadripartitaratio: Revista de Retórica e Argumentação*, 11, 2–16.

Wardle, C. (2019). *First Draft's essential guide to understanding information disorder*. First Draft.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*.



# O contrato da fala: a representação de fontes jornalísticas negras no *Jornal Nacional*

Ana Maria Conceição Nascimento  
Universidade Federal do Maranhão  
E-mail: [ana.mcn@discente.ufma.br](mailto:ana.mcn@discente.ufma.br)

Leila Lima de Sousa  
Universidade Federal do Maranhão  
E-mail: [sousa.leila@ufma.br](mailto:sousa.leila@ufma.br)

Thaís Cristina Bueno  
Universidade Federal do Maranhão  
E-mail: [thaisa.bueno@ufma.br](mailto:thaisa.bueno@ufma.br)

**Resumo:** Esta pesquisa tem como objetivo investigar a representação das fontes jornalísticas negras oficiais, experts e primárias nas edições de agosto de 2024 do *Jornal Nacional*, para identificar como essas vozes são enquadradas e quais espaços ocupam dentro do telejornal. O referencial teórico discute o papel das fontes e as estruturas raciais que dificultam a visibilidade de pessoas negras em posições de saber e autoridade. O estudo adota abordagem quali-quantitativa e faz uma análise de conteúdo de 27 edições do telejornal, considerando critérios como raça, gênero, tipo de fonte e tempo de fala. Em seguida, procedeu-se a uma reflexão interpretativa ancorada no *Contrato de Informação Midiático* (Charaudeau, 2006; 2016), para compreender as condições discursivas (identidade, finalidade, proposição e dispositivo) que orientam a produção e circulação dos enunciados. Os resultados apontam que as fontes negras ainda aparecem com menor frequência e destaque, especialmente como oficiais e experts, e revela que o telejornal ainda propaga desigualdades e centra as pessoas brancas dentro das narrativas jornalísticas.

**Palavras-chave:** *Fonte negra. Jornal Nacional. Racismo. Representação. Telejornal.*

**Abstract:** This research aims to investigate the representation of official, expert, and primary Black journalistic sources in the August 2024 editions of *Jornal Nacional*, to identify how these voices are framed and what spaces they occupy within the television news program. The theoretical framework discusses the role of sources and the racial structures that hinder the visibility of Black people in positions of knowledge and authority. The study adopts a qualitative-quantitative approach and performs a content analysis of 27 editions of the television news program, considering criteria such as race, gender, type of source, and speaking time. Next, an interpretive reflection was carried out based on the Media Information Contract (Charaudeau, 2006; 2016) to understand the discursive conditions (identity, purpose, proposition, and device) that guide the production and circulation of statements. The results indicate that black sources still appear less frequently and prominently, especially as officials and experts, and reveal that the television news program still propagates inequalities and centers white people within journalistic narratives.

**Keywords:** *Black source. Jornal Nacional. Racism. Representation. Television news.*

## **Introdução**

Este artigo surgiu a partir do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) que tem como título “O contrato da fala: a representação de fontes jornalísticas negras no Jornal Nacional”, defendido na Universidade Federal do Maranhão em 2025, que teve como objetivo observar quem e quais são as fontes jornalísticas mais presentes no Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, Brasil. No campo do jornalismo, o termo fonte refere-se a certos tipos de pessoas ou documentos que fornecem informações importantes para a construção e manutenção da credibilidade de uma matéria qualquer.

Analisar quem ocupa o papel de fonte nas matérias jornalísticas é uma forma de compreender quais vozes são legitimadas nos meios de comunicação. Diversas pesquisas sobre representação racial na mídia brasileira indicam que pessoas negras continuam sub-representadas como fontes oficiais, especialistas e porta-vozes de relevância pública, enquanto figuras brancas seguem predominando nos espaços de credibilidade e interpretação dos acontecimentos. O *Perfil Racial da Imprensa Brasileira* (2021), principal levantamento nacional sobre desigualdades raciais no jornalismo, demonstra que essa ausência não resulta apenas de escolhas pontuais de pauta, mas está inserida em dinâmicas estruturais que organizam o campo midiático. E essa ausência de pessoas negras como fontes está relacionada ao que Silvio Almeida (2019) chama de racismo estrutural, que é a uma forma de discriminação que produz privilégios ou desvantagens para um grupo racial e que se manifesta, por exemplo, nas instituições midiáticas moldando quem pode falar e de que forma sua voz é legitimada.

Assim, entender a influência da imagem na formação das identidades brasileiras é importante, sobretudo em relação a televisão, pois esse meio historicamente define quem aparece e com que autoridade. Apesar de 56% da população brasileira se autodeclarar negra (Brasil, 2022), não se vê esse movimento plural nas telas. A relevância deste estudo justifica-se pelo papel central do Jornal Nacional como o telejornal mais influente e assistido do país, atuando como formador da opinião pública; nesse contexto, torna-se pertinente investigar de que modo as fontes negras são representadas na sua cobertura. Para isso, utiliza-se a classificação de fontes proposta por Lage (2006), articulada a uma reflexão baseada no *Contrato de Informação Midiático* de Charaudeau (2006), permitindo observar não apenas a função das fontes na narrativa, mas também as condições discursivas que moldam sua visibilidade. A pesquisa parte dos seguintes problemas: como se configura a representação de fontes negras no Jornal Nacional? Como identificar o grau dessa presença e em quais categorias essas fontes se inserem?

O objetivo geral desta pesquisa foi investigar a representação de fontes negras oficiais, experts e primárias nas edições do *Jornal Nacional*. E como objetivos específicos, a pesquisa buscou mapear a presença de fontes negras durante o recorte temporal selecionado; elencou os enquadramentos percebidos sobre as fontes no telejornal a partir das categorias propostas; e comparou a visibilidade de fontes negras e brancas, observando as diferenças no espaço e o destaque concedido a cada grupo.

O estudo adota uma abordagem quali-quantitativa (Schneider *et al.*, 2017) e utiliza a Análise de Conteúdo Categrorial proposta por Bardin (1977) como método principal complementada por uma reflexão discursiva baseada no *Contrato de Informação Midiático* de Charaudeau (2006), a fim de compreender não apenas a frequência e a classificação das fontes, mas também as condições discursivas que moldam sua visibilidade e legitimidade no telejornal. Foram examinadas as edições do *Jornal Nacional* exibidas entre 1º a 31 de agosto de 2024, seguindo as categorias pré-definidas.

## A TEORIA POR TRÁS DAS NOTÍCIAS

O jornalismo se consolidou como campo social e profissional no século XIX a partir da expansão da imprensa, e ganhou destaque no século XX, com os meios de comunicação de massa (Traquina, 2020). Mesmo diante das transformações históricas e tecnológicas, manteve valores centrais, como a objetividade e o compromisso com a veracidade dos fatos (Silva, 2010b).

Para Kovach e Rosenstiel (2001 *apud* Bordinhão, 2023, p. 14), a verdade jornalística não é absoluta, mas serve para “fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem”. Nilson Lage (2013) complementa que cabe ao jornalista selecionar o que é útil e de interesse público, prezando pela qualidade e pluralidade das informações. Nesse sentido, Traquina (2020, p. 18) descreve os jornalistas como “os modernos contadores de ‘estórias’ da sociedade contemporânea”, enquanto as fontes são os personagens que validam e sustentam essas narrativas.

Dessa forma, compreender quem são as fontes e como são selecionadas é fundamental para entender o jornalismo como prática social e política. Manuel Pinto (2000) propõe uma classificação de fontes que considera a natureza (pessoal ou documental), a origem (pública ou privada), o alcance geográfico, o grau de envolvimento e a postura diante do jornalista. No entanto, o autor reconhece que essa abordagem é insuficiente para explicar a complexidade das relações entre jornalistas e fontes, pois desconsidera os fatores sociais e simbólicos que moldam as interações (Pinto, 2000).

Schmitz (2011) amplia essa discussão e propõe uma hierarquização das fontes, classificando-as como primárias que participam diretamente dos fatos e secundárias que interpretam e contextualizam. Ele separa as fontes pelos seguintes tipos: fonte oficial, empresarial, institucional, popular, notável, testemunhal, especializada e referencial, além de quatro modos de ação: proativa, ativa, passiva e reativa. Quanto ao crédito, as fontes podem ser identificadas ou anônimas; e quanto à qualificação, podem ser confiáveis, fidedignas ou duvidosas.

Lage (2006) propõe uma categorização das fontes jornalísticas em sete tipos. As fontes oficiais são aquelas vinculadas ao Estado ou às instituições que possuem autoridade legal. As fontes oficiosas, por sua vez, também pertencem às instituições, mas não têm autorização para representá-las publicamente. As fontes independentes são aquelas que não mantêm vínculos diretos com órgãos de poder nem atuam em defesa de interesses institucionais. As fontes primárias correspondem aos protagonistas do fato ou às principais fornecedoras de informações. As fontes secundárias têm o papel de contextualizar e complementar o entendimento do acontecimento. As fontes testemunhais são constituídas por pessoas que presenciaram o fato. Por fim, as fontes experts são especialistas com conhecimento técnico, acadêmico ou científico sobre o tema abordado.

Neste estudo, foram consideradas três categorias principais de fontes: oficiais, experts (especialistas) e primárias, por serem as mais recorrentes na rotina de produção de um telejornal diário. A diversidade de fontes é necessária para ampliar as perspectivas de várias pessoas. Mendes (2010) explica que as rotinas produtivas levam os jornalistas a recorrerem às fontes habituais e oficiais, o que reforça o que Hall *et al.* (1978) chamam de “primeiros definidores”. Isso significa que certas instituições determinam como os fatos são enquadrados, limitando o pluralismo informativo.

Charaudeau (2016) menciona que o discurso jornalístico é uma prática social e histórica, orientada por fatores internos e externos à comunicação. O contrato de comunicação, defendido pelo autor, define os papéis e objetivos entre emissor e receptor, enquanto o lugar de fala influencia o modo como o discurso é legitimado. De fato, o modelo teórico de Patrick Charaudeau contribui para compreender como o discurso jornalístico organiza sentidos, legitima vozes e define posições de autoridade. Para o autor, o jornalismo opera dentro de um Contrato de Comunicação, um acordo implícito que estabelece papéis, expectativas e regras que orientam a produção e a circulação da informação (Charaudeau, 2006; 2016).

Esse contrato não se limita ao conteúdo veiculado, mas estrutura as condições de fala, determinando quem pode falar, sobre o que e com qual efeito de legitimidade. No contexto midiático, esse acordo se materializa em quatro dimensões centrais: identidade, finalidade, proposição e dispositivo. A identidade diz respeito às posições ocupadas pelos atores no processo comunicativo, no telejornalismo, isso inclui apresentadores, repórteres, especialistas e fontes, cada qual investido de diferentes graus de autoridade. A finalidade refere-se ao objetivo do discurso, que pode informar, explicar, convencer ou sensibilizar o público. A proposição define o ponto de vista a partir do qual o acontecimento é narrado, indicando o enquadramento predominante. Já o dispositivo corresponde às condições materiais de difusão, como o suporte televisivo, sua temporalidade e seus formatos de apresentação. Assim, a leitura do telejornal à luz do contrato comunicativo, a partir de um levantamento descritivo feito no campo, oferece instrumentos para identificar não apenas a distribuição desigual de espaço entre fontes negras e brancas, mas também os mecanismos discursivos que sustentam essa assimetria.

## O PROTAGONISMO NEGRO NAS TELAS

A presença de jornalistas negros na televisão brasileira é marcada por uma trajetória de enfrentamento ao preconceito, à hostilidade e à imposição de padrões estéticos e comportamentais eurocêntricos (Moura *et al.*, 2021). O Brasil foi o último país da América Latina a abolir a escravidão e um dos que mais receberam pessoas negras trazidas da África (Moura *et al.*, 2021). Mesmo após a abolição, as elites continuaram a criminalizar e marginalizar a existência negra.

Como explica Ferraz e Simioni (2022), o discurso da miscigenação foi utilizado de forma a reforçar a ideia de “branqueamento” da população, sustentada por teorias raciais que legitimavam uma

suposta superioridade branca. Dessa forma, o racismo brasileiro consolidou-se como um “preconceito velado”, mascarado pela retórica da cordialidade entre negros e brancos (Ferraz & Simioni, 2022).

Mesmo com a inserção de jornalistas negros como Heraldo Pereira e Glória Maria, suas trajetórias foram marcadas por resistência. Uma dessas resistências é justamente a aparência física. “O padrão de beleza atrelado aos indivíduos brancos e suas características fenotípicas, tendo o negro como feio e grotesco, afeta a raça, mas principalmente as mulheres negras” (Moura *et al.*, 2021, p. 05).

Pesquisas mostram que o racismo institucional e estrutural está presente nas redações e na própria prática jornalística. Segundo o Perfil Racial da Imprensa Brasileira (2021), criado pelos Jornalistas & Cia, Portal dos Jornalistas, Instituto CORDA - Rede de Projetos e Pesquisas I'MAX, 77% dos jornalistas que atuam em redações se declaram brancos, enquanto apenas 20% se identificam como pretos.

## PERCURSO METODOLÓGICO

Para alcançar os objetivos propostos, esta pesquisa adotou a abordagem quali-quantitativa em duas etapas complementares. Primeiro, foi realizado um levantamento por meio da Análise de Conteúdo, identificando a presença e a distribuição das fontes nas edições do *Jornal Nacional*. Em seguida, esses resultados foram aprofundados a partir do *Contrato de Informação Midiático* de Charaudeau (2006), que permite interpretar como essas vozes são posicionadas e quais sentidos são produzidos na narrativa. Conforme destacam Schneider *et al.* (2017), a combinação entre mensuração e interpretação amplia a compreensão dos dados e torna a análise mais completa. Embora algumas correntes defendam que a Análise de Conteúdo e abordagens discursivas não dialogam, neste estudo as duas etapas não são contraditórias, pois cumprem funções distintas e complementares. A Análise de Conteúdo permite mapear e quantificar a presença das fontes, enquanto o *Contrato de Informação Midiático* de Charaudeau (2006) oferece um quadro interpretativo para compreender como essas vozes são posicionadas na narrativa. Assim, as duas metodologias se articulam para ampliar a compreensão dos resultados.

O objetivo desta pesquisa foi investigar como fontes negras oficiais, especialistas e primárias são representadas nas edições do *Jornal Nacional* exibidas entre 1º e 31 de agosto de 2024, disponíveis na plataforma Globoplay. A escolha desse período teve como critério a observação da cobertura cotidiana, sem a interferência de datas comemorativas ligadas à negritude. Foram analisadas 27 edições, de segunda a sábado, já que o telejornal não é exibido aos domingos. Cada programa, com duração média de 25 a 50 minutos, foi assistido integralmente, o que garantiu uma amostra consistente.

A primeira etapa do trabalho foi a pesquisa documental, que, conforme explicam Sá-Silva *et al.* (2009), analisa materiais ainda não interpretados cientificamente, com o propósito de produzir novos conhecimentos. Foram utilizados documentos e relatórios que contextualizam a presença da população negra na mídia brasileira, como os dados do Ministério da Igualdade Racial (Brasil, 2022), além de estudos sobre representação racial na televisão e no telejornalismo.

A pesquisa teve ainda uma etapa exploratória, no sentido proposto por Gil (2007), voltada ao aprofundamento de ideias e reflexões já existentes. Nessa fase, foram considerados relatos de jornalistas negras, como Glória Maria e Aline Midlej, que contribuíram para compreender de forma mais concreta como o racismo estrutura o ambiente jornalístico.

A análise das edições selecionadas foi realizada com base na Análise de Conteúdo, conforme proposta por Bardin (1977), que a define como um conjunto de procedimentos sistemáticos voltados à descrição e interpretação do conteúdo das mensagens. Essa metodologia possibilitou identificar padrões, sentidos e recorrências nas reportagens do Jornal Nacional relacionadas à presença de fontes negras.

O estudo utilizou a Análise de Conteúdo categorial, que consiste em agrupar elementos a partir da frequência de ocorrência de determinadas categorias Oliveira (2008). As informações foram organizadas a partir dos seguintes critérios:

- Informações gerais: data, duração da edição e cabeça da matéria;
- Formatos jornalísticos: reportagens, ao vivo, notas pé, notas peladas e notas cobertas;
- Nível de cobertura: nacional ou internacional;
- Editorias: educação, saúde, política, economia, esportes, policial, meio ambiente, cultura, tecnologia e cotidiano;
- Classificação das fontes: oficiais, experts e primárias;
- Especificações: gênero, raça, ocupação profissional e tempo de tela.

A aplicação da Análise de Conteúdo seguiu as três fases indicadas por Bardin (1977): pré-análise, em que foram definidos os objetivos, o problema e as categorias; exploração do material, que consistiu na coleta e organização dos dados, sistematizados por meio do aplicativo Notion; e tratamento dos resultados, quando foram quantificadas as aparições das fontes e realizada a interpretação qualitativa sobre como as pessoas negras foram enquadradas e representadas no noticiário. Por fim, a segunda etapa analítica articulou esses resultados ao *Contrato de Informação Midiático* de Charaudeau (2006), permitindo compreender como o telejornal organiza identidades, finalidades, proposições e dispositivos que estruturam a circulação das falas. Essa abordagem complementa a Análise de

Conteúdo ao evidenciar não apenas quem aparece, mas também de que modo essas vozes são legitimadas ou marginalizadas dentro da narrativa jornalística.

## ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta etapa apresenta os resultados obtidos a partir do mapeamento das edições do *Jornal Nacional* disponíveis na plataforma Globoplay, exibidas entre 1º e 31 de agosto de 2024. O corpus analisado reuniu 27 edições, transmitidas de segunda-feira a sábado, com duração média de 25 a 50 minutos cada. Em todas, foram observadas as fontes brancas e negras, bem como suas aparições, funções, editorias, gênero e tempo de fala.

O formato mais comum identificado foi a reportagem com fontes, com 196 ocorrências ao longo do período. Isso mostra que o *Jornal Nacional* prioriza matérias mais completas, que permitem aprofundar os temas e incluir diferentes pontos de vista. Como explicam Holanda e Oliveira Filho (2014), a notícia tem o papel de relatar fatos atuais e de interesse público de maneira clara, e isso depende da credibilidade do veículo. Moraes *et al.* (2015) destacam que a credibilidade é a base da relação entre o público e os meios de comunicação, funcionando como “um contrato de confiança” entre ambos.

Também foram identificadas 81 reportagens sem fontes, geralmente em coberturas internacionais, como os conflitos entre Israel e Hamas, nas quais o correspondente apenas narra o fato com imagens de apoio. As notas peladas, ou seja, notícias curtas lidas pelo apresentador sem imagens, somaram 36 registros. Já as notas cobertas totalizaram 63 aparições, enquanto as notas pé foram 46. Outro formato presente foi o “ao vivo”. No período analisado, foram registradas 20 transmissões ao vivo sem fontes e apenas 4 com fontes.

Em relação ao gênero das fontes, os dados revelam uma diferença significativa: 66% das pessoas entrevistadas eram homens e 34% mulheres. Essa desigualdade mostra que a produção jornalística ainda se fundamenta nas estruturas sociais marcadas por hierarquias de gênero. Para Márcia Veiga da Silva (2010a), gênero é uma categoria que ajuda a entender como as convenções sociais sobre o masculino e o feminino estão ligadas às relações de poder e à forma como a mídia constrói a realidade. Mesmo quando mulheres aparecem como fontes, elas ainda atuam em um espaço dominado por lógicas masculinas, como lembra Louro (1997). No caso específico desta pesquisa, os homens apareceram 95 vezes como fontes oficiais, ou seja, cerca de 764% a mais que as mulheres.

A maioria das fontes identificadas foi de pessoas brancas (387), enquanto as pessoas negras somaram 133. Outras quatro não tiveram identificação, pois apareceram em denúncias anônimas. Esses números mostram uma grande desigualdade racial nas reportagens, com predominância de vozes brancas nas narrativas jornalísticas, um padrão já observado em outros estudos sobre o telejornalismo brasileiro. Quando o recorte é raça e gênero, o cenário torna-se ainda mais desigual. Como lembra Galdino (2018, p. 39), “ser mulher negra no Brasil é lutar contra um duplo preconceito, o primeiro é por ser mulher e o outro é pela cor da pele”.

Como destaca Ensinas (2007), a ausência de grupos sociais historicamente excluídos nos meios de comunicação mostra a falta de democracia e a dificuldade do modelo midiático em incluir todos na esfera pública. Assim, mesmo sendo maioria na população, pessoas negras continuam tratadas como minoria na mídia.

O *Jornal Nacional* concentra 74% de suas reportagens em temas nacionais e 26% em internacionais. Essa abrangência é possível pela estrutura e rede de correspondentes da emissora, o que garante agilidade e alcance. O telejornal se consolidou justamente por ser uma referência pela forma de cobertura e pela inovação, sendo pioneiro em reportagens coloridas e transmissões via satélite. Por isso, como aponta Becker (2005), o programa é reconhecido como um exemplo de “telejornalismo de qualidade” no Brasil.

A editoria com mais fontes foi Esportes, com 127 pessoas entrevistadas. Esse número se deve à cobertura dos Jogos Olímpicos de Paris 2024, que gerou várias matérias com atletas. Das fontes identificadas nessa editoria, 53 eram negras, em sua maioria atletas ou familiares, ou seja, fontes primárias. Isso mostra que as pessoas negras aparecem com mais frequência em temas ligados ao corpo e ao desempenho físico, reforçando um padrão comum na mídia brasileira. Como já apontava Sodré (1999), a presença negra na mídia é mínima se comparada à proporção da população afrodescendente no país. Mesmo quando há visibilidade, como no esporte, ela não representa uma participação contínua ou diversificada.

Na editoria Cotidiano, das 95 fontes, apenas 20 eram negras. Essa seção tratou de temas gerais, como campanhas públicas, pesquisas e tragédias, como o acidente aéreo da Voepass em 9 de agosto. Nessa cobertura, a maioria das entrevistas foi com pessoas brancas como autoridades e moradores locais. Em Meio Ambiente, das 72 fontes, só 15 eram negras, a maioria primárias. As reportagens abordaram queimadas e seca na Amazônia, mas priorizaram vozes institucionais e técnicas, quase todas brancas.

Na editoria Cultura, houve 59 fontes, sendo 13 negras, principalmente artistas ou pessoas comuns comentando o legado de Silvio Santos. Já em Política, das 51 fontes, apenas 4 eram negras, o

que mostra uma presença quase inexistente de pessoas negras no debate político. Na editoria Policial, das 52 fontes, 9 eram negras, geralmente como testemunhas ou vítimas, e não como oficiais ou experts. Outras editorias também mostraram baixa presença de pessoas negras.

Em 27 edições do *Jornal Nacional*, foram identificadas 92 fontes oficiais brancas e 11 negras, o que significa que as brancas apareceram quase oito vezes mais. Entre as fontes experts, a diferença é parecida: 117 brancas contra 10 negras. Já entre as fontes primárias, que costumam ser pessoas comuns ligadas ao tema das reportagens, foram 178 brancas, 112 negras e 4 sem identificação, por se tratar de denúncias anônimas. Esses números mostram que, mesmo em diferentes tipos de fontes, as pessoas negras continuam com pouca representatividade. Como afirma Kátia Costa (2012), o mito da “democracia racial” no Brasil é desmontado quando se observam os dados, a ideia de igualdade entre brancos e negros não se sustenta, pois a exclusão e a desigualdade ainda são evidentes.

Na maior parte das vezes, fontes negras só aparecem quando o tema envolve questões raciais. Um exemplo é a edição de 1º de agosto de 2024, que exibiu uma reportagem sobre Donald Trump e seus ataques racistas à candidata Kamala Harris. A entrevistada foi Andra Gillespie, pesquisadora de Política Afro-Americana, convidada para explicar o contexto racial do episódio. Outro caso ocorreu em 16 de agosto, quando a pesquisadora Alessandra Benedito, da Fundação Getúlio Vargas (FGV), comentou o Enem dos Concursos e a importância das cotas raciais no serviço público. As pessoas negras aparecem principalmente para falar sobre raça, mas raramente são consultadas em áreas como política, economia ou segurança pública.

Entre as fontes identificadas como brancas, foram contabilizados 31 minutos e 6 segundos como fonte oficial, 51 minutos e 45 segundos como fonte expert e 35 minutos e 55 segundos como fonte primária, totalizando 1 hora, 58 minutos e 46 segundos de tempo de tela. Já as fontes identificadas como negras somaram 3 minutos e 53 segundos como fonte oficial, 2 minutos e 26 segundos como fonte expert e 24 minutos e 37 segundos como fonte primária, alcançando um total de 30 minutos e 56 segundos. No caso das fontes sem identificação racial, não houve registro de tempo como fonte oficial ou expert, sendo contabilizados apenas 2 minutos e 4 segundos como fonte primária, totalizando 2 minutos e 4 segundos de tempo de tela.

Os dados sobre o tempo de tela reforçam o que aponta Costa K. (2012) sobre haver uma grande diferença na visibilidade entre fontes brancas e negras. As pessoas brancas falaram por quase duas horas, enquanto as negras tiveram pouco mais de trinta minutos de exposição, uma diferença de quase quatro vezes. Entre as fontes oficiais, as pessoas brancas apareceram cerca de oito vezes mais, e nas experts, a diferença é também alarmante. Apenas nas fontes primárias o tempo se mostrou um pouco mais equilibrado. Essa desigualdade evidencia o que Sodré (1999) chama de desterritorialização,

em que o “outro”, no caso, as pessoas negras, é afastado dos espaços de poder e visibilidade. Assim, o Jornal Nacional continua reproduzindo um modelo que silencia e marginaliza vozes negras.

## ANÁLISE DOS RESULTADOS A PARTIR DO CONTRATO MIDIÁTICO

A interpretação dos resultados também foi realizada sob a perspectiva do *Contrato de Informação Midiático* proposto por Patrick Charaudeau (2006), a partir dessa abordagem, é possível observar que a desigualdade identificada na Análise de Conteúdo não se expressa apenas nos números, mas também na forma como as fontes são enquadradas, posicionadas e autorizadas a falar.

Na dimensão identitária, o telejornal atribui autoridade sobretudo a pessoas brancas, que concentram as funções de oficiais e experts, enquanto as fontes negras aparecem majoritariamente como primárias, associadas à experiência individual e não ao saber especializado.

Na dimensão da finalidade, as fontes brancas são convocadas para explicar e contextualizar os fatos (alinhadas ao *fazer-saber*), enquanto as fontes negras surgem, em geral, em relatos pessoais ou temas raciais, reforçando um lugar discursivo voltado ao *fazer-sentir*. A proposição do telejornal mantém essa assimetria ao acionar pessoas negras quase exclusivamente para falar sobre raça, enquanto análises de política, economia, segurança pública ou meio ambiente permanecem ancoradas em vozes brancas.

Por fim, o dispositivo confirma a desigualdade: fontes brancas acumularam quase duas horas de tempo de fala, enquanto as negras tiveram pouco mais de trinta minutos, limitando sua possibilidade de construir autoridade dentro da narrativa.

Pode-se organizar esses resultados a partir das dimensões do *Contrato de Informação Midiático* (Charaudeau, 2006). Na Identidade, a autoridade aparece ligada principalmente às fontes brancas, enquanto as negras ficam concentradas como fontes primárias, em posições de menor prestígio. Na Finalidade, fontes brancas são chamadas para explicar os fatos, e fontes negras para relatar experiências ou falar sobre questões raciais. Assim, o poder de interpretar os acontecimentos fica distribuído de forma desigual. Na Proposição, pessoas negras quase sempre falam apenas sobre raça, o que mantém a perspectiva branca como dominante na leitura dos acontecimentos. No Dispositivo, o maior tempo de fala dado às fontes brancas reforça essa diferença e limita a construção de autoridade discursiva das fontes negras.

Por fim, a combinação das análises mostra que o *Jornal Nacional* mantém uma distribuição desigual de autoridade e visibilidade, reforçando hierarquias raciais que atravessam tanto a seleção das fontes quanto o modo como são representadas.

## CONCLUSÕES

A partir do levantamento e análise dos dados, foi possível perceber que o *Jornal Nacional* ainda reflete as desigualdades estruturais da sociedade brasileira no que diz respeito à visibilidade e ao espaço de fala às pessoas negras. Ao mapear as edições analisadas, identificou-se um total de 387 fontes brancas e 133 fontes negras, uma grande diferença na representação racial no telejornal. Além da quantidade, também há desigualdade no tempo de exposição, onde as pessoas brancas somaram quase duas horas em tela enquanto as negras apareceram por 30 minutos e 56 segundos, ou seja, quase quatro vezes menos. Mesmo diante de uma população brasileira majoritariamente negra, a proporção observada nas reportagens mostra que a representatividade racial no telejornal segue sendo desigual, o que reforça o quanto as vozes negras ainda ocupam menos espaço nas narrativas jornalísticas.

Em relação aos enquadramentos, percebeu-se que as pessoas negras aparecem principalmente em contextos específicos, como o esporte ou pautas sobre desigualdade racial. Já nas editorias de Cotidiano, Meio Ambiente ou Política, a presença negra é pequena. Essa ausência ajuda a manter o padrão de centralidade da branquitude como sinônimo de autoridade e saber.

No que diz respeito ao gênero, os homens foram 66% das fontes, enquanto as mulheres corresponderam a apenas 34%, e entre as fontes oficiais, as mulheres aparecem 76% menos que os homens. Outro dado importante é a classificação das fontes, onde as oficiais e experts foram, em maioria, pessoas brancas. Já entre as fontes primárias, houve um equilíbrio entre fontes negras e brancas, mas ainda é um dado pequeno comparado ao nível dos outros tipos de fontes.

Ao observar o conjunto das edições, torna-se evidente que o *Jornal Nacional* atua como agente ativo na produção de representações sociais, sustentando a lógica de exclusão racial e de gênero que organiza o campo comunicacional e, por consequência, o imaginário social. Dessa forma, esta pesquisa reafirma a importância de se pensar um jornalismo antirracista e decolonial, comprometido com a equidade e com a democratização das vozes. Um jornalismo que entenda a comunicação como espaço de disputa simbólica e reconheça que ampliar a imagem e a voz de cada pessoa é também reconhecer pertencimento.

- Almeida, S. L. de. (2019). *Racismo estrutural*. Sueli Carneiro; Pólen. <https://sites.ufpe.br/enegrecer/wp-content/uploads/sites/146/2023/01/ALMEIDA-Silvio-Racismo-estrutural-Livro-2019.pdf>
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Edições 70. [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7684991/mod\\_resource/content/1/BARDIN\\_L\\_1977\\_Analise\\_de\\_conteudo\\_Lisboa\\_edicoes\\_70\\_225.20191102-5693-11evk0e-with-cover-page-v2.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7684991/mod_resource/content/1/BARDIN_L_1977_Analise_de_conteudo_Lisboa_edicoes_70_225.20191102-5693-11evk0e-with-cover-page-v2.pdf)
- Becker, B. (2005). Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção. *Galáxia*, (10), 51–64. <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1428/896>
- Bordinhão, J. D. (2023). *Jornalismo, ciência e enquadramento: uma análise da cobertura sobre técnicas controversas envolvendo o genoma humano pelo jornal Estadão, entre 2007 e 2022* [Monografia de graduação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Lume Repositório Digital. <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/258865/001170612.pdf>
- Brasil. Ministério da Igualdade Racial. (2022). *População*. <https://www.gov.br/igualdaderacial/pt-br/composicao/secretaria-de-gestao-do-sistema-nacional-de-promocao-da-igualdade-racial/diretoria-de-avaliacao-monitoramento-e-gestao-da-informacao/hub-igualdade-racial/populacao>
- Charaudeau, P. (2006). *Discurso das mídias*. Contexto.
- Charaudeau, P. (2016). *Discurso e desigualdade social*. Contexto.
- Costa, K. R. R. da. (2012). De quando a pluralidade revela a invisibilidade. In R. C. da S. Borges & R. Borges (Orgs.), *Mídia e racismo*. DP et Alii; Associação Brasileira de Pesquisadores Negros. <https://negrasoulblog.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/04/roberto-carlos-da-silva-borges-e-rosane-borges-orgs-mc3addia-e-racismo.pdf>
- Ensinas, R. (2007). *A falta de pluralidade de fontes no telejornalismo diário: Jornal Hoje* [Monografia de graduação, Centro Universitário de Brasília]. Repositório UNICEUB. <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1590/2/20386282.pdf>
- Ferraz, F. B., & Simioni, R. L. (2022). Tradução das teorias raciais no contexto brasileiro. *Revista Katálysis*, 25(2), 181–190. <https://www.scielo.br/j/rk/a/LNSnHsRn6gz7KTP4mLCRpvK/>
- Galdino, M. C. C. (2018). *As mulheres negras no telejornalismo brasileiro: uma perspectiva paulista* [Monografia de graduação, Universidade Metodista de São Paulo]. [Academia.edu. https://www.academia.edu/46478855/AS\\_MULHERES\\_NEGRAS\\_NO\\_TELEJORNALISMO\\_BRASILEIRO](https://www.academia.edu/46478855/AS_MULHERES_NEGRAS_NO_TELEJORNALISMO_BRASILEIRO)

- Gil, A. C. (2007). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4. ed.). Atlas.  
[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo\\_C1\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa\\_-\\_antonio\\_carlos\\_gil.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf)
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., & Roberts, B. (1978). *Policing the crisis: Mugging, the state, and law and order*. The Macmillan Press Ltd.  
<https://sociologytwynham.com/wp-content/uploads/2014/10/policing-the-crisis.pdf>
- Holanda, A. K. C. M. de, & Oliveira Filho, J. T. da S. (2014). Formatos noticiosos no telejornalismo: Características e transformações sob o olhar dos estudos culturais. In *Anais do XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Norte*.  
<https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/regional/14/1810/042520240250036629ef0b75ebf.pdf>
- Lage, N. (2006). *Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística* (3. ed.). Record.  
<https://nilsonlage.com.br/wp-content/uploads/2017/10/A-reportagem.pdf>
- Lage, N. (2013). Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas. *Pauta Geral*, 1(1), 20–25. <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/6080/3724>
- Louro, G. L. (1997). *Gênero, sexualidade e educação*. Vozes.  
<https://bibliotecaonlinedahisfj.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/03/genero-sexualidade-e-educacao-guacira-lobes-louro.pdf>
- Macedo, N. D. de. (1995). *Iniciação à pesquisa bibliográfica: Guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa*. Edições Loyola. <https://repositorio.usp.br/item/000888014>
- Mendes, M. C. L. (2010). *A pluralidade das fontes de informação no ciberjornalismo português: Contribuição para a definição de parâmetros específicos de qualidade* [Dissertação de mestrado, Universidade do Porto]. [https://sigarra.up.pt/fep/pt/pub\\_geral.show\\_file?pi\\_doc\\_id=29913](https://sigarra.up.pt/fep/pt/pub_geral.show_file?pi_doc_id=29913)
- Moraes, D. de, Ramonet, I., & Serrano, P. (2015). *Mídia, poder e contrapoder: Da concentração monopólica à democratização da comunicação*. Boitempo Editorial.  
[https://literatureseweb.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/11/mi\\_dia\\_-\\_poder-e-contrapoder-da-concentracao-monopod196lica-a-democratizacao-da-informacao-by-denis-de-m.pdf](https://literatureseweb.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/11/mi_dia_-_poder-e-contrapoder-da-concentracao-monopod196lica-a-democratizacao-da-informacao-by-denis-de-m.pdf)
- Moura Júnior, J. F., Lima, A. A. de S., & Portela, F. F. (2021). Discursos da elite branca local sobre raça e políticas de reparação em duas cidades no interior do Nordeste. *Sociedade em Debate*, 27(1), 183–201. <https://revistas.ucpel.edu.br/rsd/article/view/2750>
- Oliveira, D. C. de. (2008). Análise de conteúdo temático-categorial: Uma proposta de sistematização. *Revista Enfermagem UERJ*, 16(4), 569–576. <https://docs.bvsalud.org/upload/S/0104-3552/2008/v16n4/a569-576.pdf>
- Perfil racial da imprensa brasileira. (2021). Jornalistas & Cia; Portal dos Jornalistas; Instituto Corda/I'Max.

- Pinto, M. (2000). Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. *Comunicação e Sociedade*, 14(1-2), 277–294.  
[https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5512/1/CS\\_vol2\\_mpinto\\_p277-294.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5512/1/CS_vol2_mpinto_p277-294.pdf)
- Porto, M. (2005). The principle of diversity in journalism. *Brazilian Journalism Research*, 1(1), 135–153. <https://bjr.sbjor.org.br/bjr/article/download/40/41/161>
- Sá-Silva, J. R., Almeida, C. D. de, & Guindani, J. F. (2009). Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais*, 1(1), 1–15.  
<https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view.php?id=4403627&forceview=1>
- Schmitz, A. A. (2011). *Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo*. Combook.  
<https://iscom.com.br/wp-content/uploads/2020/11/FontesNoticias.pdf>
- Schneider, E. M., Fujii, R. A. X., & Corazza, M. J. (2017). Pesquisas quali-quantitativas: contribuições para a pesquisa em ensino de ciências. *Revista Pesquisa Qualitativa*, 5(9), 569–584.  
<https://editora.sepq.org.br/rpq/article/view/157>
- Silva, M. V. da. (2010a). *Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre modos de produção das notícias* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Lume Repositório Digital. <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/25629/000753018.pdf>
- Silva, R. C. da. (2010b). A transição do jornalismo – do século XIX ao século XX. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*, 15, 21. <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/silva-rodrigo-carvalho-transicao-do-jornalismo.pdf>
- Sodré, M. (1999). *Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Vozes.  
<https://cursosextensao.usp.br/mod/resource/view.php?id=178864&forceview=1>
- Traquina, N. (2020). *Porque as notícias são como são* (1ª ed.). Insular Livros.  
<https://dokumen.pub/porque-as-noticias-sao-como-sao-1-1nbsped-9786586428186-6586428181-e-5710191.html>