

## E QUANDO A FAKE NEWS É PRODUZIDA PELA INSTITUIÇÃO PÚBLICA?: Desinformação e ruptura contratual no Facebook do Senado<sup>1</sup>

## AND WHEN FAKE NEWS IS PRODUCED BY THE PUBLIC INSTITUTION?: Disinformation and breach of contract on the Facebook of the Senate

Michel Carvalho da Silva<sup>2</sup>

**Resumo:** A comunicação pública assume papel importante na mitigação de danos causados por informações falsas, imprecisas e manipuladas. No entanto, em algumas situações, as mídias digitais dos parlamentos acabam produzindo conteúdos desinformativos, que demonstram uma erosão do chamado contrato de comunicação. Considerando a comunicação pública do Senado, a proposta aqui é investigar se o acordo tácito firmado entre a sociedade e o referido Legislativo é respeitado, em termos de atendimento às expectativas linguageiras. Para tanto, analisaremos a publicação do Senado em que justifica a decisão de excluir um post sobre os males causados pela maconha, e os comentários dos usuários da página deste parlamento no Facebook, examinando possíveis rupturas contratuais.

**Palavras-Chave:** Desinformação. Comunicação Pública. Contrato Comunicacional.

**Abstract:** The public communication plays an important role in mitigating damage caused by false, inaccurate and manipulated information. However, in some situations, the digital media of parliaments end up producing uninformative content, which demonstrates an erosion of the so-called communication contract. Considering the public communication of the Senate, the proposal here is to investigate whether the tacit agreement signed between society and the aforementioned Legislature is respected, in terms of meeting language expectations. To do so, we will analyze the Senate publication in which it justifies the decision to delete a post about the harm caused by marijuana, and the comments of users of this parliament's Facebook page, examining possible contractual breaches.

**Keywords:** Misinformation. Public Communication. Communication Contract.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho GT 04: Comunicação Pública e Institucional da 10<sup>a</sup> Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (10<sup>a</sup> COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Ceará (UFC), 09 a 10 de maio de 2023.

<sup>2</sup> Doutor em Ciências Humanas e Sociais pela Universidade Federal do ABC (UFABC). Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Diretor-adjunto da Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública) – Regional São Paulo. Integrante do Grupo de Pesquisa Mediações Educomunicativas (MECOM). Contato: midiacidada@gmail.com.

## 1. Introdução

Uma pesquisa Quaest<sup>3</sup> mostra que a população brasileira nutre grande desconfiança em relação ao Poder Legislativo. De acordo com o levantamento, 49% dos cidadãos brasileiros não confiam no Congresso Nacional; e 44% confiam pouco. Esse processo de desgaste político é histórico (MOISÉS; MENEGUELLO, 2013) e resulta de diferentes fatores, como a corrupção endêmica, a distância entre representantes e representados, a pouca porosidade dos parlamentos e a representação negativa de senadores e deputados na imprensa convencional. Essa imagem depreciativa do Legislativo Brasileiro é também potencializada por articuladas campanhas de desinformação, como no episódio "bolsa-prostituta" (SILVA, 2021).

A desinformação é um fenômeno sistêmico e estrutural, que engloba diferentes atores sociais, do Estado até a sociedade, passando pelas empresas de tecnologia da informação e o jornalismo profissional. Nos últimos anos, a eclosão de fake news passou ser considerado um problema público, que provoca danos ao funcionamento das instituições democráticas, com retrocessos políticos e sociais, intolerâncias a comportamentos, adesões a preconceitos de raça e de gênero. Além disso, assistimos a uma escalada global do populismo autoritário, que faz uso estratégico da desinformação nas plataformas on-line (EMPOLI, 2019).

A crise epistêmica, marcada pela erosão democrática e pela corrosão do estatuto da verdade, tem relação com o contemporâneo ecossistema comunicacional (BENKLER; FARIS; ROBERTS, 2018). Fenômenos como a platformização (HELMOND, 2019), o capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2018), a lógica algorítmica (PARISER, 2012) e a eclosão de conteúdos desinformativos (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) desafiam a sociedade e exigem respostas dos agentes políticos. Diante desse tempo de crises (da comunicação, da verdade, do saber e da confiança democrática), como aponta Charaudeau (2022), a comunicação pública dos parlamentos é capaz de combater as fake news e produzir informações elucidativas?

---

<sup>3</sup> A pesquisa "Supremo Tribunal Federal e a democracia no Brasil" entrevistou 1.717 pessoas com 18 anos ou mais de forma presencial entre os dias 11 e 15 de junho de 2022. O levantamento é do Instituto Revista & Cidadania. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/07/31/pesquisa-quaest-stf.htm>. Acesso em 26 mar. 2023.

No presente trabalho, discutiremos a relação entre comunicação pública e desinformação, a partir da ideia de ruptura contratual, elegendo como corpus de análise duas publicações da página do Senado Federal no Facebook, e os comentários acerca de uma delas. O primeiro post, publicado em 24 de junho de 2018, buscava chamar a atenção do público sobre os possíveis efeitos imediatos causados pela mencionada droga. Já o segundo post, veiculado no dia 25 de junho de 2018, apresentava um esclarecimento do Senado sobre a decisão de excluir a publicação do dia anterior, diante da grande repercussão negativa do público.

O Senado, ao privilegiar o tema sobre os males causados pela maconha em suas mídias digitais, confere visibilidade ao assunto e chama a atenção do cidadão para esse problema público, dando-lhe um tratamento político. Vale ressaltar que a comunicação pública no Legislativo é considerada em suas três principais dimensões: de interesse público, relacionada ao debate público e ao bem comum, a institucional, ligada ao fortalecimento da imagem pública do órgão governamental, e a política, associada à campanha permanente por adesão a um projeto político e de poder (SILVA, 2021). Desse modo, a ideia de um contrato comunicacional do referido parlamento no Facebook parte dessa premissa e desse tensionamento entre as dimensões.

A análise dos posts e dos comentários dos usuários da fanpage do Senado se orienta a partir da aplicação do conceito de contrato de comunicação, da teoria semiolinguística<sup>4</sup>, à noção geral de comunicação pública no Poder Legislativo. A hipótese a ser verificada é se o Senado, ao publicar determinadas informações sobre saúde sem lastro científico, rompe com as expectativas linguísticas do contrato de comunicação estabelecido tacitamente entre cidadãos e instituição pública.

O presente artigo está organizado da seguinte maneira: no tópico a seguir apresentamos os pressupostos do contrato de comunicação do Senado no Facebook, a partir dos principais conceitos da semiolinguística. Em seguida, contextualizamos o objeto de nosso estudo – o post excluído sobre os males da maconha e o esclarecimento do Senado sobre tal tomada de decisão. Por fim, analisamos os

---

<sup>4</sup> A Semiolinguística é uma teoria de Análise do Discurso elaborada por Patrick Charaudeau, da Universidade Paris XIII, na França.

comentários feitos pelos usuários da fanpage desse parlamento, observando eventuais rupturas no contrato de comunicação entre Senado e cidadãos.

## 2. O contrato de comunicação do Senado no Facebook

O conceito de contrato de comunicação, ancorado na análise semiolinguística do discurso (CHARAUDEAU, 2019, 2018), é largamente empregado em estudos de discurso midiático, mas ainda pouco explorado nas pesquisas sobre comunicação pública. O contrato comunicacional é um tipo de acordo prévio realizado entre X e Y em um quadro de (co)intencionalidade, o qual é próprio de qualquer interação verbal e tem como garantia as regras situacionais. Dessa forma, os parceiros do ato comunicativo se encontram na condição de firmar, antes de qualquer intenção e estratégia particular, um contrato de reconhecimento das condições de tal interação.

Uma das características do contrato de comunicação é que ele configura e define a identidade discursiva da instância de produção e da interpretação, em função da questão e do dispositivo de troca. O contrato de comunicação diz ao sujeito falante “Por que dizer” e ao sujeito interpretante “Por que compreender”. É o contrato que define o gênero discursivo: o político, o publicitário, o administrativo, o midiático, o científico, o conversacional etc. (CHARAUDEAU, 2022, p. 82-83)

No presente estudo, consideramos que os parceiros no ato de comunicação entre Senado e cidadãos estão regidos por um específico contrato – o da comunicação pública, que orienta as limitações discursivas e formais do intercâmbio entre esses sujeitos comunicantes, relativas ao espaço, ao tempo, às formas e às relações sociais. A possibilidade de entendimento entre os sujeitos ocorre a partir da expectativa da troca, imposta por esse acordo tácito, que possibilita a construção recíproca de sentido.

Como esquematizado em trabalho anterior (SILVA, 2021), a hipótese de contrato de comunicação no setor público, inspirada em Charaudeau, prevê quatro parceiros de fala: I) o sujeito comunicante (EUc), que no caso proposto possui uma dupla face:

a instituição e os comunicadores públicos, os quais assumem uma visada<sup>5</sup>; (II) o sujeito enunciador (EUE), que assume o papel e o discurso esperado nesse projeto de fala, produzindo a informação conforme as restrições e estratégias possíveis da instituição pública, pensando no seu interlocutor); (III) o sujeito destinatário idealizado (TUD) cuja imagem orienta o discurso do EUE, para quem o discurso é, em tese, construído; e (IV) o sujeito interpretante (TUI), que, ao contrário do leitor idealizado, é o interlocutor concreto, de “carne e osso”, que de fato se apropria da informação pública e a interpreta a partir de sua competência comunicativa.

Como assinala Charaudeau (2018), toda atividade comunicativa é condicionada por certas restrições linguageiras e situacionais, que são construídas por meio de práticas sociais e instauradas pelos indivíduos em um dado espaço e tempo, que modulam as convenções e as condutas linguageiras autorizadas. O autor pontua que o interlocutor espera ver tratado “certo propósito” de acordo com a situação comunicativa na qual está inserido. Assim, pelo contrato de comunicação firmado pelo Senado, a informação produzida por EUC não apenas assume com o cidadão a obrigação de ser exata, mas também o compromisso de empregar todos os recursos possíveis para afastar o factóide, a imprecisão e o engano. Assim, a comunicação pública digital do Senado se compromete em trabalhar objetiva e metodicamente para parecer credível e ofertar conteúdos relevantes à sociedade.

Embora o cidadão-receptor não saiba os critérios de seleção que orientam a veiculação de uma informação pública, ele, em tese, acredita na veracidade do que está sendo relatado e na relevância da escolha feita por esse sujeito comunicante, se aproximando da ideia de confiança no sistema perito (GIDDENS, 1991). O cidadão-receptor delega, dessa maneira, à comunicação pública a função de produtora de informações atualizadas sobre assuntos importantes para a vida cotidiana, que ele dificilmente teria acesso por conta própria (SILVA, 2021).

A credibilidade da comunicação pública está relacionada aos fatores de finalidade e competência especializada. Pelo acordo firmado entre cidadãos e a

---

<sup>5</sup> As visadas, de acordo com a teoria semiolinguística, correspondem à intencionalidade psico-sócio-discursiva que determina a expectativa do ato de linguagem do sujeito comunicante e, por conseguinte, da própria troca linguageira.

comunicação pública do Senado, um limite é estabelecido entre o que acontece no Congresso Nacional e é digno de menção e o que não ocorre no parlamento ou não merece o devido espaço, instaurando, assim, um tipo de protocolo que, a partir da relação contratual, hierarquiza assuntos a serem abordados pelas mídias do Senado. Dessa forma, a notícia veiculada por um órgão público não pode ser apenas plausível, mas, justamente por conta da obrigação de veracidade e das circunstâncias sociais provenientes do contrato estabelecido, deve ser digna de confiança.

Além de se configurar como um meio para a difusão de informações sobre a atividade legislativa no Senado, espera-se que a comunicação pública desse parlamento exponha de forma imparcial, objetiva e plural, facilitando o diálogo e possibilitando a interação permanente entre os representados e seus representantes legitimamente eleitos (SILVA, 2021), tendo como pauta aquilo que reflete o interesse de todos os públicos, respeitando a diversidade sócio-cultural do país.

O cidadão-receptor, pelo contrato de comunicação no setor público, concede o direito à palavra ao Senado, reconhecendo, a princípio, sua capacidade de “saber”, de “poder” e de “saber fazer”. São esses os componentes responsáveis pela legitimidade e credibilidade das ações desse parlamento nas plataformas digitais, aceitas porque são reconhecidas por específicas competências situacionais, semântico-discursivas e pragmáticas dos interlocutores.

Para obter sucesso na troca comunicativa, o EUc recorre a estratégias linguístico-discursivas<sup>6</sup> capazes de chamar a atenção de seu público-alvo, mobilizando sua reflexividade e desencadeando nele o interesse pela publicação. A captação do leitor através da tentativa de se promover o efeito patêmico se apoia em valores e crenças compartilhadas, como aponta Charaudeau (2018), daí a seleção de certos assuntos por parte do sujeito comunicante, como se observa no caso do post sobre os males causados pela maconha na página do Senado no Facebook.

Segundo a teoria semiolinguística, a identidade dos parceiros do contrato determina o quadro de tratamento enunciativo, assim, a instância produtora de informação pública precisa construir uma representação de enunciador neutro, não

---

<sup>6</sup> Para Charaudeau, o espaço de estratégias é configurado pelas manobras de que os sujeitos dispõem para dar conta de seu projeto de fala.

implicado e distante. Por esse acordo, deve-se construir uma imagem do destinatário, baseada no conjunto da sociedade, no interesse público e na tentativa de universalidade. A fanpage do Senado constrói um destinatário ideal – um leitor ligado à lógica coletiva e ao domínio da atividade cidadã – que considera importante ter acesso à informação pública e participar do debate público.

A ideia de contrato comunicacional também é reverberada pela necessidade de justificação social. Gomes (2009), ao refletir sobre a função social das tradicionais instituições mediadoras da sociedade, ressalta que para identificar os tópicos principais do discurso de autolegitimação de uma instituição ou de um campo social, “basta que, de um modo ou de outro, alguém apresente a seguinte pergunta: esta instituição social, para que serve?” (GOMES, 2009, p. 69). Segundo o autor, quanto mais importância for atribuída a essa função social, quanto maior for o número de membros da sociedade percebidos como dependentes da sua execução, quanto maior for a convicção social sobre o seu valor estratégico, tanto maior será a legitimidade conferida à instituição que tem tal função como própria e específica.

Segundo Gomes (2009), o discurso de autolegitimação não somente justifica, a partir dos valores socialmente aceitos, a elevação e nobreza da instituição que representa, como também ensina a sociedade para manter socialmente válidos os valores que justificam a nobreza e a distinção de tal instituição. De acordo com a perspectiva de Gomes, toda instituição pública – incluindo o Senado – em busca de legitimação precisa justificar a sua função social como importante e insubstituível, de modo a reafirmar a sua capacidade de dizer o que as coisas realmente são. Em outras palavras, deve-se empenhar em construir uma imagem de autoridade, de quem opera sob o estatuto da factualidade e do interesse público.

A comunicação pública apresenta um discurso cujo objetivo é reforçar a legitimidade social das próprias instituições públicas, produzindo convicção coletiva sobre a importância e a necessidade desses órgãos estatais e de seus membros para o bem-estar da sociedade (SILVA, 2021). Esse propósito engloba um conjunto de falas, locuções, textos, formulações em circulação na esfera pública, onde se postulam e reafirmam visões de mundo, valores e teses acerca de assuntos relevantes para o conjunto dos cidadãos. O discurso de autolegitimação da

comunicação pública do Senado, então, além da função de refletir e configurar a identidade desse parlamento, cumpre a tarefa de convencer os cidadãos de que o Legislativo é uma instituição importante e necessária para a democracia e que, desse modo, deve ser preservada pelos membros dessa coletividade.

O Senado, ao criar suas próprias estruturas comunicacionais, busca chamar a atenção do cidadão, provendo-lhe as informações que ele, enquanto instituição pública, julga importantes, e não necessariamente aquilo que o público simplesmente possa desejar, como ocorre na imprensa convencional. A partir da representação de um sujeito enunciador isento, plural e desinteressado (comercialmente e ideologicamente), acredita-se que o público, tendo acesso ao que a comunicação pública digital do Senado produz, pode construir criticamente seus pontos de vista, inclusive com a possibilidade de interferir no processo decisório, subsidiado de conhecimento específico, graças ao conjunto de informações elaborado pelas mídias desse Legislativo.

Como EUc, o Senado pode pressupor que o TUi (cidadão-receptor) possui uma competência languageira de reconhecimento semelhante à sua. Assim, o ato comunicativo, representado pelas informações publicadas, torna-se uma proposição que esse locutor faz ao público e da qual ele espera um endosso. Nesse ponto, o contrato midiático e o contrato de comunicação no setor público se diferem, pelo menos, em essência. O órgão estatal, enquanto provedor de informação oficial, não quer simplesmente ser bem-entendido por seu interlocutor; ela quer persuadir o sujeito interpretante a ser conivente com seus propósitos, como se verifica nas campanhas de utilidade pública.

Para obter esse endosso do público, o contrato de comunicação no setor público se inspira em algumas condições que Grice (apud KOCH, 2015) denomina de máximas subordinadas ao princípio da cooperação, a saber: I) máxima da quantidade (deve-se dizer o máximo necessário à compreensão); II) máxima da qualidade (deve-se dizer o que se acredita ser verdade, o que corresponde ao comprometimento do locutor com o seu dizer); III) máxima da relevância (deve-se dizer o que interessa ao interlocutor, de modo a lhe enriquecer o conhecimento de mundo); e, por último, IV) máxima do modo (deve-se dizer de forma clara, a fim de facilitar a compreensão).



Assim, quanto mais alcançar essas condições, maiores serão as chances de o sujeito comunicante ter sucesso em seus objetivos (informar, instruir, refutar, persuadir etc.).

Um componente importante quando se investigam potenciais rupturas nas trocas entre os sujeitos de fala é o não atendimento às expectativas languageiras. O discurso carrega em si as concepções, os ideais e as falas do outro, tendo em vista que a finalidade do locutor é afetar o enunciatário, que no caso desse discurso, é estabelecer uma relação de identificação e proximidade entre os parceiros de fala. Observa-se, assim, o quanto esses discursos constroem imagens do outro, e cada um dos sujeitos é para o outro somente uma representação. A partir dessas imagens produzidas no discurso (locutor e interlocutor), entende-se que existem limites para o que se pode e deve falar em determinada situação de comunicação, imposto por um acordo implícito entre os sujeitos, ou seja, não se deve falar qualquer coisa para qualquer pessoa em qualquer espaço.

Como discutido anteriormente, cada situação comunicacional está inserida dentro de um ritual, cujas regras permitem aos sujeitos se inserir nos processos de comunicação, a partir do escopo daquilo que é permitido ou tolerado numa determinada comunidade discursiva. No caso da página do Senado no Facebook, o uso de certos enunciados ou o enquadramento dado a determinados assuntos podem significar, de algum modo, uma erosão do contrato de comunicação, uma vez que se rompe com as “cláusulas” estabelecidas previamente.

Como argumentamos em trabalho recente (SILVA, 2021), elaborar enunciados sob a coerção de um contrato comunicacional é um pré-requisito para que o locutor alcance a sua finalidade discursiva, assim, quando, por exemplo, o leitor empírico acessa uma instância enunciativa de um parlamento, nutre a expectativa de um certo tipo de comportamento discursivo por parte desse sujeito comunicante. Do contrário, esse leitor pode colocar em xeque a legitimidade desse produtor de comunicação em requerer a palavra, e não confiar nas provas apresentadas por ele na troca verbal em tela, questionado, assim, a competência desse emissor e a credibilidade da informação produzida.

Em síntese, no contrato de comunicação em pauta, espera-se que o Senado seja reconhecido como uma instância provedora de informação oficial e de referência.

Para isso, esse sujeito tenta ser persuasivo o suficiente, no sentido de fazer crer que as suas informações são legítimas e reconhecidas como de relevância para o debate público. Essa tentativa se dá pelo emprego de estratégias, como a legitimidade, a credibilidade e a captação, que buscam produzir certos efeitos de sentido no sujeito destinatário (o público concebido como cidadão-padrão).

### 3. O contexto do post excluído

O post (FIG. 1), publicado pela fanpage do Senado em 24 de junho de 2018 (domingo), buscava chamar a atenção do público em geral sobre os possíveis efeitos da maconha. A publicação se tornou objeto de grande controvérsia na opinião pública<sup>7</sup> pela divulgação de informações equivocadas acerca do tema em questão.



FIGURA 1 – Post excluído que lista os possíveis efeitos do consumo da maconha  
FONTE – SENADO FEDERAL, 2018.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/senado-apaga-publicacao-polemica-no-facebook-sobre-efeitos-da-maconha-22818148>. Acesso em 02 abr. 2023.

No corpo da publicação, o texto menciona que: “As drogas fazem muito mal para quem usa e prejudicam até quem não usa. Livre-se desse mal, não use drogas. Confira mais informações sobre os males causados pelas drogas (link do material da Polícia Federal<sup>8</sup>). De 19 a 26 de junho ocorre a Semana Nacional Antidrogas, estabelecida pelo Decreto 28 de maio de 1999 (link da legislação<sup>9</sup>)”.

Já na imagem que integra a publicação, o texto apresenta o seguinte título em destaque: “Os males causados pela maconha”. Em seguida é apresentado os possíveis efeitos da droga, divididos em duas categorias: imediatos (dificuldade de pensar, falta de coordenação motora, alucinações, agressividade e morte), e do uso continuado (doenças cardíológicas, doenças pulmonares, câncer, em indivíduos com predisposição, desencadeamento de doenças como psicose e esquizofrenia, falta de motivação, perda de memória, e morte). No post, ainda é informado que a fonte das informações é a Polícia Federal. A figura que ilustra a imagem é de uma planta da maconha, posicionada à direita.

Na manhã do dia 25 de junho (segunda), a referida publicação já registrava mais de 50 mil reações, 20 mil comentários e 34 mil compartilhamentos. Entre as mensagens do público, muitos questionamentos a respeito da ausência de evidências científicas para fundamentar as informações divulgadas relativas aos possíveis efeitos da maconha (imediatos e de uso continuado). Em alguns comentários, os internautas acusaram a fanpage de produzir desinformação e reivindicaram a apresentação de estudos que comprovariam que o consumo maconha pode causar a morte de uma pessoa. Outros usuários da fanpage chegaram a ressaltar o fato de que existem países promovendo um amplo debate sobre o uso medicinal da erva e da possibilidade de legalização do consumo recreativo da planta.

Ainda no dia 25 de junho, a fanpage do Senado publicou um esclarecimento<sup>10</sup> (FIG. 2) em que diz: “As mídias sociais do Senado Federal participam,

<sup>8</sup> Disponível em: [http://www.pf.gov.br/anp/institucional/prevencao-as-drogas-gpred/perguntas-e-respostas-sobre-drogas?fbclid=IwAR1sTH12WH6G9Om\\_q8qIBfAs7v3h8o\\_-jSHICJXF3KDnuc17au7uTsGIQcY#11](http://www.pf.gov.br/anp/institucional/prevencao-as-drogas-gpred/perguntas-e-respostas-sobre-drogas?fbclid=IwAR1sTH12WH6G9Om_q8qIBfAs7v3h8o_-jSHICJXF3KDnuc17au7uTsGIQcY#11). Acesso em 02/04/2023.

<sup>9</sup> Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/dnn/anterior%20a%202000/1999/dnn8091.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/dnn/anterior%20a%202000/1999/dnn8091.htm). Acesso em 02/04/2023.

<sup>10</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/SenadoFederal/posts/2249571578392018>. Acesso em 02 abr. 2023.

frequentemente, de campanhas de utilidade pública. Entre os dias 19 e 26 de junho, está sendo publicada uma série de posts dentro da Semana Nacional Antidrogas”. O texto prossegue: “A título de referência, buscou-se apoio em material preparado pela Academia Nacional da Polícia Federal, disponível na página de perguntas e respostas sobre drogas daquele órgão, sendo a PF, portanto, a fonte dos dados apresentados nos posts”.

No segundo parágrafo do esclarecimento, o Senado comunica sua decisão acerca do post sobre os males causados pela maconha: “Diante da grande repercussão e polêmica geradas pelo post enfocando a maconha, a Secretaria de Comunicação Social do Senado, responsável pelo Facebook e pelo Twitter da instituição, optou pela sua retirada das redes sociais, mantendo as demais publicações sobre o tema”.



FIGURA 2 – Post excluído que lista os possíveis efeitos do consumo da maconha  
FONTE – SENADO FEDERAL, 2018.

Nota-se que a palavra “Esclarecimento” é empregada no centro da imagem que acompanha o texto da publicação, tendo a ilustração do post excluído de fundo, mas de forma desfocada, dando a ideia de apagamento.

#### 4. Percepção do público sobre o “Esclarecimento” do Senado<sup>11</sup>

O aplicativo Facepager, que dispõe de ferramentas de busca e leitura do Facebook, como a Graph API, foi empregado para coletar os comentários feitos no post de esclarecimento do Senado sobre a retirada da publicação que versava sobre os males da maconha. A amostra considerou apenas as mensagens feitas por esses sujeitos como resposta ao post de esclarecimento do Senado, ou seja, os replies (respostas aos comentários) não foram considerados para o universo da pesquisa, uma vez que o propósito nessa fase da pesquisa é investigar potenciais rupturas no contrato comunicacional do Senado, e não um estudo denso sobre discussão on-line.

A pesquisa optou por uma análise qualitativa em profundidade, considerando 20% do total dos comentários coletados (3.232), desse modo, tem-se 646 comentários como unidades enunciativas. A amostra reduzida tem o intuito de viabilizar uma investigação mais ampla do discurso, analisando os efeitos de sentido e as formas de expressão. Como pontua Krieg-Planque (2018), enquanto a análise de conteúdo se pergunta “de quê se está falando?”, a análise do discurso faz intervir necessariamente a questão das formulações languageiras, perguntando-se “como está sendo dito?” (KRIEG-PLANQUE, 2018, p. 58).

Além disso, a análise semiolinguística do discurso concebe a troca comunicativa como um fenômeno condicionado não só por componentes linguísticos, mas também por fatores extralinguísticos e que, por conta disso, a amostra construída para este trabalho possibilita um olhar mais acurado sobre esses elementos contratuais que são externos ao dizer.

Adaptando o modelo analítico proposto por Silva (2021), as mensagens feitas pelos usuários do Facebook do Senado na mencionada publicação foram classificadas em quatro categorias: endosso (concordância com a ideia-nuclear do post), crítica às instituições políticas (enunciados que questionam a atuação do Congresso Nacional e do Senado, a partir de argumentos contrários aos agentes

---

<sup>11</sup> No desenvolvimento dessa seção, o autor contou com a colaboração do pesquisador e assistente social Roberto de Melo (Unifesp/Campus Baixada Santista). Os dados foram coletados no dia 20 de dezembro de 2020.

políticos de forma geral), crítica à competência informacional do Senado (enunciados que questionam como o tema-nuclear foi abordado pela comunicação pública do Senado), e desvio (enunciados que fogem majoritariamente do tema-nuclear do post e que objetivam satirizar ou reivindicar algo que não tenha relação com o assunto tratado na publicação, utilizando outros recursos expressivos, como emojis e hashtags, sem nenhuma consonância com a temática do post em questão).

A seguir apresentamos uma tabela com alguns exemplos de comentários que auxiliam na compressão das categorias analíticas (TAB. 1).

TABELA 1  
Exemplos de Comentários

<b>Categoria</b>	<b>Exemplos de Comentários</b>
<b>Endosso</b>	“Não entendi o porquê da retirada 🤔 Até então, maconha continua sendo droga... não? Existe alguma legislação da qual não estou a par?” “Ou foi o lobby dos lacradores que acham que maconha é a receita da imortalidade que caiu matando?”
<b>Crítica às Instituições Políticas</b>	“V E R G O N H A, só não se retratam porque a PF e os políticos ainda tão se beneficiando da ignorância da população pra continuar lucrando com o tráfico.” “Não é a toa que a população brasileira é tão emburrecida, com um senado desses.”
<b>Crítica à Competência Informacional</b>	“O dia que a página do Senado Federal foi bombardeada de argumentos sensatos e excluiu uma postagem cheia de informações errôneas e manipuladas por interesses maiores. Eu vivi pra ver isso! ♥” “Não é retirar, é dar a informação correta, pq esse é o dever de um órgão público, especialmente do legislativo. Desinformação só gera ignorância.”
<b>Desvio</b>	“Maconha wins.” “Como eu disse no post anterior maconha só mata se você não pagar o fornecedor.”

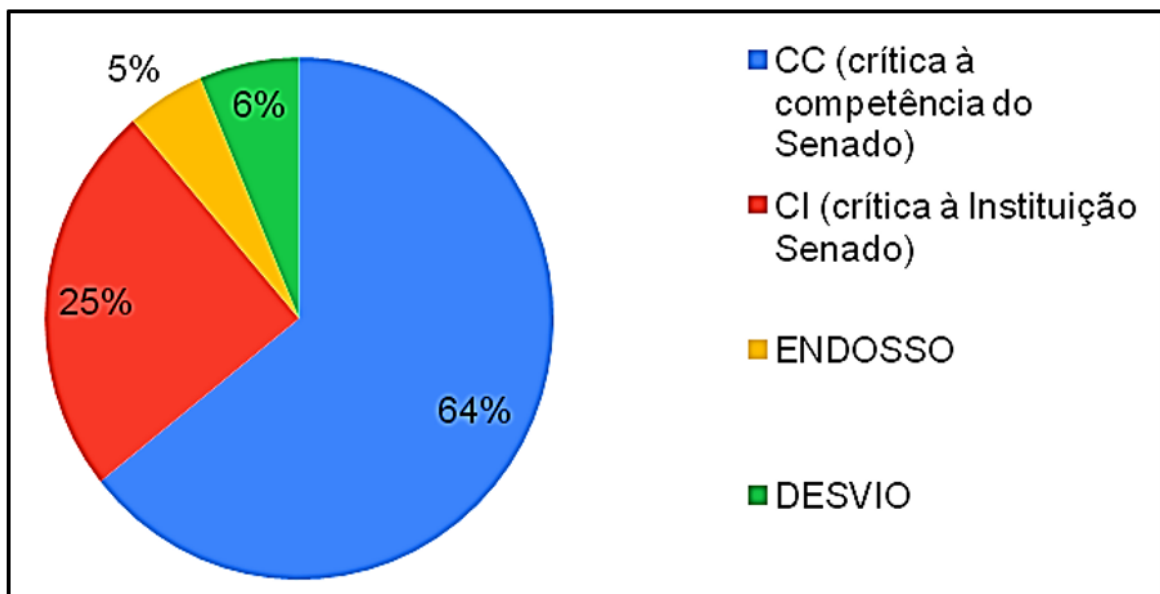
FONTE – Autor.

Vale ressaltar que elaborar categorias analíticas para o exame de comentários é complexo, mas acreditamos que as tipologias propostas neste trabalho estão em consonância com os objetivos estabelecidos no artigo. Sem dúvida, as fronteiras que separam uma e outra categoria são muito tênues, mas levamos em conta fatores como contexto discursivo, marcas enunciativas e expressões modalizadoras.

Consideramos que todo discurso político pode ser interpretado por diferentes abordagens teóricas, que avaliarão de acordo com uma dada abordagem dos sujeitos sociais envolvidos, produzindo distintas representações. Por isso, o processo de análise e codificação é importante para garantir a máxima consistência nessas representações, alcançando validade e confiabilidade mínimas no estudo proposto. Feitas essas ponderações acerca do processo de categorização, passamos a apresentar alguns dados (Gráfico 1) sobre o corpus analisado.

Em relação ao enquadramento dos comentários analisados, a maioria (64%) é da categoria “crítica à competência”, ou seja, 415 enunciados se dedicam a questionar a exatidão das informações publicadas pelo sujeito comunicante ou o tratamento dado ao tema pela comunicação pública digital do Senado. Em seguida, temos a categoria “crítica à instituição”, com 25% das ocorrências, isto é, 158 comentários que se concentram em depreciar os agentes políticos de modo geral, mas sobretudo, os senadores e a instituição a qual representam.

GRÁFICO 1  
Tipos de Comentários



FONTE – Autor.

O gráfico 1 também mostra a incidência de mais duas categorias analíticas, a saber: “desvio” com 41 ocorrências, o que equivale a 6% do total do corpus selecionado; e “endosso” com 32 comentários, isto é, 5% do total. Nessa primeira categoria, temos enunciados que, de forma majoritária, ironizam o conteúdo post controverso, utilizando piadas, palavras de ordem (ex.: “Legalize Já”), emojis ou mensagens que fogem completamente da ideia-nuclear da publicação. Já na segunda categoria se destacam comentários que apoiam o enquadramento dado pelo EUC sobre a questão dos males causados pela maconha.

A análise discursiva nos permite inferir que o EUC, ao se valer do conhecimento comum partilhado e o sistema de valores/crenças sobre o mundo em que atua, projeta que reforçar a representação negativa da maconha despertaria adesão imediata do público. No entanto, como verificamos no exame das mensagens dos usuários da fanpage do Senado, se um ato de linguagem envolve múltiplas finalidades do falante, também permite diversas possibilidades interpretativas do TUi, como a crítica à competência do EUC ou à própria legitimidade deste ao “tomar a palavra”.

O EUC reproduziu na publicação o tom de alerta tradicionalmente utilizado pelas campanhas de utilidade pública sobre drogas (“*As drogas fazem muito mal para quem usa e prejudicam até quem não usa. Livre-se desse mal, não use drogas*”). Como a teoria semiolinguística preconiza, o sujeito comunicante constrói um TUD idealizado que comunga dos valores daquilo que podemos nomear “conjunto da sociedade”. Considerando o post excluído, observamos que se constrói um EUE alinhado ao discurso proibicista e de demonização à maconha, de modo a se obter a aprovação da maioria das pessoas que acompanha as publicações da fanpage do Senado. No entanto, não é o que se verifica na maioria dos comentários.

Para legitimar os sentidos que constrói sobre os males causados pela maconha, o EUC recorre à visada prescritiva da Academia Nacional da Polícia Federal, a qual é utilizada como principal referência para o post, disponibilizando até mesmo um link de acesso o material instrutivo produzido pela corporação policial. A fim de reforçar a credibilidade de seu enunciado, o sujeito comunicante faz referência ao decreto federal que institui a Semana Nacional Antidrogas. A comunicação pública do Senado, ao eleger a PF como instituição de autoridade no assunto, opta por uma perspectiva



que associa imediatamente maconha à mercadoria do tráfico de drogas, contrariando parte significativa dos comentários feitos pelos usuários da fanpage.

Dentro da categoria “crítica à competência”, muitos comentários questionam a decisão de o Senado excluir o post por conta da “grande repercussão e polêmica” e não pela inexatidão das informações divulgadas. De fato, isso nos leva a depreender que, no caso analisado, o referido parlamento recua em um determinado posicionamento diante da opinião pública desfavorável, mas demonstra dificuldades em reconhecer que divulgou informações imprecisas e equivocadas. Em vez de banir a publicação sumariamente, a comunicação pública digital do Senado poderia corrigi-la, acrescentando dados – validados por institutos de pesquisa – que podem amplificar a discussão em torno do tema.

Quando a comunicação pública digital do Senado menciona que “[...] *optou pela sua retirada das redes sociais, mantendo as demais publicações sobre o tema*”, acaba sugerindo que os conteúdos produzidos pela PF sobre as outras drogas (cigarro, ecstasy, cocaína e álcool) não foram alvo de polêmicas e que, por isso, permanecerão na fanpage. No entanto, o TUI, baseado no que foi elaborado discursivamente a respeito da maconha, pode concluir que as publicações relativas as outras drogas também podem apresentar desinformação.

Ao conferir visibilidade à mensagem oficial da Semana Nacional Antidrogas – uma iniciativa estatal, que reúne governo federal, estados e municípios – o Senado quer fazer crer que endossa a proposta de conscientizar a sociedade contra as drogas. Por outro lado, a discussão em torno do consumo da maconha sempre foi cercada de controvérsias no Brasil, principalmente por ser considerada socialmente uma droga menos danosa que as outras. O tema em questão costuma mobilizar muitos cidadãos na esfera pública digital que defendem a descriminalização e a regulamentação do uso da maconha e de seus componentes, como verificamos em algumas mensagens da categoria “crítica à competência”.

A comunicação pública digital do Senado, baseando-se unicamente no material informativo-educativo da PF, tende a invisibilizar as demais perspectivas sobre o uso da maconha. Mesmo que não exista um consenso no campo da ciência a respeito da dimensão real dos danos no consumo da referida droga, é desinformativo apontar a

maconha como causa exclusiva na morte de uma pessoa. Uma formulação dessa gravidade – a morte como efeito imediato do consumo de maconha – só poderia ser enunciada tendo como referência o conhecimento científico acumulado sobre o tema, que é construído por meio de observações rigorosas, planejadas e sistemáticas, que procuram realizar conexões entre as coisas, estabelecendo generalizações capazes de explicar pretensas causalidades.

Existem trabalhos na área de redução de danos (FONSECA; BASTOS, 2012), que se concentram em estudar formas de diminuir os efeitos associados ao uso de drogas psicoativas em pessoas que não podem ou não querem parar de usar drogas, que se contrapõem fortemente à linha proibicionista da PF. Outro tópico negligenciado no post é a possibilidade de uso da planta (extratos, substratos ou partes da cannabis sativa em sua formulação) no tratamento de doenças como câncer, esclerose múltipla, autismo, alzheimer, epilepsia e parkinson, como apontado em alguns comentários da categoria de “crítica à competência”.

A produção cotidiana de sentidos sobre o binômio saúde-doença é de fundamental importância para indicar caminhos para a redução de dissonâncias entre o que é pretendido pela comunicação pública e o que é assimilado realmente pelos cidadãos (ARAÚJO; CARDOSO, 2007). Por isso, o Poder Legislativo, ao endossar uma campanha sobre um tema sensível, deve considerar as múltiplas abordagens sobre o assunto, de modo que, em termos da troca linguageira, os participantes do ato comunicativo se compreendam, e o sujeito interpretante reconheça a legitimidade e a credibilidade do sujeito comunicante na cena discursiva.

Para Castells (2018), se existir ruptura no vínculo subjetivo entre o que os cidadãos pensam e desejam e as ações daqueles a quem se elege e paga, acaba-se aprofundando a crise de legitimidade política, ou seja, o sentimento majoritário de que os agentes do sistema político não representam adequadamente o conjunto da sociedade, o que é corroborado, em nosso estudo, pela incidência dos comentários da categoria “crítica à instituição”, que reforçam a ideia de que os parlamentos não são responsáveis em relação aos anseios da coletividade.

Em síntese, consideramos que ao divulgar que a morte pode ser um possível efeito imediato do uso da maconha, o Senado rompe com o acordo tácito firmado

entre cidadão e setor público, por violar uma regra estabelecida implicitamente entre sujeitos de fala: a de informar com precisão, baseando-se em dados confiáveis, levando em conta a posição dos diferentes setores que compõem a sociedade brasileira. É possível afirmar, então, que a disrupção no contrato comunicacional, captada na análise dos comentários, é resultado da falta de reconhecimento do Senado como EUC, bem como seus propósitos, seus enquadramentos temáticos, sua relação de influência com o público e sua competência informacional.

### Considerações Finais

Por uma série de fatores epistemológicos, alguns pesquisadores argumentam que dados oriundos da internet não possuem valor explicativo, porém, defendemos a tese de que é possível demonstrar que enunciados coletados em plataformas de redes sociais apresentam correlação com os fenômenos sociopolíticos. “A internet é usada como um espaço de pesquisa, para além da cultura on-line. A questão não é mais o quanto a sociedade e a cultura estão on-line, mas sim como diagnosticar mudanças culturais e condições sociais por meio da internet. (ROGERS, 2016, p.5). Assim, o presente artigo não se dedica a trazer dados conclusivos sobre comunicação pública e desinformação no ambiente digital, até porque o trabalho propõe uma discussão a partir de um corpus de análise limitado. No entanto, há de se considerar o fato de que a reflexão suscitada pode servir de referência para futuras pesquisas que objetivem aprofundar a relação contratual entre cidadão e setor público, envolvendo diferentes agentes políticos, em outras condições languageiras e situacionais.

### Referências

- ARAÚJO, Inesita S. de; CARDOSO, Janine M. **Comunicação e saúde**: temas em saúde. Rio de Janeiro. Ed. Fiocruz, 2007.
- BASTOS, F. I.. Política de drogas na segunda década do novo milênio: Reforma ou revolução?. **Argumentum** (Vitória), v. 7, p. 247-258, 2015.
- BENKLER, Y.; FARIS, R.; ROBERTS, H. . **Network Propaganda**: manipulation, disinformation, and radicalization in American politics. Oxford: Oxford University Press, 2018.

- CASTELLS, M. . **Ruptura**: a crise da democracia liberal. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2018.
- CHARAUDEAU, P. . **A manipulação da verdade**: do triunfo da negação assombras da pós-verdade. São Paulo: Contexto, 2022.
- CHARAUDEAU, P. . **Linguagem e discurso** – modos de organização. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019.
- CHARAUDEAU, P. . **Discurso político**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2018.
- EMPOLI, G. da. **Os engenheiros do caos**. São Paulo, Vestígio, 2019.
- FONSECA, E. M. ; BASTOS, F. I. . Os tratados internacionais anti-drogas e o Brasil: Políticas, desafios e perspectivas. In: Jorge, MAS; Alarcon, S. (Org.). **Álcool e Outras Drogas**: Diálogos sobre um mal-estar contemporâneo. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz, 2012, v. 1, p. 15-44.
- GOMES, W. . **Jornalismo, fatos e interesses**: ensaios de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009.
- GIDDENS, A. . **As consequências da modernidade**. São Paulo, Editora Unesp, 1991.
- HELMOND. A. . A plataformação da web. In: OMENA, Janna J. **Métodos digitais**: teoria-prática-crítica. Lisboa: ICNOVA, 2019.
- KOCH, Ingedore G. V. **A interação pela linguagem**. 11. ed. São Paulo: Contexto, 2015.
- KRIEG-PLANQUE, A. . **Analisar discursos institucionais**. Uberlândia: EDUFU, 2018.
- MOISÉS, José A.; MENEGUELLO, R.. **A desconfiança política e os seus impactos na qualidade da democracia**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.
- PARISER, E. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- ROGERS, R. O fim do virtual: os métodos digitais. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 10, n. 3, p. 1-34, 2016. Disponível em: <https://lumina.uff.emnuvens.com.br/lumina/article/view/644>. Acesso em: 1 abr. 2023.
- SILVA, Michel C. **A comunicação pública no enfrentamento à desinformação**: estratégias e rupturas no contrato comunicacional do Senado no Facebook. Santo André, 2021. Tese (Doutorado em Ciências Humanas e Sociais) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal do ABC, 2021.
- SILVA, Michel C. Fanpage do Senado Federal: a comunicação legislativa em 3D. In: VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (Compólitica), 2019, Brasília-DF. **Anais do 8º Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política** (Compólitica). Brasília: UnB, 2019.
- WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder**: toward an interdisciplinary framework for research and policy-making. Strasbourg: Council of Europe, 27 set. 2017. Disponível: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em 02 abr. 2023.
- ZUBOFF, S. . Big other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. In: BRUNO, Fernanda et al. (org.). **Tecnopolíticas da vigilância**: perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo, 2018.