

PROJETO ATUAL

AFORIZAÇÕES: O PAPEL DA INTERFACE E DO DISCURSO NA CIRCULAÇÃO DE TÍTULOS EM REDES SOCIAIS

A partir de postagens e comentários no *Facebook*, muitos títulos de notícias diferentes podem ser lidos e é uma decisão do usuário se lê apenas o título, se clica em algum link disponível para ler a notícia inteira ou se pesquisa mais a fundo sobre o assunto de modo a ter uma visão mais aprofundada do que sugerem as manchetes. Os jornais e blogs têm títulos para chamar atenção, mas a circulação em redes sociais intensifica o que é dito em meio a comentários, curtidas e compartilhamentos.

Um exemplo recente destes casos ocorreu com o blog de política Pragmatismo Político (<http://www.pragmatismopolitico.com.br/>), que postou no Facebook o texto “**Je ne suis pas Charlie**”, ao lado de uma foto do teólogo Leonardo Boff. Muitos comentários apareceram no *Facebook*, elogiando ou criticando o teólogo. Porém, o problema é que o texto não era dele. Na verdade, o blog de Leonardo Boff replicou um texto de outro autor e fez algumas modificações, mas o efeito de haver apenas um título curto, com foto e aspas, sugeriu aos leitores a autoria errada. Isso também acontece com noticiários científicos. O site da Globo News em Pauta (<http://globoTV.globo.com/globo-news/globo-news-em-pauta/t/todos-os-ideos/v/cientistas-criam-minhoca-resistente-para-entender-alcoolismo-entre-humanos/3505104/>) publicou uma reportagem com o título “**Cientistas criam minhoca resistente para entender alcoolismo entre humanos**”. Contudo, os cientistas entrevistados não falavam que pretendiam compreender o alcoolismo, mas apenas que estudavam modificações genéticas das minhocas e seus efeitos sob o álcool. Há ainda situações nas quais títulos de sites de notícia de ficção ou humor são replicados nos perfis do *Facebook*, como se fossem notícia séria, e momentos nos quais reaparecem farsas e mitos nas redes sem qualquer referência ou fonte oficial. No início de 2015, foi disseminada uma postagem que circulava anos antes, informando que “**o ar-condicionado do carro contém benzeno que causa câncer**”. Além da explicação pseudo-científica sobre o fato, o título chamava atenção, mas a notícia falsa foi denunciada pelo site e-farsas (<http://www.e-farsas.com/ar-condicionado-carro-contem-benzeno-que-causa-cancer.html>).

Em todos os casos, pode-se verificar comentários sobre as postagens que assumem apenas o que é dito nos textos curtos dos títulos e frases com seus links, o que desencadeia discussões sobre fatos que não condizem com a realidade.

Assim, considera-se que tanto a disseminação de títulos de notícias quanto a disseminação de frases curtas postadas em redes sociais constituem um fenômeno dos nossos tempos – presente fortemente na comunicação e na linguagem mediada pelo computador. As problemáticas do fenômeno dizem respeito a como compreender essas novas formas de comunicação, seus significados para as novas gerações, como são apropriadas pela mídia e pela política, a influência das novas tecnologias e das redes

sociais, sua importância para o usuário comum e seus modos de transformação e inserção na sociedade.

Para esta pesquisa, estão sendo coletados títulos em formato de frase que circularam em postagens do Facebook e deram margem a esses novos problemas de compreensão a partir dos seus erros, desvios e silenciamentos. Taís títulos estão sendo categorizados em “política”, “divulgação científica” e “notícias falsas” como nos exemplos descritos anteriormente. O trabalho mobiliza conceitos em análise do discurso como aforização, sobreasseveração, memória discursiva, gênero, cenografia e formação discursiva, procurando integrá-los a conceitos da área de interação humano-computador de modo a compreender melhor como circula uma discursividade digital com suas especificidades na rede social Facebook.