

# DESIGN E ANÁLISE SEMIÓTICA DE CINCO IMAGENS COMPARTILHADAS NO WHATSAPP DURANTE AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2018 NO BRASIL

Luisa Vasconcellos Rodrigues

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Irene de Araújo Machado

Escola de Comunicação e Artes/Universidade de São Paulo

luisarodrigues@usp.br

## Objetivos

O presente trabalho teve como objetivo o estudo da composição visual de cinco notícias falsas de ampla circulação compartilhadas nas redes sociais durante o período eleitoral de 2018 no Brasil do ponto de vista da organização semiótica - isto é, dos signos e de sua produção de sentidos.



Figuras 1 a 3: três imagens do *corpus*

## Métodos e Procedimentos

A análise semiótica do *corpus* foi realizada ao longo de catorze sessões de orientação com a Professora Orientadora. Na primeira etapa foi feita uma leitura inicial sobre as cinco imagens do *corpus*, que precedeu a revisão bibliográfica de PIGNATARI (1989), FOUCAULT (1988), MERRELL (2012) e a redação dos fichamentos de cada texto. Em sequência, as duas primeiras análises foram feitas separadamente por meio de eixos de leitura específicos, seguidas da terceira análise que começou com a relação entre as figuras 3 e 4 e uma introdução para relacionar o conceito de estereótipo segundo LIPPMANN (2010) do cenário das *fake news*. Tendo em vista a convencionalização dos estereótipos dentro de discursos de ataque, a quinta imagem foi incorporada à análise a partir da definição do argumento *ad hominem* nos debates eleitorais segundo MOSCA (2011). Por fim, para discutir

o estudo sobre esses processos discursivos e sua possível relação com o design, foi feita a revisão bibliográfica de FLUSSER (2007).

## Resultados

Os resultados se constituem de três análises semióticas sobre as imagens do *corpus* e um relatório que detalha o processo e reflexões envolvidas durante seu desenvolvimento.

## Conclusões

Foi possível observar que as *fake news* são um produto midiático impulsionado por uma série de fatores sociais, como os interesses políticos para os quais se direcionam e as configurações culturais que fornecem suas significações, onde se evidenciou uma certa repetição de elementos simbólicos dentro do *corpus* estudado. A relação do design com o tema mostrou ter implicações complexas, que poderiam ser material de aprofundamento para uma outra pesquisa. Considerando o papel estratégico que as imagens têm na construção de sentidos da contemporaneidade, pode-se dizer que tal problema se aproxima da questão ética que envolve a criação gráfica no contexto da popularização dos programas de edição de imagens e do potencial de viralização de discursos de ódio nas redes sociais.

## Referências Bibliográficas

FLUSSER, Vilém. O Mundo Codificado; FOUCAULT, M. Isto não é um cachimbo; LIPPMANN, Walter. Opinião pública; MERRELL, F. Uma reunião de TRÊS; MOSCA, Lineide Salvador. Discurso e má fé: do elogio à perversidade; PIGNATARI, Decio. Uma ciência que ajuda a "ler" o mundo.