

# A UTILIZAÇÃO DA SEMIÓTICA DISCURSIVA PARA ANALISAR FAKE NEWS SOBRE A COVID-19

Sabrina Maria Feitosa Moreira, Ana Carolina Fonseca Lindoso Melo

Com o advento da internet, as notícias jornalísticas puderam ser compartilhadas com mais rapidez e em maior quantidade nas redes sociais e em aplicativos de compartilhamento de mensagens. Entretanto, tal possibilidade culminou na criação das fake news. Tratam-se de textos cujas características enunciativas simulam as notícias jornalísticas, mas a informação transmitida é errônea ou falsa. Portanto, semioticamente falando, pretendem fazer o enunciatário crer que o objeto de saber comunicado é verdadeiro, quando, na verdade, é mentiroso. Este trabalho teve como objetivo avaliar e analisar o impacto das fake news através das ferramentas analíticas da semiótica discursiva (GREIMAS e COURTÉS, 2008), com ênfase na proposta do contrato de veridicção e nas projeções de enunciação. O interesse deste estudo é voltado para as fake news da área da saúde com a temática envolvendo informações sobre formas de prevenção e tratamento da COVID-19. Foram examinadas tanto as estratégias enunciativas utilizadas pelo enunciador na realização do seu fazer-persuasivo, bem como o fazer-interpretativo realizado pelo enunciatário, evidenciado pelas ferramentas interacionais das redes sociais. Foram analisadas as interações discursivas envolvendo três fake news que circularam em perfis pessoais e em páginas do Facebook durante o ano de 2020. Em seguida, foi feito um levantamento de dados de pesquisa de palavras-chaves, por meio da ferramenta do Google Trends, a fim de mensurar parcialmente o alcance dessas fake news. Evidenciou-se um jogo discursivo que visa uma valorização do universo axiológico dos enunciatários, por meio de mensagens apelativas, cujo alcance se estende para o campo social e psicológico. As fake news são poderosas estratégias enunciativas que podem ser capazes de reconfigurar e ameaçar sistemas de valores de determinados grupos sociais. O bolsista agradece o apoio financeiro da FUNCAP para a realização da pesquisa.

Palavras-chave: SEMIÓTICA. FAKE NEWS. ENUNCIAÇÃO. COVID-19.