

## FAKE NEWS NO CONTEXTO DE PANDEMIA: ENTRE TRAMAS DISCURSIVAS, CONFRONTO E RESISTÊNCIA

**Patrícia Adriana Silva FREIRE**

**Gerencie Ribeiro de Oliveira CORTES**

*Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia*

**Resumo:** O discurso das fake news costuma ganhar força em momentos sociais importantes e com a pandemia não seria diferente. Ao longo do surto pandêmico, diariamente, eram postas em circulação, nas mídias sociais digitais, notícias falsas sobre variados temas relacionados à pandemia, especialmente referente ao tratamento e combate à COVID-19, a exemplo do uso de remédios farmacológicos, uso de máscaras, isolamento social, impulsionadas pela discursivização nas mídias digitais e redes sociais. Dessa forma, nosso objetivo neste trabalho é analisar o discurso das fake news acerca da pandemia, especificamente no que tange ao uso de remédios farmacológicos para o combate e tratamento da COVID-19, além do uso de máscaras e isolamento social. Para tanto, o corpus foi constituído de recortes de duas postagens publicadas nas redes sociais Facebook e Twitter e um recorte de comentários digitais acerca das publicações - no período de março a dezembro de 2020 - e republicadas em sites das agências de checagem jornalística, como “LUPA” e “Aos fatos”, após confirmadas como falsas. O estudo ancora-se nos dispositivos teórico-metodológicos da Análise de Discurso pecheuxiana, da comunicação, como também dos estudos sobre o discurso digital. Os resultados apontam que o discurso das fake news, inscrito nas materialidades digitais analisadas, sofre determinações ideológicas, tendo em vista as relações de poder, é afetado pela memória e pelo discurso do senso comum; produz efeitos de veracidade e legitimidade, pela repetição e circulação massiva nas mídias digitais, as quais funcionam como aparelhos ideológicos que interpelam o indivíduo internauta em reproduzidor das fake news.

**Palavras-chave:** Pandemia e discurso; Fake news; Discurso digital.

## FAKE NEWS IN THE PANDEMIC CONTEXT: BETWEEN DISCURSIVE PLOTS, CONFRONTATION AND RESISTANCE

**Abstract:** The discourse of fake news usually gains strength in important social moments, and with the pandemic it would be no different. During the pandemic outbreak, fake news about various topics related to the pandemic were daily put into circulation in digital social media, especially regarding the treatment and fight against COVID-19, such as the use of pharmacological drugs and masks, social isolation, driven by the discursivities in digital media and social networks. Thus, in this paper we aim to analyze the discourse of fake news about the pandemic, specifically concerning the use of pharmacological drugs to fight and treat COVID-19 and the use of masks and social isolation. For this purpose, the corpus was composed of clippings

of three posts published on the social networks Facebook and Twitter, and a clipping of digital comments about the publications - from March to December 2020 - and republished on websites of journalistic checking agencies, like "LUPA" and "To the facts", after confirmed as false. The study is anchored in the theoretical and methodological devices of Discourse Analysis in the perspective of Pêcheux, communication, and also on digital discourse. The results indicate that the discourse of fake news, inscribed in the digital materialities analyzed, suffers ideological determinations, because of the power relations, it is affected by memory and the common sense discourse; it produces effects of veracity and legitimacy, by repetition and massive circulation in digital media, which work as ideological apparatuses that interpellate the individual internet user in reproducer of fake news.

**Keywords:** Pandemic; Discourse; Fake news; Digital discourse.

## FAKE NEWS EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA: ENTRE TRAMAS DISCURSIVAS, CONFRONTACIÓN Y RESISTENCIA

**Resumen:** El discurso de las noticias falsas cobra fuerza en momentos sociales importantes y la pandemia no sería diferente. A lo largo del surto pandémico, diariamente, circularon en los medios digitales noticias falsas sobre temas relacionados con la pandemia, como referentes al tratamiento y lucha contra el COVID-19, los farmacológico, uso de mascarillas, el aislamiento social, impulsados por la discursivización en los medios digitales y las redes sociales. Así, este trabajo pretende analizar el discurso de las fake news sobre la pandemia, en lo que se refiere al uso de agentes farmacológicos para combatir y tratar el COVID-19, además del uso de mascarillas y del aislamiento social. Para tanto, el corpus constituido por recortes de dos posts publicados en las redes sociales Facebook y Twitter y un recorte sobre las publicaciones -en el período de marzo a diciembre de 2020- y republicados en sitios web de agencias de comprobación periodística, como "LUPA" y "Aos fatos", tras confirmarse como falsos. El estudio está anclado en los dispositivos teóricos y metodológicos del Análisis del Discurso Pecheuxtiano, la comunicación, así como los estudios sobre el discurso. Los resultados señalan que el discurso de las fake news, inscrito en las materialidades digitales analizadas, sufre determinaciones ideológicas, teniendo en cuenta las relaciones de poder, está afectado por la memoria y por el discurso del sentido común; produce efectos de veracidad y legitimidad, por repetición y circulación masiva en los medios digitales, que funcionan como aparatos ideológicos que interpelan al internauta en reproductor de fake news.

**Palabras-clave:** Pandemia y discurso; Noticias falsas; Discurso digital.

### INTRODUÇÃO

O termo fake news ganhou notoriedade nos anos 2016 e 2017, com a corrida presidencial dos Estados Unidos, na qual os eleitores do candidato da direita Donald Trump

passaram a espalhar notícias falsas sobre a sua adversária Hilary Clinton<sup>1</sup>. Essa prática também ganhou destaque nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil, pois o discurso das fake news produziram efeitos determinantes nos resultados do pleito.

O Dicionário Online de Língua Portuguesa, conceitua o verbete fake news como “Notícias falsas ou informações mentirosas que são compartilhadas como se fossem reais e verdadeiras, divulgadas em contextos virtuais, especialmente em redes sociais ou em aplicativos para compartilhamento de mensagens<sup>2</sup>”. Embora o termo fake news pareça estar ligado ao advento da Tecnologia da Informação e Comunicação (TICs), o ato de espalhar notícias falsas sempre existiu, principalmente, nas disputas de poder, na política e, geralmente, ganha destaque nos eventos que afetam a vida social, como já mencionado acima.

Nessa perspectiva, durante a pandemia percebemos a crescente disseminação de notícias falsas, principalmente nas mídias digitais. O crescimento e consolidação da internet contribuiu para o fortalecimento do fenômeno chamado “pós-verdade”, definido como: “Conjunto de fatos ou informações que, sem fundamento e propagados de maneira repetitiva, são tidos como verdadeiros. Contexto em que se desvaloriza a verdade objetiva, comprovada pelos fatos, aceitando qualquer discurso como correto.”<sup>3</sup> Notemos com isso que a pós-verdade está mais ligada à emoção do que com a razão, e mais a crenças e sentimentos do que à objetividade dos fatos. Sobre isso, Lacerda e Di Raimo (2019), postulam que:

Para uma visão discursiva, podemos dizer que se cria a evidência de que, se uma postagem é compartilhada por alguém com quem tenho “identificação”, ou se um post é favorável aos “meus” sentidos (sentimentos), então – e esse “então” é o momento da produção da evidência causal – isso faz sentido. Ressaltamos que não se trata somente de ser verdade ou mentira (uma discussão importante da qual não tomamos parte neste texto), mas de fazer ou não fazer sentido, ou seja, convocar o sujeito a ocupar esta ou aquela posição (LACERDA E DI RAIMO, 2019, p.182).

Assim, a adesão resulta de determinações ideológicas, “A leitura de *fake news* é, então, um tipo de leitura que chamaríamos de predisposta” (LACERDA E DI RAIMO, 2019, p.182). O

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2020/noticia/2020/10/25/como-donald-trump-venceu-as-eleicoes-de-2016-com-3-milhoes-de-votos-a-menos-que-a-adversaria-hillary-clinton.ghtml>

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.dicio.com.br/fake-news/>

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.dicio.com.br/pos-verdade/>

leitor, ao ser interpelado pela ideologia, já afetado pelo efeito de crença que já funciona na memória, pode se posicionar respaldando o efeito de veracidade do discurso fake ou pode confrontá-lo, instaurando a resistência.

O ato de espalhar notícias inverídicas ou deturpadas sempre ocorreu, remonta desde a antiguidade, desde o uso de pasquim a boatos, principalmente no meio político. O que mudou, na contemporaneidade, é que a mentira ganhou uma nova designação, foi renomeada e passou a ser referida como fake news.

De acordo com Courtine (2006, p. 17), Platão (A República) e Maquiavel (Príncipe) já se referiam à mentira como "a arte de fazer o povo acreditar em falsidades salutares". O autor traz uma questão muito pertinente para se entender o poder que as notícias falsas têm sobre as pessoas. Ele enfatiza que existe "uma regra de ouro que não deve jamais ser esquecida: a verossimilhança<sup>4</sup>. [...] a arte da mentira é uma arte que sabe o justo meio, é uma técnica sutil de dosagem. É necessário saber adequar a enganação à verdade, às circunstâncias, aos fins visados". (COURTINE, 2006, p. 06 e 07).

É possível afirmar que o discurso das fake news ganhou mais força com as redes sociais digitais, que deu voz a pessoas comuns, além de agentes públicos e autoridades. As formulações e disseminação das notícias falsas se espalham em escala mundial e pode trazer sérios prejuízos à sociedade.

Dessa forma, o discurso das fake News não teve origem com a pandemia, mas se acentuou fortemente ao longo desse período, a partir do ano de 2020, quando o novo coronavírus surgiu no final do ano de 2019, em Wuhan, China. O vírus se espalhou pelo mundo, contaminando e levando a óbito um grande número de pessoas. Assim, a Organização Mundial da Saúde (OMS) decretou a situação mundial como pandêmica, em março de 2020. A partir desse período, diariamente, as notícias falsas sobre variados temas relacionados à pandemia, especialmente referente ao tratamento e combate à COVID-19, passaram a circular massivamente pela rede mundial de computadores.

---

<sup>4</sup> De acordo com Dicionário Online de Português, Verossimilhança - Característica do que é verossímil, que que aparenta ser ou é tido como verdadeiro; verossimilhante; Qualidade do que parece verdadeiro, do que não contraria a verdade.

Logo de início, várias medidas de prevenção e combate ao vírus foram divulgadas pelas instituições de saúde, conforme as demandas de variadas situações, visto que o novo coronavírus e seus sintomas, eram ainda uma incógnita até mesmo para cientistas, pesquisadores e profissionais da saúde. As primeiras medidas determinadas pela OMS eram o isolamento social, uso de máscaras e higienização das mãos com água e sabão e álcool. Nessa conjuntura, as instituições de pesquisa no mundo todo se esforçavam para encontrar respostas para o combate ao vírus e tratamento da Covid-19, sobretudo, no que tange às pesquisas de vacinas para a imunização contra a doença.

O impacto da pandemia na sociedade foi devastador e as pessoas se confinaram em suas casas e passaram a se informar por meio de telejornais e da internet. Os meios de comunicação em massa tradicionais, como jornais impressos e televisivos, como meios de comunicação digitais, como sites, blogs, redes sociais passaram a informar, durante toda a programação, a situação da pandemia e seus desdobramentos. Assim, as pessoas passaram a consumir, diariamente, toda e qualquer informação sobre a pandemia, de modo que a situação também instaurou uma infodemia<sup>5</sup>. De acordo com Organização Pan-Americana de Saúde (2020), o excesso de informações não confiáveis sobre a pandemia dificultou a circulação de dados sobre as fontes idôneas e legitimadas cientificamente, sobretudo ao público leigo em questões da saúde. Nesse cenário, durante todo o período da pandemia, a produção e circulação do discurso das fake News ganhou muita força, com abordagem de diversos assuntos, desde remédios caseiros a vacinas. Com isso, as agências de checagem de notícias passaram a ter um importante papel no combate ao discurso das fake news, ao verificar e notificar, também diariamente, a veracidade das notícias sobre a pandemia, a fim de minimizar os efeitos discursivos e sociais das notícias falsas traziam.

De acordo com Dela-Silva (2021), as agências de checagem de notícias surgiram devido à crescente disseminação de notícias falsas, impulsionadas pelas mídias digitais, destacando as redes sociais, que modificou as formas de circular, produzir e consumir informações. A autora assevera,

---

<sup>5</sup> Infodemia se caracteriza pelo excesso de informações, que com a popularização da internet vem tomando grandes proporções, sem o crivo de veracidade ou não das informações. Durante a pandemia, segundo um estudo da Avaaz, “7 em cada 10 brasileiros entrevistados acreditaram em, ao menos, um conteúdo desinformativo sobre a pandemia”.

Disponível em: [https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil\\_infodemia\\_coronavirus/](https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil_infodemia_coronavirus/)

que a necessidade dos serviços de checagem se assenta nas mudanças nas condições de circulação de informações que, com o crescimento das redes sociais digitais – tais como o Facebook, o Twitter e o Whatsapp, por exemplo – entram em concorrência com a mídia jornalística na prática de dar a saber sobre os acontecimentos de um dado período. (DELA-SILVA, 2021, p. 5951)

As experiências com checagem de notícias surgiram a partir de 2010; em 2015, foi criado primeiro site de checagem jornalística, “Aos Fatos”, e a primeira Agência de checagem jornalística e investigativa do Brasil, a “LUPA”. Esta pontua, em seu site, seu ineditismo na prática de jornalismo investigativo no Brasil, visto que busca oferecer o serviço mundialmente, conhecido como fact-checking. A checagem de notícias aciona, portanto, uma memória do discurso jornalístico, como fonte de dizeres e informações precisas e confiáveis, pois já funciona um imaginário discursivo do Jornalismo, como uma instituição que goza de credibilidade social.

Frente ao exposto, este trabalho tem por objetivo analisar o discurso das fake news sobre o combate ao novo coronavírus e o tratamento da Covid-19, em circulação nas mídias digitais e redes sociais. Buscamos observar os efeitos da produção e circulação do discurso das fake news nas/em redes e a movimentação dos sujeitos e dos sentidos.

O corpus constitui-se de três sequências discursivas (SDs), construídas a partir de um recorte de publicações – e de alguns comentários – feitos originariamente nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, republicadas em sites das agências de checagem jornalística, como “LUPA” e “Aos fatos”, após confirmadas como falsas<sup>6</sup>. Consideramos o período de março a dezembro de 2020 para a coleta das publicações que abordaram a indicação empírica de medicamentos para o tratamento da COVID-19, além de questionamentos sobre a eficácia do uso de máscaras e isolamento social no período da pandemia.

Como dispositivo teórico-metodológico, utilizamos o arcabouço da Análise de Discurso (AD) de filiação pecheuxtiana, com foco, especificamente, nas noções de discurso, sujeito e sentido; interdiscurso e memória discursiva; metáfora discursiva, paráfrase e polissemia; ademais, mobilizaremos ainda as discussões sobre o discurso digital e suas condições de

---

<sup>6</sup> Em toda notícia falsa é colocado um selo com o termo “falso”, com letras maiúsculas e um círculo com um X no meio.

produção e circulação. A análise seguirá os pressupostos da AD, em um percurso não linear de batimento e interpretação, conforme Pêcheux (1990).

## 1. SOBRE A ANÁLISE DE DISCURSO

Segundo Pêcheux (1995), o discurso - conceituado pelo autor como “efeito de sentidos entre interlocutores” (PÊCHEUX, 2010, p. 81) - funciona na relação sujeito, língua, ideologia e exterioridade, e é nesse jogo de relações que os sentidos são produzidos. Conforme Pêcheux apud Orlandi (2015, p. 17), “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido”. Na AD, o sujeito não é o indivíduo empírico ou pragmático, pois o indivíduo é interpelado ideologicamente em sujeito, afetado pela exterioridade, “é conduzido a ocupar o seu lugar” (PÊCHEUX, 2009, p. 147), determinado pela Formação Discursiva (FD) à qual se filia. Orlandi (1998) afirma que “o sujeito é um lugar de significação historicamente constituído, ou seja, uma posição” (ORLANDI, 1998, p. 75). Dessa forma, o sujeito discursivo é tomado como posição entre outras.

Pêcheux (2009) define Formação Discursiva como “aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode e deve ser dito” (PÊCHEUX, 2009, p.147). Ou seja, é nas relações com uma dada FD que o sujeito se constitui, juntamente aos sentidos, ao assumir uma dada posição no discurso.

Assim, a relação entre língua e ideologia produz sentidos por e para sujeitos (PÊCHEUX, 2009). Nesse sentido, o sujeito não é a origem do sentido, mesmo tendo a ilusão que é, mas é interpelado pela ideologia e é afetado por redes de memórias, a partir das relações com uma FD dada, em uma conjuntura social e histórica dada, que o determina o que pode e deve ser dito, que leva o sujeito a se posicionar discursivamente. A esse respeito Indursky (2013, p. 92) postula que “na base das práticas discursivas de um sujeito, pré-construídos provenientes do interdiscurso, ao serem retomados, trazem consigo um determinado espaço de memória que ecoa em seu discurso”, o que leva a se identificar ou não com o discurso.

Assim, uma posição-sujeito diz respeito a uma região de saber da FD que o sujeito do discurso mobiliza para se subjetivar (INDURSKY, 2000). Nesse processo, o sujeito é atravessado pelo inconsciente. E a tomada de posição não se origina no sujeito, é um efeito na forma-sujeito

determinado pelo interdiscurso, que diz respeito à memória longa, constituída pelo conjunto de todos os já ditos que compõem a exterioridade de uma FD (PÊCHEUX, 2009).

O interdiscurso permite ativar e atualizar os já-ditos nas formulações do intradiscurso. Para Courtine (1984), no interdiscurso se dá a constituição do discurso, representado pelo eixo vertical – todos os dizeres já-ditos e esquecidos – o dizível; e o intradiscurso – eixo horizontal – diz respeito à formulação, que atualiza a memória, em condições dadas, pois “Todo dizer, na realidade, se encontra na confluência dos dois eixos: o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). E é desse jogo que tiram seus sentidos” (ORLANDI, 2015, p.31). Ou seja, o efeito da memória discursiva de uma formulação acontece na relação entre interdiscurso e intradiscurso. Assim, é na relação do dito com os já ditos e não-ditos que o real da língua significa e afeta os sujeitos, levando-o a assumir uma posição no discurso.

Nessa conjuntura é importante pensar também sobre as condições de produção e circulação dos discursos, outro importante conceito da teoria discursiva de Pêcheux. Segundo o autor (2010), as condições de produção são “*determinações que caracterizam um processo discursivo. [...]*” (PÊCHEUX, 2010, p.182 - grifo do autor). Segundo o autor, essas determinações operam em um jogo de relações de forças – que abrangem as circunstâncias enunciativas e o imaginário discursivo dos sujeitos e de seus lugares – como também envolvem as relações de sentidos, ou seja, todo discurso é afetado por discursos prévios que já funcionam na memória. Isto posto, as condições de produção afetam os sentidos, pelo viés da exterioridade, pois mobilizam sujeitos inseridos na história, afetados pela ideologia, pelo interdiscurso. Orlandi, por sua vez, postula que as condições de produção “devem ser consideradas em um sentido estrito – o contexto imediato –, assim como em um sentido amplo – sócio histórico e ideológico” (ORLANDI, 2015, p.28). Para a autora, as condições de produção do discurso, que compreendem os sujeitos e a situação, são condicionantes para a produção de efeitos de sentidos.

Considerando o discurso digital, as condições de produção específicas do ciberespaço, notadamente as redes sociais, também interferem na produção dos sentidos. A esse respeito, Dias (2016, p. 11), assevera que o digital produz “uma forma material outra, porque inscreve o dizer, o fazer, as práticas dos sujeitos, em outras condições de produção”. Assim, as materialidades discursivas digitais, consideradas em sua opacidade, afetadas pela ideologia e historicidade, apresentam características específicas de funcionamento que podem afetar os



discursos em movimento na/em rede, no processo de interpelação dos sujeitos internautas e suas tomadas de posições, como veremos nas análises, a seguir.

## 2. GESTOS DE ANÁLISES

Iniciaremos nossos gestos analíticos com uma reflexão sobre as condições de produção e circulação do discurso digital, que afetam a constituição do sujeito e dos sentidos.

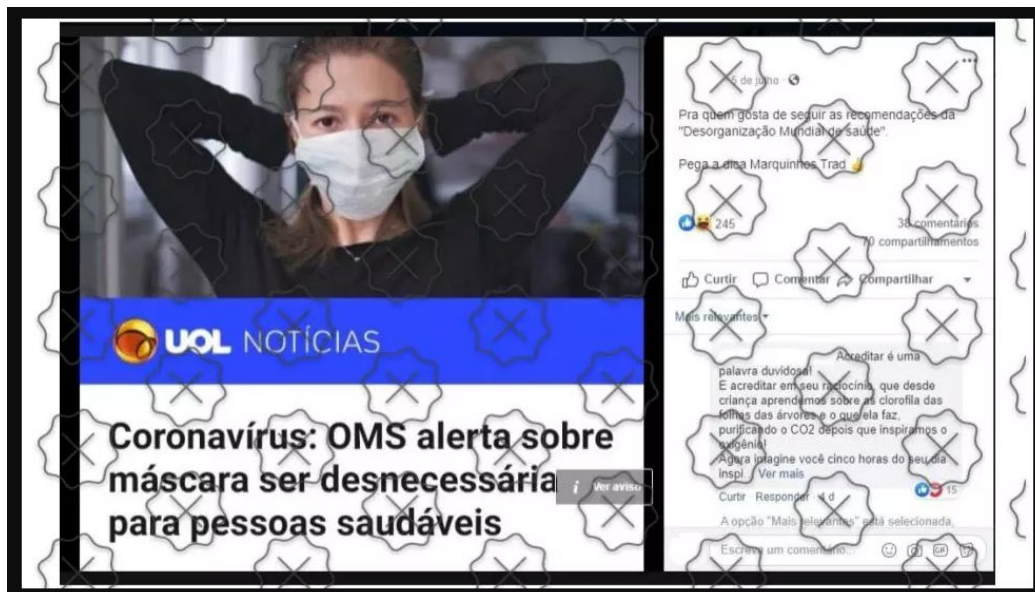
Conforme o pensamento de Dias (2016, 2018), o digital produziu uma mudança na discursividade do mundo, nas relações históricas, sociais e ideológicas, na constituição dos sujeitos e dos sentidos. Para analisar os discursos que circulam no ciberespaço é “preciso entender o digital em sua opacidade” (DIAS, 2016, p.4) e as condições de produção específicas do digital, que assim como todo discurso, também é afetado pela exterioridade e ideologia. O digital instaurou mudanças nas relações sociais, econômicas, históricas, ideológicas, científicas, na linguagem, na textualidade, na constituição dos sujeitos e dos sentidos.

Dias (2015, p.980) afirma que é necessário “levar em conta as condições de produção da internet e (...) a discursividade da rede de sentidos, que não escapa à injunção do digital e dos modos de existência dos sujeitos e de produção dos sentidos na sociedade digital”. Ou seja, levar em consideração que tudo no digital produz sentidos por/para sujeitos. A esse respeito Cortes (2015, p.33) também afirma que as condições de produção do discurso digital “ultrapassam o processo linguístico e pragmático da textualização e convocam a exterioridade, mobilizam os sujeitos históricos, inscritos em um contexto também histórico.” Ou seja, pensar as condições de produção específicas do digital e sua circulação implica, considera, não somente os aspectos tecnológicos, mas os efeitos discursivos em funcionamento nas/em redes.

Ante tais considerações, passemos aos nossos gestos de leitura, no batimento descrição/interpretação das sequências discursivas coletadas para este estudo.

Como já ressaltado, analisaremos três sequências discursivas (SDs), carimbadas com o selo de falsas, que foram retiradas, a partir da captura de tela, dos sites “Aos Fatos” e “LUPA”, que atuam na checagem, investigação e monitoramento de notícias falsas, as fake news, que circulam nas mídias digitais.

Vejamos, a seguir, a primeira SD, republicada do site “Aos fatos”.



**Figura 1** - SD 1 - Post veiculado nas redes sociais e checado pelo site “Aos Fatos”.

**Fonte** : Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/e-falso-que-oms-nao-recomenda-o-uso-de-mascaras-por-pessoas-saudaveis/>

A sequência discursiva (SD1) é constituída de um post publicado no site da Agência de Checagem de *Fake News* “Aos Fatos”. Esse post circulou pelas redes sociais no ano de 2020 e discursiviza sobre a ineficácia do uso das máscara para proteção contra a COVID-9, com podemos averiguar na afirmação **“Coronavírus: OMS alerta sobre o uso de máscaras ser desnecessário para pessoas saudáveis**. Para quem gosta de seguir as recomendações da **Desorganização Mundial de Saúde**”. (grifo nosso) Esse discurso produz efeito de sentido de descrédito ao uso máscaras na eficácia como barreira de proteção contra o novo coronavírus. Ou seja, o discurso produz efeitos de descredibilidade à ciência.

Notemos ainda que o post de notícia falsa traz elementos do Portal “Uol notícias<sup>7</sup>”, como mostra a Figura da SD1; esta é uma manobra usada no discurso das *fake news* para produzir um efeito de sentido de confiança e veracidade ao discurso. Tal recurso da manipulação do recurso imagético com elementos do Portal de notícias UOL, ativa a memória de uma empresa jornalística que goza de credibilidade social. Essa memória discursiva retorna no discurso como

<sup>7</sup> UOL é a sigla para Universo Online. É uma empresa brasileira de conteúdo, produtos e serviços de Internet do Grupo UOL, ligada ao grupo Folha.  
Disponível em: <http://sobreuol.noticias.uol.com.br/historia/>

forma de “pré-construído, o já-dito, que está na base do dizível”. Ou seja, no discurso em pauta, os sentidos já ditos sobre a instituição UOL, são retomados e ressignificados para produzir efeito de veracidade ao discurso das notícias falsas.

Na SD1, temos ainda o funcionamento da metáfora discursiva, pela substituição da sigla da OMS pela formulação **Desorganização Mundial de Saúde**; nesse caso, o uso do prefixo **Des** ao verbete **organização** produz sentidos de negação e descrédito à instituição, ou seja, a OMS não é de confiança. Temos ainda o efeito de ironia na discursivização da OMS, visando descredenciar a instituição e, assim, não seguir as recomendações no combate à pandemia.

De acordo com Pêcheux (2014, p. 240):

O sentido existe exclusivamente nas relações de metáfora (realizadas em efeitos de substituição, paráfrases, formações de sinônimos), das quais certa formação discursiva vem a ser historicamente o lugar mais ou menos provisório: as palavras, expressões e proposições recebem seus sentidos da formação discursiva à qual pertencem.

Na SD1, a metáfora discursiva funciona pela substituição da sigla e dos sentidos da OMS e produz sentidos de que o novo coronavírus não é tão letal, como afirma a instituição, já que nega a eficácia do uso obrigatório de máscaras. Logo, o discurso da postagem falsa produz também o efeito de sentido de confronto com saberes da FD científica, uma vez a OMS é uma agência especializada em saúde e que estava à frente das recomendações sobre as questões de combate e prevenção à pandemia. Dessa forma, a OMS se filia à FD da ciência, enquanto que o post da SD1 se filia à FD das *fake news*, em posição discursiva de antagonismo ao discurso científico.

A seguir, veremos mais uma sequência discursiva (SD) do nosso *corpus*.

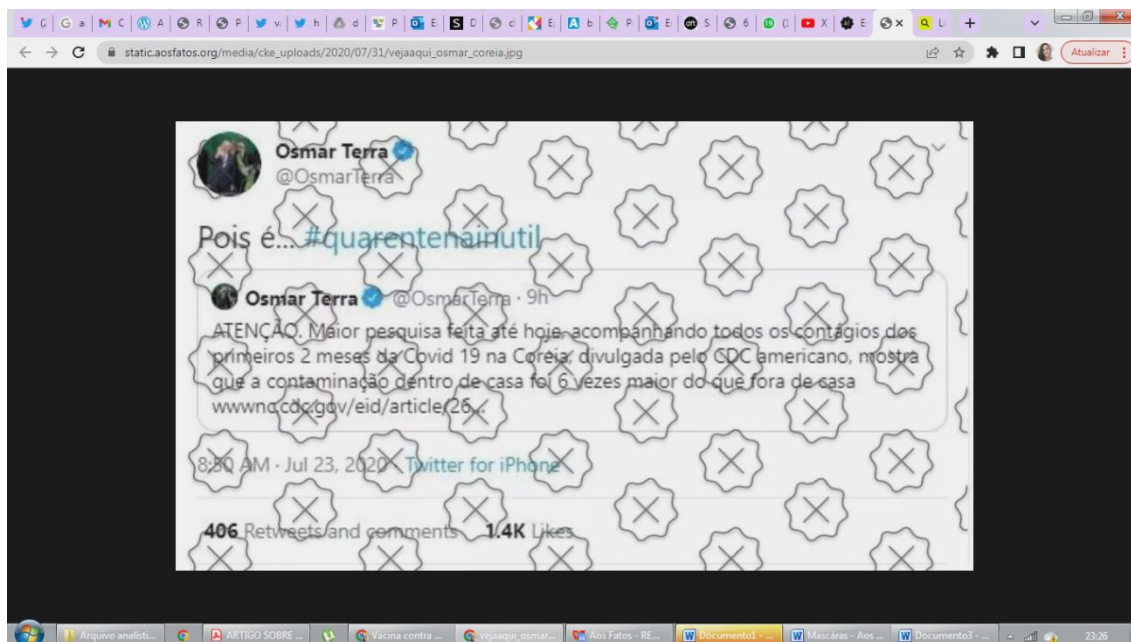


Figura 2 - SD 2 - Post veiculado na rede social *Twitter* e checado pelo site “Aos Fatos”.

Fonte: Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/estudo-coreano-nao-concluiu-que-distanciamento-social-e-inutil-contra-covid-19/>

A SD2<sup>8</sup> discursiva que a quarentena sugerida pelos órgãos de saúde nacional e internacional, seria inútil, como vemos na formulação: “Pois é **#quarentenainutil**”. (grifo nosso)

Na SD2, temos novamente o discurso com efeito de deboche e ironia. Ao discursivizar que a pesquisa divulgada pelo CDC americano<sup>9</sup> “**que a contaminação dentro de casa foi 6 vezes maior do que fora de casa**”, busca-se a adesão de indivíduos a se posicionar contra o isolamento social, visto que ficar em casa teria mais chance de se pegar o vírus. O efeito de sentido de confiança e credibilidade à notícia falsa é reforçado ao trazer que a pesquisa foi divulgada por um órgão, o CDC, que tem autoridade no trato de doenças.

Vale destacar também que na formulação “Pois é **#quarentenainutil**” (grifo nosso), temos a *hashtag*<sup>10</sup> que interpela o internauta a entrar numa rede de notícias de igual teor. De acordo com Silveira, “uma hashtag é criada quando o símbolo # (hash, em inglês) é associado a uma palavra, formando uma tag (etiqueta). Desse modo, uma hashtag é uma palavra-chave, que,

<sup>8</sup> Foi retirada do *Twitter* de Osmar Terra, um médico e deputado ligado ao Governo Federal.

<sup>9</sup> Centro de Controle e Prevenção de Doenças é uma agência do Departamento de Saúde e Serviços Humanos dos Estados Unidos, Geórgia nos Estados Unidos, que atua na saúde pública dos Estados Unidos e também na mundial.

<sup>10</sup> Hashtag é um termo ou expressão antecedido pelo símbolo da cerquilha (#), comumente usado nas redes sociais para direcionar o usuário para uma página de publicações relacionadas ao mesmo tema.

no *Twitter*, ganha algumas funções extras” (SILVEIRA, 2013, p. 2), como agrupamento de publicações com temas semelhantes.

Na SD2, a *hashtag* #quarentenainutil produz efeito de sentido de inutilidade da quarentena e, assim, afeta a circulação e a viralização dos sentidos na rede. Segundo Dias (2018), “é pela circulação (compartilhamento, viralização, comentários, postagens, hashtags, memes, links...) que o digital se formula e se constitui. De outro modo, diríamos que o discurso digital se formula ao circular. E isso faz diferença na produção dos sentidos” (DIAS, 2018, p.29). Assim, a viralização se dá pelos massivos compartilhamentos, pela tomada de posição dos internautas em sujeitos discursivos, na relação com a FD das notícias falsas.

Os internautas, afetados pela ideologia e pela discursividade digital, se constituem sujeitos que consomem, produzem, fazem circular sentidos, pois “essa condição verbal de existência dos enunciados não é banal, pois é determinante, hoje, dos processos de subjetivação” (DIAS, 2018, p. 167).

A seguir, apresentaremos um recorte de quatro comentários da postagem apresentada na SD3.



**Figura 3** - SD 3 - Post veiculado nas redes sociais Twitter e checado pelo site “Aos Fatos”.  
**Fonte:** Disponível em: <https://twitter.com/Terezalrikura/status/1286299471341588480>

Na SD3, efetuamos um recorte de quatro comentários<sup>11</sup> da postagem apresentada na SD2. Nesses, percebemos o funcionamento de circulações-confronto (PÊCHEUX, 2008), com o movimento dos sujeitos e dos sentidos. Na formulação **“então o que adianta esse isolamento, já que uma hora ou outra alguém vai ter que sair...”** (necessidades essenciais), temos uma posição-sujeito de anuência ao discurso da publicação falsa (SD2), enquanto que na formulação **“a ideia é sair SOMENTE quando necessário, e quando sair, tomar todos os cuidados necessários...”**, temos uma posição-sujeito de adesão à FD da ciência, que segue as recomendações da OMS.

Na SD3 podemos averiguar também a circulação e repercussão da postagem, visto que teve 406 *retweets* e comentários e 1.400 *likes*. Segundo Dias (2018), no discurso virtual tudo produz sentido, que perpassa o processo de constituição, formulação e circulação de sentidos. Na SD3, o sentido de legitimidade e veracidade desse discurso se instaura pelos gestos de interpretação dos elementos materiais, em especial pelos *retweets* e *likes* e os comentários. Cortes (2015) traz que “o princípio do comentário é dizer o já dito ou o silenciado de uma nova maneira, pela multiplicidade aberta, pelos furos da língua” (CORTES, 2015, p.221). Os comentários podem estabilizar ou desestabilizar os sentidos, instaurando um confronto discursivo, como podemos notar nos quatro comentários; assim, temos dois internautas que assumem uma posição-sujeito contrária à recomendação do isolamento social, enquanto que outros dois ocupam uma posição-sujeito em adesão ao discurso científico, de evitar a aglomeração de pessoas, permanecer em casa, sair apenas para atividades essenciais, no intuito de conter a disseminação do vírus, tendo em vista a letalidade já demonstrada, por muitas mortes no mundo todo.

Nesse sentido, essa possibilidade de regularização ou de rupturas nos sentidos provoca embates, como postula Pêcheux ([1983] 1999),

[...] haveria assim sempre um jogo de força na memória, sob o choque do acontecimento: um jogo de força que visa manter uma regularização pré-existente com os implícitos que ela veicula, confortá-la como “boa forma”, estabilização parafrástica negociando a integração do acontecimento, até absorvê-lo e eventualmente dissolvê-lo; – mas também, ao contrário, o jogo de força de uma “desregulação” que vem perturbar a rede dos “implícitos” (PÊCHEUX, [1983] 1999, p. 53).

<sup>11</sup> O recorte foi feito mediante a percepção da regularidade discursiva, pela representatividade dos sentidos vigentes preponderantes.



Ainda sobre o assunto, Orlandi (2015) assevera que “A paráfrase representa assim o retorno aos mesmos espaços do dizer. Produzem-se diferentes formulações do mesmo dizer sedimentado. A paráfrase está do lado da estabilização. Ao passo que, na polissemia, o que temos é deslocamento, ruptura de processos de significação. Ela joga com o equívoco” (ORLANDI, 2015, p. 34). Os comentários podem significar na estabilização ou desestabilização dos sentidos, como vemos na SD3, instaurando o confronto discursivo.

Percebemos na materialidade, em análise, que alguns comentários estabelecem uma relação parafrástica com o discurso da SD3, mantendo o mesmo sentido de inutilidade do isolamento e também de ironia: **“Então tinha que isolar mercados e cia tbm... Ou vai ter cara de pau de dizer que não foi ao mercado, padaria, posto de combustível, etc.** (comentário 03).

Já os outros dois comentários estabelecem uma relação polissêmica, pois instauram um efeito de sentido de resistência, de confronto: **“Os serviços essenciais tem que funcionar, e infelizmente são necessários pessoas para isso...”** (comentário 04). Podemos averiguar que há um embate discursivo, nos quais os sujeitos dos comentários 01 e 03 se identificam com sentidos do senso comum, das notícias falsas, sentidos de que o isolamento é inútil, assumindo a posição-sujeito de adesão ao discurso da SD2. Já os comentários 02 e 04, por sua vez, movimentam-se em direção à posição-sujeito de resistência, de confronto com o discurso da SD2, portanto se filiam à FD da ciência.

O discurso das *fake news* sofre determinações ideológicas do jogo de forças do poder do capital. Os sites e páginas de redes sociais que publicam notícias falsas são monetizados pela via dos anúncios publicados. As plataformas algorítmica pertencentes às grandes corporações, como o *Google* e *Facebook*, não somente permitem, mas são coparticipantes das publicações das notícias falsas, que se mesclam com notícias relevantes à sociedade.

De acordo Castro (2021), diferente das notícias jornalísticas tradicionais, que primam pela precisão e qualidade das informações, “às plataformas, à parte aquilo que não é vetado por contrariar os termos de serviço, o critério de avaliação aplicado aos conteúdos é de ordem pecuniária, valorizando-se o que pode trazer maior retorno financeiro” (CASTRO, 2021, p. 93). Ou seja, essas plataformas não se interessam com o teor de veracidade das notícias que veiculam, mas como o valor monetário que os cliques trazem e acabam por servir de espaço para a desinformação.

Os algorítmicos atuam nas redes digitais, em especial nas redes sociais, como instrumento de captação de dados dos usuários e utilizam esses dados para buscas eficientes e para criar recomendações comerciais personalizadas. Dessa forma, as redes digitais estão mais interessadas em obter lucros com discursos sensacionalistas do que prezar por informações confiáveis, visto que são mais atraentes aos internautas.

É perceptível que o discurso de *fake news* é construído a partir da junção de elementos verdadeiros e falsos, como citação de personalidades, profissionais, instituições, imagens que mobilizam uma memória de elementos que podem produzir efeitos de credibilidade e legitimidade à mentira, como vimos na SD1, com a introdução do nome do Portal UOL na imagem. São estratégias usadas para produzir um efeito de sentido de veracidade às notícias, postagens, reportagens etc., no intuito de interpelar o internauta a assumir uma posição-sujeito de adesão ao discurso das *fake news*, como buscamos demonstrar nas sequências discursivas mostradas neste trabalho.

## **EFEITOS CONCLUSIVOS**

Buscamos analisar, neste trabalho, o discurso das *fake news* acerca da pandemia, especificamente no que tange ao uso de remédios farmacológicos para o combate e tratamento da COVID-19, além do uso de máscaras e isolamento social. Foi possível a percepção de que a produção e circulação do discurso das *fakes news* foi intensificada no período da pandemia, instaurando também uma infodemia, pelo excesso de informações.

Os resultados apontam que o discurso das *fake news*, inscrito nas materialidades digitais analisadas, sofre determinações ideológicas, é afetado pela memória e pelo discurso do senso comum; produz efeitos de veracidade e de legitimidade, tendo em vista que as formulações são produzidas pelo misto de dados verdadeiros com dados falsificados. Ademais, as mídias digitais funcionam como aparelhos ideológicos que interpelam o indivíduo internauta em reproduzidor das *fake News*, e dessa forma, dá-se a massiva repetição e circulação desses discursos.

Nas SDs 01, 02 e 03, o discurso das *fake news* funciona com sentidos de negação da eficácia do uso de máscaras e do isolamento social no combate à pandemia, produzindo efeitos de sentido de rejeição, desconfiança e descrédito às autoridades e instituições de saúde que preconizam essas recomendações.



Não obstante, os sentidos sempre escapam e podem ser outros; e assim, se instaura o confronto discursivo, sobretudo, no discurso jornalístico das agências de checagem de notícias, que funciona como resistência ao discurso das *fake news*. Todavia, algumas postagens continuam a circular, principalmente pelo aplicativo *WhatsApp*<sup>12</sup>, que consegue espalhar as *fake news* com bastante celeridade e força.

No discurso inscrito nos comentários digitais, temos um embate com disputas de sentidos e de posições-sujeito entre o discurso das *fake news* e o discurso científico.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Ivanei Ferreira. **Do lugar discursivo ao efeito-leitor: a movimentação do sujeito no discurso em blogs de divulgação científica**. [Dissertação em Linguística]. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), Vitória da Conquista, 2021.

CASTRO, J. C. L. Plataformas algorítmicas e economia da desinformação. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis (SC), v. 18, n. 2, p. 91-103, julho/dezembro de 2021.

CORTES, G. R. O. **Do lugar discursivo ao efeito-leitor: a movimentação do sujeito no discurso em blogs de divulgação científica**. [Tese de Doutorado em Linguística]. Universidade Federal de Pernambuco, 2015.

COURTINE, J. J. **O Mentir Verdadeiro**. Prefácio à A Arte da Mentira Política. Texto atribuído a Jonathan Swift. Campinas: Pontes, 2006.

DELA-SILVA, S. “CHECAR FATOS E DESMENTIR BOATOS”: FAKE NEWS E DISCURSO JORNALÍSTICO N O BRASIL. **Forum lingüística**, Florianópolis, v.18, n . 2 , p.5 949 - 5961 , abr./jun. 2021.

DIAS, C. Análise do discurso digital: sobre o arquivo e a constituição do corpus. **Estudos Linguísticos**, São Paulo, 44 (3): P. 972-980, Set.-Dez. 2015.

DIAS, C. e COUTO O.F. As redes sociais na divulgação e formação do sujeito do conhecimento: compartilhamento e produção através da circulação de Ideias. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, SC, v. 11, n. 3, p. 631-648, set./dez. 2011

DIAS, C. e COUTO O.F. **Análise do discurso digital: Sujeito, espaço, memória e arquivo**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2018.

---

<sup>12</sup> O WhatsApp consiste em uma rede mais difícil de controlar, posto que é uma rede social que o sujeito é o responsável por produzir e fazer circular discursos - muitas vezes sem a devida verificação de sua veracidade - e, desse modo, uma notícia falsa volta a circular pelas mídias digitais, tendo em vista seu efeito de verdade instaurado pelo compartilhamento por um sujeito confiável.

DIAS, C. e COUTO O.F. O sentido da automatização na análise de discurso : sobre a maquinaria dos sentidos. **Línguas e Instrumentos Linguísticos**, Campinas, SP, 2019.

INDURSKY, F. O TRABALHO DISCURSIVO DO SUJEITO ENTRE O MEMORÁVEL E A DERIVA. Signo y Seña, número 24, diciembre de 2013, pp. 91-104 Facultad de Filosofía y Letras (UBA).

LACERDA, G. H. e DI RAIMO L. C. F. D. “SE TÁ NA INTERNET É VERDADE”: ANÁLISE DISCURSIVA DE FAKE NEWS SOBRE SAÚDE E ESTÉTICA. **PERcursos Linguísticos**. v. 9. n. 22. Vitória (ES), 2019/02.

ORLANDI, E. P.N/**O Limiar da Cidade**. Revista Rua, Número Especial. Campinas: Nudecri/Unicamp, 1999.

ORLANDI, E. P. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. 6ª ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2007.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 12 ed. Campinas, Pontes Editores, 2015.

OPS/IMS/EIH/COVID-19/20-0006. **Entendendo a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19**. Organización Panamericana de la Salud, 2020. Algunos derechos reservados. Esta obra está disponible en virtud de la licencia CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

PALÁCIOS, M. **Fake News e a emergência das agências de checagem: terceirização da credibilidade jornalística?** In: MARTINS, M de L.; MACEDO, I (Eds.). Políticas da língua, da comunicação e da cultura no espaço lusófono. 1ª Ed. Edições Húmus. p. 77-92.

PÊCHEUX, M. **Análise Automática do Discurso (AAD-69)**. In: GADET, F. E HAK, T. (Org.). Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Pêcheux. Campinas: Editora da Unicamp, 2010, p. 59-158.

PÊCHEUX, M. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. ORLANDI, E. P. (Trad.). 4ª ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2009.

PÊCHEUX, M. Papel da Memória. In: **Papel da memória**. Tradução e introdução: José Horta Nunes. Campinas Pontes, 1999, p. 49-57.

PÊCHEUX, M. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. ORLANDI, E. P. (Trad.). Campinas: Pontes, 1990.

PÊCHEUX, M. Ler o arquivo hoje. In: ORLANDI, E. (org.) [et al.]. **Gestos de Leitura**: da história no discurso. 3. ed. SP: Campinas, Editora da Unica, 1994.

SILVEIRA, J. da. **Análise discursiva da hashtag #onagagné**: entre a estrutura e o acontecimento. In: Anais do VI Seminário de estudos em análise do discurso. Porto Alegre, 2013. Disponível em:

<<http://analisedodiscurso.ufrgs.br/anaisdosead/6SEAD/SIMPOSIOS/AnaliseDiscursivaDaHashtag.pdf>>. Acesso em 05 de novembro de 2022.

***Patrícia Adriana Silva FREIRE***

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Linguística - PPGLin, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB; graduada em Letras Vernáculas pela Universidade do Estado da Bahia (2008); especialista em Literatura Brasileira: Formação do Cânone e Contrapontos Críticos e especialista em Gestão Pública também pela Universidade do Estado da Bahia; concursada da Universidade do Estado da Bahia com o cargo de Analista Universitária; membro do Grupo de Pesquisa em Análise de Discurso (GPADis) da UESB.

***Gerencie Ribeiro de Oliveira CORTES***

Doutora em Letras/Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco-UFPE (2015); mestre em Letras/Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco-UFPE (2009); graduada em Letras pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (1991). Professora da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia/Departamento de Estudos Linguísticos e Literários (DELL) e do Programa de Pós-graduação em Linguística (PPGLin). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Análise do Discurso - GEPADIS - UESB/CNPq; atua nas áreas de Texto e Análise do Discurso. Interessa-se pelos estudos do Discurso, com especial interesse pelas discursividades digitais da internet.