

## MANIPULAÇÃO E ARGUMENTAÇÃO

## MANIPULATION AND ARGUMENTATION

Wander Emediato  
Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG/Brasil  
wemediato@hotmail.com  
<https://orcid.org/0000-0003-1480-7019>

RECIBIDO: 23/10/2023  
ACEPTADO: 28/11/2023

### RESUMO

A manipulação é um fenômeno frequentemente excluído dos estudos sobre argumentação, apesar de estar sempre implícito no processo argumentativo, ora por meio de estratégias retóricas voltadas para a persuasão dos destinatários, ora por formas de tratamento das provas e das informações. O objetivo deste trabalho é problematizar essa noção, a partir do verbete dedicado a ela no dicionário de argumentação de Christian Plantin, assim como de reflexões de outros domínios, como a psicologia, a ética, o direito e a informação jornalística. Meu propósito será de refletir sobre a relação entre manipulação, argumentação e retórica, ilustrando como o fenômeno manipulatório se encontra presente em alguns discursos, mapeando algumas de suas formas e procedimentos.

**Palavras-chave:** Manipulação, argumentação, discurso.

### ABSTRACT

Manipulation is a phenomenon that is often excluded from studies on argumentation, despite always being implicit in the argumentative process, sometimes through persuasive rhetorical strategies, sometimes through ways of treating evidence and information. The objective of this work is to problematize this notion, based on the entry dedicated to it in Christian Plantin's argumentation dictionary, as well as reflections from other domains, such as psychology, ethics, law and journalistic information. My purpose will be to reflect on the relationship between manipulation, argumentation and rhetoric, illustrating how the manipulative phenomenon is present in some discourses, mapping some of its forms and procedures.

**Keywords:** Manipulation, argumentation, discourse.

### RESUMEN

La manipulación es un fenómeno que muchas veces queda excluido de los estudios sobre argumentación, a pesar de estar siempre implícito en el proceso argumentativo, a veces a través de estrategias retóricas dirigidas a destinatarios, a veces a través de formas de tratar la evidencia y la información. El objetivo de este trabajo es problematizar esta noción, a partir de la entrada que le dedica el diccio-



nario de argumentación de Christian Plantin, así como de reflexiones desde otros dominios, como la psicología, la ética, el derecho y la información periodística. Mi propósito será reflexionar sobre la relación entre manipulación, argumentación y retórica, ilustrando cómo el fenómeno manipulador está presente en algunos discursos, mapeando algunas de sus formas y procedimientos.

**Palabras clave:** Manipulación, argumentación, discurso.

## INTRODUÇÃO

Meu objetivo é explorar o conceito de manipulação e sua integração aos estudos da argumentação. O verbete *manipulação* integrou o dicionário de argumentação de Plantin e vou partir dessa integração para problematizar o conceito de manipulação. A tarefa não é simples, devido à dificuldade de se definir o próprio conceito de manipulação, sem torná-lo equivalente de argumentação. Porém, a manipulação se encontra, de algum modo, subjacente à história dos estudos sobre retórica e argumentação e envolvida com a dicotomia entre demonstração e argumentação, verdade e opinião. Meu propósito aqui será de refletir sobre essa relação, mas problematizando de forma mais ampla e interdisciplinar o verbete introduzido por Plantin em seu dicionário de argumentação.

### 1. MANIPULAÇÃO: DEFINIÇÕES INICIAIS

A origem da retórica foi marcada por acusações severas de manipulação, especialmente pela filosofia, tendo como o seu maior crítico e acusador Platão. A acusação de manipulação se sustentava principalmente sobre a falta de compromisso da retórica com o ideal de verdade filosófica e a intenção supostamente enganadora e manipulatória dos retóricos sofistas, na perspectiva de Platão, o que está longe de fazer unanimidade. Apesar da complexidade do problema, buscarei aqui problematizar alguns lugares possíveis para se pensar a manipulação no âmbito da argumentação e do discurso.

No Dicionário de argumentação, Plantin (2016, pp. 369-374) define a manipulação, a partir da forma N<sup>o</sup> manipula N<sup>1</sup>, de duas maneiras distintas:

- *manipular 1*: N<sup>1</sup> designa um animado não-humano: manipular sacos de cimento; uma parte do corpo (massagear, manipular as vértebras), ou o próprio corpo físico (eu vou me manipular de 10h às 11h);
- *manipular 2*: N<sup>1</sup> designa uma pessoa enquanto síntese de representações e capaz de autodeterminação. Nesse segundo sentido, manipular seria instrumentalizar, ou seja, considerar uma pessoa como objeto, um instrumento sobre o qual será exercida a manipulação. Embora os dois sentidos estejam ligados, como o próprio Plantin faz questão de ressaltar em termos de suas derivações em língua, é o sentido 2 que nos interessa aqui, por sua relação mais próxima com a argumentação, de um lado, e a persuasão, num sentido mais amplo. O sentido 1, ampliado, pode também interessar, mas no sentido de moldar alguém (seu corpo, sua mente), conduzir a sua ação, o seu pensamento, suas decisões, seus gostos. Esse sentido ampliado do não-humano para o humano é que permite a circulação de expressões como:

“Ele (x-manipulado por y) age como um zumbi”; “Ele (x-manipulado por y) age como se estivesse hipnotizado por y”; “Ele (x-manipulado por y) não tem mais decisão própria, segue y como um robô”; “Fizeram (y-manipulador) uma lavagem cerebral nele (x-manipulado)”. Tais exemplos radicalizam a manipulação, tornando o manipulado quase um não-humano, já que instrumentalizado a tal ponto que não possui mais decisão própria, nem pensamento crítico.

Plantin destaca que o termo é tratado em diferentes domínios: a psicologia, que se interessa pelo fenômeno da personalidade manipuladora; no domínio militar e estratégico, por intermédio da propaganda e das estratégias de desinformação; no campo comercial, através de técnicas de marketing ou de manipulações de vendas consistindo a levar clientes a comprar de qualquer jeito e qualquer coisa; enfim, nos domínios político, ideológico, religioso, e eu ainda acrescentaria à lista, e por que não?, o domínio científico, no tocante às manipulações de protocolos de pesquisa, de resultados, de alcance de resultados, de efeitos, de consequências indesejáveis ou éticas, além dos domínios midiático, jurídico, publicitário, etc.

Em geral, os dicionários definem a manipulação como uma atitude voltada para a falsificação da realidade com intuito de induzir alguém a pensar ou agir de determinada forma. Expressões como “manobra deliberada”, “intenção suspeita”, “desejo de ocultar e de enganar”, voltadas para o controle e o desvio do pensamento e da ação de uma outra pessoa são comuns nas definições de dicionários. Em diferentes domínios o termo se aplica como manipulação de *informações*.

Na economia, o problema é, com frequência, relacionado ao controle de indicadores econômicos usados em benefício pessoal ou de grupos, como manipulação de índices de inflação, taxas de juros, flutuações de câmbio, índices de empresas em bolsas de valores, etc. Economia e política se misturam na manipulação de dados econômicos, como mostra o título da Folha de SP “*A oposição denuncia manipulação dos indicadores econômicos oficiais, que no caso da inflação podem ser até três vezes menores que os de empresas de consultoria privada*”.

Nas redes sociais e na internet, o problema da manipulação é bastante levantado. Aliás, a prova de redação do ENEM de 2019 teve como tema: “Manipulação do comportamento do usuário pelo controle de dados na internet”. Numerosos estudos vêm ressaltando o potencial de manipulação das grandes empresas controladoras de plataformas digitais<sup>1</sup> – as *big techs* – através dos algoritmos que controlam, vendem e utilizam dados dos usuários para diversos objetivos, comerciais, políticos, eleitorais, propagandísticos, etc. A Suprema Corte brasileira, o STF, através do ministro Alexandre de Moraes, acusou as *big techs* de manipulação, ao comentar as ações das empresas digitais contra o Projeto de Lei das *fake-news*.

Para se ver o poder de manipulação. Ali foi utilizado para auto favorecimento. Em outra oportunidade pode ser novamente instrumentalizado para o ataque à democracia. E eventualmente pode ser utilizado para ataques individuais<sup>2</sup>.

1 Ver Anderson Vinícius Romanini e Renata Mielli (2020). A comunicação dominada pelas “big techs” digitais: superabundância informativa, espetáculo, alienação e fabricação de sentido no mundo algorítmico, *Revista Eptic*, V. 23, Nº 1, jan.-abr. 2021. Ver também Danielle Jacon Ayres Pinto y Isabela Moraes, As mídias digitais como ferramentas de manipulação de processos eleitorais democráticos: uma análise do caso Brexit, *Revista de estudos Sociais*, 74, outubro. Acessível em: <https://journals.openedition.org/revestudsoc/48686>

2 <https://epocanegocios.globo.com/tecnologia/noticia/2023/06/moraes-acusa-big-techs-de-manipulacao-de-dados-no-dia-de-votacao-do-pl-das-fake-news.ghtml>

Trata-se, em geral, de manipulação de informações dos usuários da internet, de natureza diversa: informação sobre identidades, gostos e práticas de consumo, classe social, padrões econômicos, além de vínculos ideológicos, políticos, religiosos, entre outros.

No âmbito eleitoral, o espaço da manipulação pode ser bastante amplo, desde a demagogia, a manipulação das emoções do eleitor até a circulação de mentiras. Desinformação e *fake news* caminham juntas como um ativo precioso da política. Aieta (2020) estudou a construção da desinformação através das *fake news* e seu impacto eleitoral.

## **2. MANIPULAÇÃO E PSICOLOGIA: A PERSONALIDADE DO MANIPULADOR E SUAS ESTRATÉGIAS MANIPULATÓRIAS**

Na psicologia, em geral, o fenômeno da manipulação é estudado como um subterfúgio voltado para a influência ou o controle de uma pessoa para realizar os objetivos de outra pessoa ou mesmo de uma organização. A manipulação psicológica pode ser exercida sobre um indivíduo, mas também é estudada como fenômeno de alcance social. Nesse caso, a manipulação psicológica é um tipo de influência social exercida sobre grupos sociais para modificar seus comportamentos por meio de estratégias de enganação e de dissimulação. No entanto, não é útil confundir-la com a influência ou com a persuasão, que são fenômenos mais amplos que podem ter origem em procedimentos muito variados. George Simon (1996) busca definir manipulação na psicologia através do caráter e das atitudes do manipulador:

- \* Esconder intenções e comportamentos agressivos e ser afável.
- \* Conhecer as vulnerabilidades psicológicas da vítima para determinar quais táticas são mais eficazes.
- \* Ter um nível suficiente de crueldade para não ter escrúpulos e causar danos à vítima, se necessário.

Já o psicólogo Harriet B. Braiker (2004) identificou as seguintes formas usadas pelos manipuladores para obter controle sobre suas vítimas:

*Reforço positivo*: inclui o elogio, charme superficial, simpatia superficial (lágrimas de crocodilo), desculpas excessivas, dinheiro, aprovação, presentes, atenção, expressões faciais como risadas ou risos forçados em busca de reconhecimento público.

*Reforço negativo*: envolve prevenir a pessoa de uma situação negativa como forma de recompensa, por ex. “Você não terá que fazer sua lição de casa se me permitir fazer isso com você.”

*Reforço intermitente ou parcial*: Reforço negativo parcial ou intermitente pode criar um efetivo clima de medo e dúvida. O reforço positivo parcial ou intermitente pode encorajar a vítima a persistir - por exemplo, na maioria das formas de jogo, o apostador provavelmente vencerá de vez em quando, mas ainda assim perderá dinheiro em geral.

*Punição*: inclui tagarelar, gritar, ficar em silêncio, intimidação, ameaças, palavrões, chantagem emocional, fazer sentir culpa, mau humor, choro e se fazer de vítima.

*Aprendizado traumático em um ensaio*: uso de abuso verbal, raiva explosiva ou outro comportamento intimidador para estabelecer dominância ou superioridade; mesmo um incidente de tal comportamento pode condicionar ou treinar as vítimas para evitar perturbar, confrontar ou contradizer o manipulador.

Esconder intenções, conhecer as vulnerabilidades da vítima, ser cruel e não ter escrúpulos são aspectos que ressaltam a personalidade da pessoa manipuladora, o que leva a uma definição extradiscursiva da manipulação, ou seja, psicológica. Por outro lado, compreender a complexidade da manipulação exige uma abordagem interdisciplinar e os estudos da psicologia nos permitem compreender melhor o sujeito a subjetividade envolvida na manipulação. Se a manipulação pode ser exercida pela linguagem, uma simples descrição de atos de fala manipulatórios não será suficiente, pois ela passa pela intencionalidade e pelas razões de um sujeito manipulador que busca exercer influência sobre o outro e atingir seus objetivos. Passa também pelas condições situacionais, pois as formas e possibilidades de manipulação se alteram de situação em situação.

A definição psicológica da manipulação favorece uma teoria da subjetividade, ela permite pensar nas diferentes dimensões da subjetividade manipuladora: o sujeito social – que manipula para desenvolver visadas sociais sobre grupos sociais; o sujeito enunciador primário – que manipula hierarquizando vozes e pontos de vista favoráveis aos efeitos pragmáticos que deseja ver realizados no dialogismo interno-textual. E tanto o sujeito social quanto o sujeito enunciador primário se confrontam com uma ética – deontológica, social, moral, no caso do sujeito social; enunciativa, no caso do sujeito enunciador primário.

### 3. MANIPULAÇÃO E INFLUÊNCIA

Manipulação e influência andam juntas, mas elas não são equivalentes. Manipular é sempre, de algum modo, influenciar. Mas nem sempre influenciar é manipular. A influência é um princípio de base de toda comunicação (Charaudeau, 2015), pois os indivíduos em seus processos de interação comunicativa sempre buscam agir uns sobre os outros de alguma forma. Porém, isso não significa, necessariamente, manipular. Sorrir para alguém ao lhe dar bom dia pode influenciar a sua simpatia por mim, mas se trata de uma convenção social, um rito de interação, não de uma manipulação. O interlocutor está tão ciente dos ritos de interação como eu. Narrar a vida dos santos como sendo virtuosa para edificar a fé e as virtudes nos fiéis é um propósito das hagiografias medievais,<sup>3</sup> mas até que ponto isso diz respeito à manipulação da fé?

Se a influência é um princípio de base de toda comunicação, a manipulação pode ter uma compreensão ampla – tudo é manipulação – ou restrita – ela ocorre segundo certos critérios. Uma definição ampla demais colocaria todos nós como manipuladores e a própria linguagem como constitutivamente manipuladora, nos levando, mais uma vez, para uma concepção anti-humanista. Concepções anti-humanistas, associadas com um pessimismo filosófico, não são raras nas ciências humanas (nem na AD!), mas em geral não conseguem explicar os mecanismos que

3 Ver Emediato, W. (2016).

postulam como constitutivos (a ideologia em geral e seu poder de assujeitamento, a manipulação total, a maldade humana, etc.) pelo grau de generalidade que implicam.

Os processos de influência e persuasão podem ter origem em procedimentos racionais voltados para a compreensão, para a tomada de decisão e a resolução de problemas, sem passar, igualmente, pela manipulação do outro. Se nos processos comunicativos a influência é um princípio de base geral, a persuasão é, de modo mais específico, o resultado de atos discursivos orientados para a transformação da ação e da vontade, a incitação à ação, a compreensão e a decisão. A manipulação passa necessariamente pela ação de influência e pela persuasão, mas sua definição passa, com frequência, pelas ideias de enganação e dissimulação, de negação da verdade, de indução de sentimentos e de apelos emocionais ou relacionados a crenças.

Em seu livro mais recente, *A manipulação da verdade*, Charaudeau (2022), problematiza a manipulação, definindo-a no âmbito das relações com a verdade. Para ele, existiriam três condições para uma descrição dos atos de fala manipulatórios: a) saber quais são as possíveis relações do sujeito com a verdade; b) saber como a verdade pode ser alterada em um ato de *negação*; c) saber de quais meios estratégicos o manipulador dispõe para *enganar* a outrem. A relação da manipulação com a desinformação e a verdade parecem constituir o eixo central da questão. Por outro lado, como Charaudeau (2022) ressalta, será necessário determinar o que são *as figuras de verdade* com as quais pode lidar o sujeito falante. E, se a manipulação da verdade passa por sua negação, será preciso, do mesmo modo, identificar e compreender as diferentes *figuras de negação*, como a *mentira*, a *denegação*, a *má-fé*, a *impostura* (Charaudeau, idem, p. 15). Como se pode notar, em todas as tentativas de definição da manipulação, os critérios éticos e morais são recorrentes.

Numa perspectiva diferente, Joule & Beauvois (2002) buscam mostrar que nem tudo na manipulação concerne às práticas astutas de “indivíduos pouco frequentáveis”, como advogados pilantras, políticos sem escrúpulos, vendedores desonestos e outros trapaceiros. Eles apresentam um conjunto de experimentos em que a manipulação estaria envolvida de alguma forma em práticas cotidianas e bem correntes. Em seu trabalho, eles avançam que há apenas duas formas eficazes de obter de alguém que ele faça algo que se deseja que ele faça: o exercício do poder (ou das relações de força) e a manipulação. Para as pessoas que não têm ao seu dispor o poder para fazer o outro agir como se quer, restaria a manipulação. A manipulação não seria, para esses autores, o equivalente de uma argumentação, pois a argumentação exigiria competências mais elaboradas que muitas pessoas não possuem. Argumentar consistiria em uma arte difícil e elitista, ou seja, privilégio de certas posições sociais.

O que fazer então, senão manipular? A manipulação resta, com efeito, o último recurso de que dispõem aqueles que são desprovidos de poder ou de meio de pressão. Ela apresenta, além disso, a vantagem de não aparecer como tal, o outro tendo o sentimento de ter agido livremente sobre a base de suas próprias ideias ou de seus valores... (Joule & Beauvois, 2002, p.16).

Abrindo uma perspectiva menos crítica e mais descritiva dos processos ordinários de manipulação, esses autores oferecem aos seus leitores um tratado sobre os mecanismos envolvidos nas práticas de manipulação, podendo interessar aos que desejam utilizá-los para atingir seus fins (os pragmáticos), mas também aos que desejam se defender dessas estratégias por considerar que há formas mais éticas de obter o que se deseja, como fazer o outro refletir, pensar e descobrir por eles



mesmos as decisões a tomar (os humanistas).

#### 4. MANIPULAÇÃO, MENTIRAS E FALÁCIAS

A manipulação é, com frequência, colocada fora do campo da argumentação. A justificativa para isso está na relação que a argumentação continua mantendo com a questão da verdade, enquanto a manipulação se fundaria mais propriamente na mentira ou na enganação. Ainda que a imposição de um esquema de verdade, na argumentação, possa passar por estratégias de provação e de justificação questionáveis e não totalmente válidas sob o ponto de vista lógico, a manipulação sairia do campo da argumentação *stricto sensu* por sua natureza enganosa e mais vocacionada para a mentira, a omissão, a dissimulação ou via procedimentos afetivos ou mesmo proxêmicos e táteis, como o olhar e o toque.<sup>4</sup> No entanto, o problema das falácias intencionais<sup>5</sup> se situa bem no campo da argumentação retórica, diferentemente da manipulação. Um conjunto de falácias poderia situar-se no campo da manipulação, como os ataques *ad hominem* pejorativos, a inversão do ônus da prova, a petição de princípio, a falácia da bola de neve, entre outras, como falácias *ad metum* (apelo ao medo), *ad novarum* (apelo à novidade), *ad antiquitatem* (apelo à antiguidade ou à tradição), *ad lazarum* (apelo à pobreza), *ad populum* (apelo ao povo), *ad baculum* (apelo à força), *ignoratio elenchi* (conclusão irrelevante), *ad ignorantiam* (apelo à ignorância), etc. Como se pode notar, é tão difícil integrar a manipulação à argumentação quanto expulsá-la do seu campo.

A mentira e o mascaramento das intenções fazem, em todos os casos, deslizar da argumentação para a manipulação. O discurso manipulador é fundamentalmente enganação e mentira (Plantin, 2016, p. 373). De que tipo de mentira estamos falando, já que uma argumentação falaciosa também pode ser enganadora? E cabe, aqui, uma questão: manipulação argumentativa e falácia argumentativa são a mesma coisa? Se há, sem dúvida, uma aproximação entre os dois sentidos, precisamos interrogar alguns tipos de falácias argumentativas mais próximas do conceito de manipulação e distingui-las, por exemplo, dos paralogismos, ou seja, dos eventuais erros ou problemas de validação das argumentações que não são necessariamente falácias intencionais com objetivos de manipular o outro, ainda que possam gerar os mesmos resultados. Esse tipo de definição permitiu, nos estudos sobre argumentação, dissociar o conceito de falácia intencional de paralogismo, atribuindo a esse último termo uma certa nobreza ética que o primeiro não tem. O paralogismo seria um erro de raciocínio, algo que pode ocorrer com qualquer um. Já a falácia seria intencional, o sujeito argumentante

---

4 Joule & Beauvois, por exemplo, mostram, no rol de suas pesquisas, os efeitos comportamentais do toque sobre a criação de disposições favoráveis para a ação. Segundo os autores, o efeito do toque é demonstrado sobre o plano avaliativo, motivacional, relacional e mesmo fisiológico. Contrariamente ao senso comum, pesquisas demonstram que a ação de tocar uma pessoa em determinado contexto pode produzir disposições favoráveis: afetam favoravelmente os julgamentos estéticos, conduz os clientes a achar a loja mais agradável, leva os passageiros de um avião a avaliar mais positivamente a tripulação, induz um paciente a ter mais confiança em seu terapeuta, reduz o estresse dos pacientes antes de uma intervenção cirúrgica, melhora o desempenho escolar dos alunos. Joule & Beauvois, 2002, pp. 139-157.

5 Vale notar que, na perspectiva normativa da argumentação (van Eemeren & Grootendorst, 2004 e outros) as falácias constituem violações das regras pragmatodialéticas da argumentação e da discussão heurística, podendo, assim, ser consideradas como próximas à noção da manipulação argumentativa.

tem consciência de que a prática – ou pelo menos sabe que sua razão não é absoluta e que sua intenção se sobrepõe à ética.

Plantin (2016) apresenta quatro tipos de mentira manipuladora que comentaremos a seguir:

- *a mentira referencial: apresentar como verdadeiras informações que são falsas ou afirmar um objetivo que não é o verdadeiro objetivo;*

A mentira referencial, tal como a define Plantin, coloca o sujeito manipulador diante de uma manipulação de premissas com o objetivo de induzir o manipulado a concluir a partir de premissas falsas. Os fundamentos da lógica nos explicam que uma conclusão não pode ser verdadeira se ela partir de premissas falsas, ou seja, o valor de verdade de uma conclusão é necessariamente ligado ao valor de verdade de suas premissas. Nesse caso, apresentar premissas falsas como sendo verdadeiras é uma manipulação da conclusão. Um primeiro comentário é que uma tal definição nos força a incluir a manipulação em um amplo espectro de discursos que se baseiam em premissas falsas ou não totalmente verdadeiras. Por exemplo, quando o liberalismo defende que “o sistema de preços constitui elemento fundamental da prosperidade das nações”, há uma grande chance de que se trate de uma manipulação (ideológica), pois a premissa não é totalmente verdadeira. A relação de causa e efeito entre um sistema de preços livre e a prosperidade das nações não é universalmente atestado nem aceito. A prosperidade pode se dar por outros fatores, tais como a liberdade, a democracia, o trabalho, a existência de riquezas, etc. Do mesmo modo, e permanecendo no espaço das ideologias, quando o marxismo defende que “a expropriação da propriedade privada e das riquezas consiste a devolver ao povo trabalhador o que lhe fora expropriado através da exploração de sua força de trabalho”, seria igualmente manipulador, pois as premissas são apresentadas como verdadeiras, a partir de afirmações de evidência – ou de petições de princípio ideológicas – quando não há uma prova cabal da verdade dessas premissas. Aliás, a realidade concreta e histórica tende a desmentir as pseudo-evidências ideológicas. Se formos para o campo religioso em que as conclusões a respeito da nossa origem divina e da *gênesis* do universo participam de uma construção discursiva e narrativa, mas não fundada no real e, inclusive, em choque constante com as evidências científicas, também poderíamos dizer que as premissas nas quais se baseiam não são necessariamente verdadeiras, mas dogmáticas. Jonathan Swift (2006),<sup>6</sup> postula que *as ideologias são mentiras que acreditam em si mesmas*. Poderíamos incluí-las na definição de discurso manipulador, correndo o risco de sermos acusados de heresia e blasfêmia? Os exemplos citados acima de discursos ideológicos e religiosos incorrem em petições de princípio, sendo esta falácia definida como uma argumentação cuja conclusão é apresentada como verdadeira pelo simples fato de apresentar-se como verdadeira, ausentando-se do ônus da prova do que é afirmado. Não sem razão, a petição de princípio se encontra na lista de falácias mais impressionantes ... e manipuladoras!

Mas falemos de manipulações por mentiras referenciais mais ordinárias e que circulam com bastante frequência:

---

6 - Traduzido e comentado por Jean-Jacques Courtine, cuja tradução em português foi publicada pela Pontes Editores em 2006, com um prefácio intitulado “O mentir verdadeiro”.



- \* *as fake news*: uma informação falsa que se apresenta como verdadeira, servindo-se, habitualmente, da *genericidade* do discurso da informação jornalística. A fake news busca fazer crer como verdadeira uma informação pretensamente falsa, com o objetivo de levar o manipulado a agir numa certa direção que o manipulador deseja. O objetivo pode ser de levar pessoas a não se vacinar, atribuindo à vacina uma origem criminosa pelos laboratórios ou, como no caso da covid-19, uma conspiração mundial de humanos com extraterrestres para o controle genético da população.
- \* *propaganda política*: a propaganda política é um espaço constantemente acusado de manipulador. A manipulação política não se limita à mentira referencial, mas ela está certamente presente na propaganda política, a começar pelos ataques *ad hominem* pejorativos lançados aos adversários. A falácia *ad hominem* do homem de palha (falácia do espantalho) é o melhor exemplo, já que, em geral, se trata de mentir (ou exagerar) sobre o adversário, atribuindo-lhe defeitos e vícios diversos, sem provas.<sup>7</sup> A autoatribuição, pelo homem político, de virtudes que ele decididamente não possui (e sabe disso) também é um bom exemplo. Autoatribuir-se um ethos positivo, honesto, justo e solidário quando se é o contrário de tudo isso é mentir sobre si mesmo. O homem providencial, o salvador da pátria, o messias que levará o povo a cruzar o mar vermelho, o líder! Se esse mentir é um mentir-verdadeiro que se baseia nos ideais éticos de um cidadão (manipulado),<sup>8</sup> então é uma manipulação.
- \* *publicidades*: a publicidade é um discurso manipulador por excelência, pois amplifica as qualidades e virtudes de um produto, tornadas quase mágicas, e constrói um universo fantasioso cujo objetivo é seduzir o consumidor a comprar. A mentira referencial é parte constitutiva desse universo fantasioso publicitário: um urso polar radiante de felicidade tomando Coca-cola no polo norte; uma linda, sensual e erótica mulher saindo da espuma de uma cerveja gelada numa praia idílica; um volume delirante de cabelos sedosos sendo produzido pelo efeito químico e ao mesmo tempo ecológico e científico de um shampoo miraculoso; um veículo automotivo que dará poder ao seu comprador ou o levará a um outro planeta tamanha é a potência de seu motor e de sua tecnologia; uma pílula da felicidade que num piscar de olhos levará a sua depressão para um passado remoto e distante, ou uma imagem de hambúrguer bem maior, suculento e vistoso que o que lhe será servido de fato em um *fast food*. Pela ingenuidade aparente desse jogo fantasioso que a publicidade traz, teoricamente com o reconhecimento dos consumidores desse “jogo discursivo”, a publicidade é certamente um dos gêneros discursivos mais manipuladores: suas mentiras referenciais se fundam em imaginários e ao mesmo tempo os instituem (a viagem dos sonhos, a aposentadoria tão sonhada, a roupa mais branca, o poder e o status de um carro novo, as essências da beleza, a vida em Alphaville, etc.).

---

7 Vale ressaltar que nem todo argumento *ad hominem* é falacioso e pejorativo. Os *ad hominem tu quoque*, focados sobre contradições assertivas, deonticas ou praxeológicas do oponente são atos de retorsão argumentativa válidos, desde que a contradição seja fundamentada. Até mesmo os *ad hominem* pejorativos podem não ser falaciosos, nos casos em que o ataque à reputação do oponente seja fundamentada em provas de sua má reputação e que a má reputação seja pertinente com a questão argumentativa.

8 Como as mentiras desejáveis citadas por Jonhatan Swift em *A arte da mentira política*.

- *a mentira das construções discursivas: apresentar como sendo inelutáveis encadeamentos que não o são;*

A argumentação sobre consequência manipulatória pode tomar várias formas, como a consequência que não decorre necessariamente, sendo apenas provável ou possível, às falácias da bola de neve/ladeira escorregadia ou da fatalidade.

- *a mentira sobre a identidade do locutor: apresentar-se como tendo uma identidade que não se tem;*

Apresentar-se como não sendo o que se é é um terreno vasto de exploração da manipulação. Há que se diferenciar a mentira sobre a identidade pessoal (apresentar-se como sendo o João, tendo outro nome), sobre o estatuto profissional (apresentar-se como sendo médico, não possuindo formação; como sendo especialista em um assunto sem ser...); ou sobre a identidade de virtude (apresentar-se como sendo gentil, sem o ser, como sendo honesto, como sendo corajoso, como sendo justo, como sendo solidário, como sendo íntegro etc.).

- *a mentira emocional: apresentar ao outro falsas representações emocionais. Apresentar-se como estando feliz, triste, deprimido, ou animado, estimulado, como tendo vontades e desejos, sem os ter.*

A manipulação, como propõe Plantin, pode ser sobre um objeto ou sobre um ser. Em geral, como dito acima, nos interessamos pela manipulação exercida por um ser humano sobre outro humano ou um conjunto de humanos. Mas ela pode também ter como origem um objeto (o objeto manipula um ser, humanos ou não humanos, como um osso de resina pode manipular um cachorro, ou um veículo automotivo pode manipular uma pessoa);<sup>9</sup> um sistema eletrônico (como as *afordâncias* das redes sociais e dos aplicativos manipulam – no sentido de que modelam, modelizam e modalizam - as ações dos usuários).

## 5. MANIPULAÇÃO NOS DISCURSOS SOCIAIS: FORMAS E POSSIBILIDADES

Vou me referir rapidamente a alguns procedimentos discursivos que remetem à manipulação em alguns discursos sociais que, não raramente, já são acusados de manipuladores: as mídias, a política e o domínio jurídico. Vou me limitar a esses três tipos discursivos, apontando potenciais formas de exercício da manipulação.

---

<sup>9</sup> Motoristas de automóveis alteram suas disposições ao dirigir pelo efeito dos dispositivos do veículo (embreagem ou câmbio automático, potência do veículo, tecnologias *off road*, sistemas elétricos e eletrônicos, painéis e sistemas multimídia, etc.) e por questões ambientais relacionadas ao trânsito. O comportamento humano se altera ao dirigir um automóvel, cuja experiência com o mundo é bem diferente da experiência de caminhar a pé dentro da cidade. A máquina afeta, inclusive, a autoestima humana, bem como a sua agressividade. Este é um problema que vai além da psicologia do trânsito e que merece uma abordagem multidisciplinar. Sobre psicologia no trânsito, ver Carla Giovana Dagostin, *Psicologia do trânsito*, Palhoça: Unisul, 2013. Acessível eletronicamente em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/21910/1/fulltext.pdf>

## 5.1. Manipulação nas mídias

Muito se fala de manipulação da informação pelas mídias. Em AD, há uma clara descrença no papel das mídias de informação. Em geral, os trabalhos suspeitam das relações das mídias com o capitalismo liberal, com os políticos e com o poder. O título de “quarto poder” atribuído às mídias não é um elogio, faz parte desse ceticismo em relação ao seu papel nas democracias. No entanto, as mídias de informação devem servir à democracia e foram instituídas como uma comunicação cidadã, ou seja, voltada para a problematização das questões de sociedade e vinculada a uma ética cidadã (Emediato, 2010, 2013). As mídias funcionam dentro de um duplo contrato, de informação e de captação (Charaudeau, 2015) e devem obedecer ao princípio de credibilidade e de autenticação da informação, através de fontes evidenciais e de compromisso com a pluralidade de pontos de vista e com a deontologia jornalística. A manipulação da informação coloca em risco o contrato de informação e a credibilidade. O contrato de captação, pelo qual a mídia busca desenvolver estratégias de dramatização e atencionais, de forma a captar o interesse e a atenção do leitorado, não pode, contudo, colocar em risco a credibilidade. Se as mídias manipulam, de alguma forma, a informação, quais procedimentos seriam utilizados para tal finalidade? Vou apresentar aqui algumas possibilidades:

### - *Pela omissão e controle de informações;*

A omissão intencional de informações é uma forma possível de manipulação midiática que fere o princípio de credibilidade do jornalismo. A credibilidade jornalística exige que as informações relevantes e de qualidade sejam fornecidas ao leitor para que este possa formar os seus juízos da forma mais transparente e completa possível. Assim, omitir informações é uma forma de controlar a formação de juízos e orientar a interpretação do contexto social de modo a favorecer certas teses em detrimento de outras. A manipulação pode ocorrer, neste âmbito, pelas pesquisas de opinião. Como ressalta Charaudeau (2016), a pesquisa de opinião é um discurso, não é apenas uma descrição técnica e objetiva da opinião pública, pois elas podem formatar a opinião pública através dos tipos de pergunta elaborados, assim como sua sistematização estatística.

### - *Pela tematização e seleção de informações*

A tematização é um enquadramento que pode ser manipulador, já que circunscreve o espaço de pertinência e de relevância, delimitando e restringindo a discussão e o discutível. Em Emediato (2000), discute o problema das *unidades paradigmáticas* da informação jornalística e como elas se normalizaram ao longo da história do jornalismo, formando verdadeiros “domínios da informação”, como a política, a economia, a cultura, os fatos policiais e a violência (crimes, acidentes, catástrofes, mortes). No interior da tematização, há ainda o espaço da seleção de informações, que é natural no processo de fabricação e de tratamento da informação jornalística. A seleção concerne os princípios de saliência e de pertinência, mas traz impactos significativos sobre os efeitos contextuais da notícia e a delimitação da discussão. Trata-se de dar relevo a certas informações e perspectivas em detrimento de outras, por considerar que as escolhas de tratamento da notícia atendem à credibilidade e a qualidade da informação. A tematização deve atender ao discurso jornalístico e estar relacionada com o quadro de problematização próprio a esse discurso. Tratei desse problema da problematização ética em Emediato (2010), mostrando que a ética cidadã, figurada pelas mídias, orienta o tratamento da informação jornalística e as posições de leitura dos destinatários. A manipulação da

tematização e da seleção de informações operaria em um nível intencional e consiste em dar relevo a certos fatos em detrimento de outros de igual ou maior relevância. Assim, através do relevo, uma mídia pode iluminar certas facetas do real e do contexto social, político, econômico, cultural, produzindo a invisibilidade de outras facetas. A produção da invisibilidade é um problema imenso e toca diretamente a produção e o tratamento da informação pelas mídias. Apesar da produção da invisibilidade social não ser necessariamente intencional com fins de manipulação, o problema deve ser objeto de reflexão dos responsáveis pela produção da notícia, pois ele afeta o modo como a sociedade (não) vê e (não) percebe o mundo social. Como nota Le Blanc (2009, apud Rabatel, 2017), a visibilidade e a invisibilidade não são qualidades naturais, mas modos sociais de confirmação ou de infirmação das existências. Ser invisível é um efeito do desconhecimento de grupos cujas necessidades e direitos são ignorados (Rabatel, 2017) e a ausência desses “invisíveis” nas mídias produz efeitos relevantes no modo como interpretamos e julgamos o contexto político, econômico e social. A informação midiática está diretamente envolvida com essa problemática. É preciso considerar também a complexidade do sistema midiático que vai além da ação intencional de indivíduos jornalistas. Ainda que um jornalista possa manipular a informação ao redigir o seu texto, seja selecionando informações privilegiadas, seja enviesando análises e comentários apresentados com pretensão ao universal, de modo geral, o problema se situa mais propriamente no sistema midiático em si e em suas múltiplas correlações com interesses econômicos, políticos e culturais, o jornalista sendo constrangido ou cooptado pelo sistema.

#### *- Pela problematização*

A tematização da notícia jornalística é inseparável de sua problematização, podendo ela ser explícita, através de comentários e análises, ou implícita (pela construção da referência,<sup>10</sup> da denominação, da atribuição de processos acionais, de causalidades, de analogias, etc.). Assim, tematizar um acidente de trânsito ou de rodovias ou um crime problematiza a segurança pública e a necessidade de políticas públicas e de atitudes cidadãs; tematizar uma fala ou ação de um ator político problematiza a cena política, produz tensão e efeitos contextuais. A manipulação da problematização pode ocorrer por meio da orientação argumentativa dos temas tratados, de ilações apressadas sem a devida prova ou fundamentação, de comentários enviesados ou que privilegiam perspectivas em detrimento de outras. Enfim, a manipulação da problematização está diretamente relacionada com a prática do comentário jornalístico, merecendo, assim, uma reflexão ética e deontológica por parte dos jornalistas sobre tais procedimentos e sua influência na opinião pública, em processos judiciais em andamento, em processos eleitorais, em investimentos e processos econômicos, etc.

#### *- Pela manipulação de pontos de vista e da gestão do dialogismo*

Trata-se do modo como as mídias gerem o dialogismo interno nas matérias jornalísticas, podendo manipular os pontos de vista que são trazidos (ou não) para a notícia, assim como as posturas

---

10 Todos os procedimentos que servem à construção do ponto de vista: uma denominação genérica pode ser um enquadramento manipulador (Emediato, 2004, 2010, 2022), o uso de verbos (de ação, aspectuais, causais, que qualificam e dão uma orientação argumentativa indireta aos enunciados), de operadores argumentativos, etc.

enunciativas e a hierarquização das vozes integradas à notícia. No nível do dialogismo interno, a manipulação midiática pode ocorrer através de diferentes procedimentos, tais como:

*- A hierarquização de vozes e de pontos de vista (PDV)*

O jornalista<sup>11</sup> pode manipular a informação hierarquizando as vozes de locutores/enunciadores, dando destaque e superioridade a certos locutores em detrimento de outros, fazendo com que tais pontos de vista sejam mais verdadeiros que outros. A título de exemplo, coberturas de violência em favelas e áreas marginalizadas têm, com frequência, hierarquizado as vozes dando primazia às autoridades (secretário de segurança pública, prefeito, governador, agentes da polícia) em detrimento das vozes de moradores dessas comunidades. Como as autoridades são responsáveis pela gestão dos problemas das cidades, seus pontos de vista são, em geral, enviesados pela necessidade de justificação e de desresponsabilização. Com isso, o leitor de jornal ou espectador de telejornais leem e interpretam os acontecimentos orientados mais pela perspectiva desses locutores autorizados do que por outras que poderiam confrontá-la. Outro exemplo está na cobertura da política (local, regional ou nacional): dar mais voz aos partidos majoritários e as vozes que representam o governo, que ganham assim, mais relevo e capital, que aos partidos minoritários e à oposição. A normalização dessa prática é justificada muitas vezes pela representatividade dos grupos políticos, mas acaba normalizando a invisibilidade de outros grupos por serem minoritários. Um terceiro exemplo está na proeminência dada pela mídia em geral ao “mercado”, colocado como um sobrenunciador validado para todas as questões relacionadas às políticas econômicas. O mercado é um enunciador (que não é locutor, pois ninguém o identifica no mundo) que, aos olhos de grande parte da mídia, é apresentado como sendo fator crucial para elaboração de políticas econômicas, mais relevante que um presidente eleito ou um ministro da economia. As políticas devem atender ao mercado, mas o mercado não fala, nem tem corpo físico.

*- Pelo silenciamento e a invisibilização de vozes e PDVs*

O silenciamento e a invisibilização de vozes e PDVs já é um efeito da hierarquização do dialogismo. Mas aqui se trata, mais propriamente, de tornar invisíveis indivíduos e grupos sociais que só ganham alguma visibilidade quando representados por vozes autorizadas. Em geral, eles não falam, *são falados*. Pobres, moradores de rua, favelados, mulheres, trabalhadores rurais e de setores da indústria e da construção civil, empregadas domésticas, cuidadoras de idosos, drogados e traficantes de drogas são exemplos de grupos sociais invisíveis. A manipulação aqui ocorre por efeito do próprio sistema de produção da informação, que não contempla tais grupos senão quando se trata de construir uma matéria bastante especializada. Apesar de fazerem parte do dia a dia das cidades e da vida social, esses grupos não têm voz ou tem um espaço de vocalidade bastante reduzido. Daí a necessidade de a classe jornalística refletir sobre o sistema que integram enquanto

---

11 Ao me referir ao jornalista, ressalto, mais uma vez, que não quero significar com isso que são ações individuais de um profissional que decide manipular a informação. O jornalista atua dentro de um sistema que está acima dele, sua autonomia é relativa e muitas vezes ele se submete às regras de funcionamento desse sistema sem criticá-lo, de forma não totalmente consciente. A práxis jornalística vai se normalizando a tal ponto que a reflexão crítica sobre a prática se deteriora e com isso a própria autonomia da profissão.

profissionais. Um sistema que, ao se tornar uma indústria de produção da informação, passou a normalizar, sem a devida reflexão, a invisibilidade como uma de suas práticas.<sup>12</sup>

*- Pelas posturas enunciativas assumidas*

Das três posturas enunciativas propostas por Rabatel (2017) – *coenunicação*, *subreenunicação* e *subenunicação* - todas podem servir a manipulação da informação, mas é a de *sobrereenunicação* a mais notável.

a) Em postura de *sobreenunciador*:

A *sobrereenunicação* consiste em apresentar o ponto de vista de um locutor/enunciador como se sobrepondo aos demais, o que o coloca no topo da hierarquização enunciativa como um argumento de autoridade. A manipulação pode ocorrer quando o jornalista se coloca ele mesmo como *sobreenunciador*, colocando-se como a palavra final sobre um assunto controverso. Isso ocorre com os âncoras que apresentam telejornais e comentam um assunto polêmico no final da matéria, expressando um ponto de vista com pretensão à verdade objetiva e universal sobre o assunto. A manipulação consiste justamente em colocar-se como *sobreenunciador*, portanto, superior aos demais, dando a palavra final sobre um assunto que possui vários ângulos.

b) Em postura de *subenunciador*:

- manipular a notícia em postura de *subenunciador* é quando o jornalista se coloca por detrás de um *sobreenunciador*, ou seja, ele alça um locutor/enunciador (comentarista, expert, um político, um economista) em postura de *sobreenunciador*, submetendo-se, estrategicamente, ao seu ponto de vista e apresentando-o como aquele que traz a verdade sobre assunto controverso.

c) Em postura de *coenunciador*:

- manipular em postura de *coenunciador* é apresentar concordância com o ponto de vista de um locutor/enunciador em detrimento de outros locutores/enunciadores que possuem outros pontos de vista sobre assunto controverso. Isso pode ocorrer sutilmente ou de forma aberta, quando se sabe que o jornalista muda de opinião de acordo com a empresa/rede de comunicação que o contrata.

*- Pela imputação argumentativa de pontos de vista*

Uma parte importante do trabalho do jornalista na construção da informação passa pelo discurso relatado, ou seja, trazer para a notícia dizeres de terceiros, autoridades, atores políticos, especialistas, etc. A imputação enunciativa de pontos de vista é uma parte integrante desse processo e recebe, não raramente, críticas daqueles a quem foram imputados pontos de vista diversos. É difícil para

---

<sup>12</sup> Ver sobre esse tema o capítulo 8, *Análise do discurso e desigualdades sociais: da empatia pelos invisíveis ao engajamento pelo comum* (tradução minha), publicado no livro de Rabatel (2017), *Pour une lecture linguistique et critique des médias*.



um ator social, um político por exemplo, negar ter dito algo que foi reproduzido por um jornalista através do discurso relatado citado. Especialmente quando há gravações e testemunhas de uma fala pública. Com a internet, a palavra política circula e fica registrada nas redes e plataformas. No entanto, o jornalista pode imputar pontos de vista a terceiros com o objetivo de tirar proveito desse ponto de vista, ou seja, desenvolver por detrás de uma fala de terceiro uma determinada visada argumentativa. Isso ocorre especialmente quando a fala de uma terceira pessoa é trazida na forma de discursos narrativizados, correspondendo mais a uma interpretação do jornalista sobre o dizer de origem do que às palavras efetivamente ditas. Diferentemente do discurso direto citado, o discurso narrativizado é uma paráfrase interpretativa que pode favorecer mais às teses do jornalista do que representar o discurso original e suas intenções primárias. Assim, nem toda imputação enunciativa é informativa. A manipulação por imputação pode ocorrer, portanto, quando se amplia o alcance da fala de um terceiro, tirando consequências e sentidos para além do que a pessoa admitiria ou do que seria razoável concluir; pode ocorrer também pela recontextualização da fala e sua re colocação em outro contexto diferente do original e que interessa à visada argumentativa do jornalista e, ao mesmo tempo, trazendo prejuízos diversos ao locutor/enunciador original (implicá-lo politicamente ou mesmo juridicamente, comprometer a sua imagem pública, etc.).

## 5.2. A MANIPULAÇÃO POLÍTICA

A manipulação política é talvez um dos temas mais discutidos nos estudos do discurso e da retórica. Embora a política, como a entendemos, tenha a sua origem na queda dos regimes tirânicos na antiga Grécia, definida positivamente como a busca do bem comum, do bem viver, da autonomia do cidadão e dos direitos, sua reputação degenerou bastante de lá para cá, especialmente na atualidade. A crise atual das democracias – e a emergência de extremistas, neofascistas e populistas – decorre, em grande parte, da suspeição sobre os atores políticos, sua real representatividade, seus reais interesses e caráter. A degenerescência da política é uma consequência da representação imaginária de que políticos são pessoas manipuladoras e sem escrúpulos, devotados ao poder e ao enriquecimento ilícito. Essa descrença é um mal para as democracias, mas é também um alerta. Afinal, quais são os tipos potenciais de manipulação política?

Ela pode ocorrer por:

- *Pela mentira sobre a identidade*

O político aparenta (por seu discurso) ser o que não é. Essa manipulação de sua identidade pode ocorrer no plano de *virtude* (apresenta-se honesto, sem ser); no plano *axiológico* (apresenta-se defensor de uma posição ideológica, sem na verdade engajar-se nela, ao contrário); no plano de suas *reais intenções* (apresenta-se como tendo vontade de realizar ações quando, ao contrário, é um obstáculo à sua realização).

- *Pelas mentiras e apelos emocionais*

O político apresenta ao eleitor representações emocionais falsas de si mesmo ou apela para emoções (ódio, medo, indignação) com objetivo de ganhar votos, parecer ter certos sentimentos valorizados pelo eleitor, ou para destruir um oponente (pela incitação ao ódio).

### - *Pela propaganda política*

A propaganda política será manipuladora se divulga ações, obras e feitos de maneira amplificada ou distorcida; divulga intenções falsas e missões que não quer ou não pode cumprir; exacerba valores, amplifica poderes, distorce a realidade, etc. Vale distinguir dois tipos de propaganda: a *propaganda oficial de governo* e a *propaganda política-partidária* eleitoral.

A propaganda oficial de governo será manipuladora quando ela gasta recursos públicos orçamentários para, de maneira indireta, fazer propaganda político-partidária. Por exemplo, propagandas oficiais que divulgam obras realizadas colocando o governo como um benfeitor da sociedade, enquanto a realização de obras faz parte das atribuições da gestão administrativa governamental. Mandar confeccionar e distribuir painéis (outdoors) pelas cidades exacerbando a bondade governamental, sua eficiência, e ainda, como é bastante comum no Brasil, inserindo imagens do povo sorridente, agradecendo o governo pela obra realizada, é uma manipulação.<sup>13</sup> O uso de recursos públicos para propaganda oficial de governo só não será manipuladora quando ela atende de fato o interesse público, como campanhas de vacinação e de prevenção, além de outras informações relevantes para o cidadão. O Brasil é, aliás, um dos países que mais gasta em propaganda oficial de governo, pois investe volumes vultosos de recursos públicos, em todas as esferas governamentais, para propaganda político-partidária disfarçada de propaganda de interesse público. Não há interesse público em pagar agências de comunicação para fazer publicidade de obras realizadas com imagens artificiais de felicidade social, contendo crianças, mulheres, imagens de famílias sorridentes, incluindo, ainda, manipulação de imagens da própria obra, otimizadas e embelezadas pelo marketing governamental. Aliás, essa matriz de propaganda política é a mesma utilizada pelos laboratórios de propaganda nazista, cujo objetivo era de amplificar a potência do partido nazista e de seu líder, com imagens edificantes e espetaculares de massas sorridentes e quase hipnotizadas ao saudar o líder. Os cidadãos brasileiros, os políticos e as instituições precisam refletir sobre tais procedimentos de propaganda oficial de governo e o seu custo exorbitante. Na maioria das democracias liberais, essa prática não é tolerada.

Já a propaganda político-partidária é manipuladora pela própria natureza publicitária das peças de comunicação. Ela mistura comunicação cidadã com propaganda manipuladora. A comunicação cidadã é de interesse público, como a apresentação dos representantes e líderes do partido, suas falas, críticas e propostas – o que é legítimo na democracia representativa –, mas a manipulação ocorre na exacerbação de valores, de questões morais e de costumes, de críticas ad hominem exageradas aos oponentes, aos apelos emocionais e a todos os aspectos que dizem respeito ao populismo e à demagogia política. Grande parte da propaganda político-partidária não é propositiva, ou seja, não apresenta propostas concretas de gestão e resolução de problemas das cidades e dos cidadãos. Ela se limita a explorar os aspectos publicitários correntes, como apresentar-se simpático, compromissado com o povo, exagerando os aspectos relacionados ao ethos (a imagem positiva e às vezes messiânica dos políticos) e ao páthos (as emoções dos eleitores). A parte racional (o logos) é esvaziada em proveito da matriz publicitária privilegiada pelas empresas de comunicação e marketing político.

---

13 Exemplo: *BH agradece ao Governo Federal pela realização de um sonho* (enunciado de Outdoor espalhado em Belo Horizonte, em várias versões, uma delas com uma mãe sorridente carregando uma criança no colo tendo, ao fundo, imagens editadas de um trecho duplicado da avenida Antônio Carlos. O suposto sonho seria a duplicação de uma avenida. A denominação genérica (BH, no sentido de população belorizontina) engaja todos os cidadãos da cidade no ato de agradecimento e no sonho.

A obra de Serge Tchakotine (1952)<sup>14</sup> desvelou vários mecanismos de manipulação política das massas, como as impulsões afetivas primárias incitadas pela propaganda política e ideológica: a agressividade, o interesse material imediato, a sexualidade, a busca por segurança, por ordem e os ideais normativos. O autor analisa as razões do sucesso da propaganda nazista e do fracasso das democracias, estendendo suas análises à propaganda soviética e aos confrontos ideológicos da guerra fria. Biologista, Tchakotine interage em seu livro com teorias behavioristas, como Pavlov, mas também com a psicanálise de Freud e Jung.

A manipulação política tem como objetivo conquistar a opinião pública e controlar a conformidade social e política. Charaudeau (2016) mostra como a manipulação política passa por vários mecanismos: pela exaltação de valores, pela exacerbação de crises (identitárias, econômicas, políticas, sociais), pela construção de bodes expiatórios responsáveis pelo cenário de caos criado, pela autopromoção do ator político como salvador da pátria, o que associa populismo e messianismo. A manipulação da opinião pública, para Charaudeau, passa ainda pelo carisma, pelo apelo aos sentimentos e a dramatização, pelo apelo ideológico, pela vitimização o povo e satanização dos culpados.

### 5.3. Manipulação jurídica

A manipulação no domínio jurídico é um grande problema para a organização da justiça como um todo, pois busca desequilibrar os processos e o direito das partes envolvidas em contendas jurídicas, ferindo a garantia à plena defesa. Alterar dados de processo para levar juiz ou perito a erro é crime. O Código Penal em seu artigo 347 descreve o delito de fraude processual, que consiste no ato de modificar intencionalmente dados de processo, com intuito de levar juiz ou perito a erro.

A manipulação jurídica pode ocorrer:

#### *- Pela manipulação de provas*

Esta é a mais grave e delicada forma de manipulação de um processo e para ela podem concorrer diferentes agentes (policiais, advogados, juízes e partes interessadas). A manipulação de provas processuais pode ocorrer de diversas formas, tais como: manipulação de testemunhas, impedindo-as de depor ou induzindo-as por meio de ameaças ou pela força; manipulação de indícios materiais, como modificar a cena de um crime; manipulação de provas documentais e materiais, como destruir documentos probatórios.

#### *- Pela manipulação do tempo processual*

A manipulação do tempo do processo é um dos tipos mais comuns de distorção, pois além de passar despercebida, a lentidão – ou a rapidez – de um processo pode ser sempre justificada por questões estruturais, como falta de pessoal, excesso de serviço, complexidade do processo ou, ao contrário, a necessidade de celeridade. No entanto, é pela via da manipulação do tempo processual que a impunidade pode se instalar, com processos expirados, testemunhas indisponíveis

---

14 Ver Tchakotine (1952).

e provas caducas. Segundo Marzagão,<sup>15</sup> “a inexistência de prazo efetivo para que ações sejam julgadas pode funcionar como poderosa ferramenta de manipulação das consequências e efeitos dos processos, sendo os exemplos mais recentes e proeminentes os que envolvem os julgamentos do ex-presidente da República”. Marzagão citou o caso do ex-presidente Lula, que ficou 500 dias presos em decorrência, entre outros fatores, do andamento temporal do processo até chegar a julgamento definitivo no STF. Segundo o autor, a inércia na apreciação dos pedidos formulados permitiu a manutenção, por anos, da prisão de aproximadamente 4,9 mil pessoas, bem como a manutenção da prisão provisória do ex-presidente da República, em contexto de forte polarização política. Marzagão se refere às duas ações declaratórias de constitucionalidade (as ADCs 43 e 44), proposta em 2016, para que fosse emitido pronunciamento definitivo sobre a questão se seria possível executar provisoriamente a pena imposta antes do trânsito em julgado da ação penal. As referidas ações só foram julgadas no final de 2019, após muita pressão e críticas à atuação da então presidente do STF, que simplesmente não via motivos para que as duas ADCs fossem colocadas em julgamento.

A manipulação do tempo processual é bastante ressentida nos processos envolvendo recursos financeiros trabalhistas, especialmente onde não há acordo entre as partes. Se o réu é o Estado, a situação piora ainda mais, chegando a décadas de protelação dos pagamentos através da sobreposição de recursos. Mesmo nos casos em que não há mais prazos para recursos do Estado, que é condenado a pagar os valores devidos, o Estado protela mais ainda através do sistema de precatórios, uma forma nada virtuosa de calote legalizado pelas instâncias jurídicas e legislativas.

#### *- Pela manipulação do lugar processual*

A manipulação do lugar processual é um tipo conhecido de estratégia que consiste em criar condições para que um processo seja julgado em determinado lugar que, em tese, beneficia uma das partes, o réu por exemplo. Isso ocorre por diferentes razões, mas a ideia básica é de que há, no lugar escolhido, condições que beneficiam a parte, como as convicções ideológicas de um juiz ou os valores e características de uma comunidade. Um caso exemplar foi o do primeiro julgamento de Doca Street, assassino de Ângela Diniz, que trabalhou para que seu julgamento fosse levado para uma cidade do interior do Rio de Janeiro, considerada conservadora, na esperança de que os fatores culturais o beneficiariam, o que de fato ocorreu. O então advogado de Doca Street, jurista reconhecido na época, fez eloquente defesa da legítima defesa da honra e da idoneidade do réu, além de outras teses que convenceram o júri local. A pena de dois anos, com direito a sursis, foi praticamente uma absolvição. Posteriormente, o Tribunal de Justiça do Estado do Rio anulou o julgamento, mandando Doca Street a novo júri. Neste segundo julgamento o réu foi condenado a 15 anos de prisão e a cumprir pena (3 em regime fechado, 2 em semiaberto e 10 em liberdade condicional).

#### *- Pela defesa interesseira de uma das partes*

A defesa interesseira de uma das partes pode ser uma manipulação do processo judicial quando se tratar de um juiz. Cabe ao advogado, claro, defender a parte contratante, mas cabe ao juiz garantir

---

15 Ver Marzagão (2023).

às duas partes equilíbrio e equidade no processo. Quando o juiz instrui uma das partes em detrimento de outra ele manipula o processo e desequilibra o direito de uma das partes. Essa foi, por exemplo, uma das acusações que recai sobre o ex-juiz Sérgio Moro, acusado de deliberadamente instruir e cooperar com os procuradores da operação lava-jato e dificultar a defesa dos réus.

## 6. MANIPULAÇÃO AUTODIALÓGICA: UM CASO DE CONTRADIÇÃO ASSERTIVA CONSIGO MESMO

Fecharei este texto com uma reflexão sobre manipulações de si mesmo e do outro, analisando um caso de autodiálogo, ou seja, quando um sujeito, locutor/enunciador primário, respondendo à crítica de um terceiro, trava um diálogo consigo mesmo (um eu-mesmo locutor-enunciador segundo), em um outro tempo e espaço. No autodiálogo, a manipulação pode ocorrer, por exemplo, quando o sujeito enunciador primário do presente, em autodiálogo com um outro de si mesmo em outro tempo e espaço, assume uma postura de sobre-enunciador dominando o outro de si mesmo e justificando um ponto de vista atual, uma ação ou uma decisão. O PDV de L1/E1 é superior ao PDV de I2/e2, por questões de superioridade etária, como no exemplo:

Hoje, com mais experiência e maturidade, compreendo melhor a complexidade da política e da sociedade do que nos meus anos de juventude, em que o idealismo e o arroubo juvenil me levavam a um ponto de vista radical. Então, não é uma contradição que eu defenda hoje um ponto de vista diferente do que eu defendia na juventude.

No autodiálogo o enunciador do presente, adulto, justifica a superioridade de seu PDV pela experiência acumulada que levaria à maturidade, numa clara falácia *ad antiquitatem*. A manipulação enunciativa autodialógica serve aos objetivos pragmáticos do sujeito social, sem que seja necessário detalhar os critérios ou os passos através dos quais a experiência vivida levaria necessariamente a uma maturidade e que esta seria sinônimo de superioridade dos PDVs atuais sobre os PDVs da juventude. O argumento se baseia em uma petição de princípio que se sustenta num imaginário da tradição e num conjunto de lugares comuns que constroem imaginariamente o PDV: lugar comum da quantidade (mais anos vividos são melhores do que menos anos vividos); da ordem (os mais velhos – que chegaram primeiro – são superiores aos mais jovens – que chegaram depois); o lugar da essência (o ideal de homem sábio, a *prudentia*, a *phronesis*, adquirida com o tempo). A manipulação consiste em justificar ações, decisões e opiniões do presente contraditórias com as opiniões do passado (esqueçam tudo o que eu falei, fiz ou escrevi), num procedimento de autoenganação e de enganação dos outros interessados nessa retorsão argumentativa (argumento *tu quoque* de contradição assertiva, deôntica ou praxeológica). Criticado por ter posições atuais contraditórias a posições assumidas no passado, o locutor do presente justifica autodiologicamente, apresentando aspectos do eu do passado que justificariam as posições assumidas anteriormente, diferentes do contexto atual que justificaria as posições assumidas atualmente.<sup>16</sup>

---

16 Exemplos: FHC, quando eleito presidente da república, pediu para que esquecessem o que havia escrito até então (como sociólogo). O mesmo ocorre com as posições de Lula-metalúrgico e sindicalista com as posições de Lula-Presidente.

## CONCLUSÃO

Os exemplos tratados neste texto estão longe de esgotar o campo vasto de atos manipuladores. Busquei problematizar o tema e explorar alguns lugares de sua manifestação. O objetivo foi identificar esses possíveis lugares e formas da manipulação. Um ponto que parece claro é que a manipulação envolve questões éticas e que a personalidade do manipulador, como ressaltada nos estudos de psicologia, é um componente essencial do processo manipulatório. Outro aspecto que merece ser mais explorado é que a manipulação não é apenas um processo de distorção da verdade. Com efeito, o problema mais evidente quando se estuda a manipulação diz respeito à enganação, à mentira, à distorção de informações, o que leva à problematização da verdade. Por outro lado, outros aspectos são também relevantes, como as manipulações argumentais (as falácias), os apelos emocionais (a manipulação das emoções), os procedimentos proxêmicos, como o toque, a manipulação tátil do outro, o controle da distância íntima e pessoal, o olhar, assim como questões relacionadas à sedução. Fica claro que o estudo da manipulação abrange um campo vasto e interdisciplinar e sua integração aos estudos da argumentação e do discurso é bastante relevante.

## REFERÊNCIAS

- Aieta, V. S. (2020). O impacto eleitoral resultante da manipulação das fake news no universo das redes sociais: a construção da desinformação. *Revista Interdisciplinar de Direito*, Valença, v. 18, n. 1, p. 213-233, jan./jun.
- Braiker, H. B. (2004). *Who's Pulling Your Strings? How to Break The Cycle of Manipulation*. New York: McGraw-Hill.
- Charaudeau, P. (2015). *O discurso das mídias*, São Paulo: Contexto.
- Charaudeau, P. (2016). *A Conquista da opinião pública. Como o discurso manipula as escolhas políticas*. São Paulo: Contexto.
- Charaudeau, P. (2022). *A manipulação da verdade*. São Paulo: Contexto.
- Emediato, W. (2000). *Analyse de configurations linguistiques et discursives de titres de journaux français e brésiliens*. Tese de doutorado. Universidade de Paris XIII.
- Emediato, W. (2010). A argumentação na mídia: problematidade e avaliação ética. Em: I. L. Machado; R. de Mello (Eds.). *Análises do discurso hoje*. V. 3. Rio de Janeiro: Nova Fronteira/Lucerna, 70-98.
- Emediato, W. (2013). *A construção da opinião na mídia*. Belo Horizonte: FALE/UFMG.
- Emediato, W. (2016). A narrativa como componente fundador das instituições discursivas. Em I. L. Machado; M. S. Melo. *Estudos sobre narrativas em diferentes materialidades discursivas na visão da Análise do discurso*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 379-397.
- Emediato, W. (2022). *Análise do discurso numa perspectiva enunciativa e pragmática*. Campinas: Pontes.
- Hamblin, C. L. (1970). *Fallacies*. Londres: Methuen.
- Joule, R.-V. e Beauvois, J.-L. (2002). *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*. Presses Universitaires de Grenoble.
- Marzagão, L. F. (2023). *O tempo e a manipulação do resultado do processo penal*. Acesso em <https://>



- [www.conjur.com.br/2021-abr-18/marzagao-tempo-manipulacao-resultado-processo-penal](http://www.conjur.com.br/2021-abr-18/marzagao-tempo-manipulacao-resultado-processo-penal)
- Pinto, D. J. A. e Moraes, I. (2020). As mídias digitais como ferramentas de manipulação de processos eleitorais democráticos: uma análise do caso Brexit. *Revista de estudos Sociais*, 74, outubro.
- Plantin, C. (2016). *Dictionnaire de l'argumentation. Une introduction aux études d'argumentation*. Lyon: ENS éditions.
- Rabatel, A. (2017). *Pour une lecture linguistique et critique des medias. Empathie, éthique, point (s) de vue*. Limoges: Lambert-Lucas.
- Romanini A. V. e Mielli, R. (2021). A comunicação dominada pelas “big techs” digitais: superabundância informativa, espetáculo, alienação e fabricação de sentido no mundo algorítmico. *Revista Eptic*, v. 23, n 1, Jan.-Abr.
- Simon, G. K. (1996). *In Sheep's Clothing: Understanding and Dealing with Manipulative People*. Little Rock: A.J. Christopher & Co.
- Swift, J. (2006). *A arte da mentira política*. Campinas: Pontes.
- Tchakotine, S. (1952). *Le viol des foules par la propagande politique*. Paris: Gallimard.