



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ  
CENTRO DE EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E ARTES  
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS - NÍVEL DE MESTRADO E  
DOUTORADO  
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: LINGUAGEM E SOCIEDADE**

**LUCAS ANDREY RODRIGUES**

**VAMOS AOS FATOS: FUNCIONAMENTO DISCURSIVO A  
PARTIR DO MÉTODO DE CHECAGEM DE INFORMAÇÕES**

**CASCADEL - PR**

**2024**

LUCAS ANDREY RODRIGUES

**VAMOS AOS FATOS: FUNCIONAMENTO DISCURSIVO A PARTIR  
DO MÉTODO DE CHECAGEM DE INFORMAÇÕES**

Dissertação apresentada à Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE - para obtenção do título de Mestre em Letras, junto ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Letras, nível de Mestrado e Doutorado - área de concentração em Linguagem e Sociedade.

Linha de Pesquisa: Estudos Discursivos: Memória, Sujeito e Sentido

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Sebastião Ferrari Soares

CASCADEL - PR

2024

Ficha de identificação da obra elaborada através do Formulário de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da Unioeste.

RODRIGUES, LUCAS ANDREY

VAMOS AOS FATOS: FUNCIONAMENTO DISCURSIVO A PARTIR DO MÉTODO DE CHECAGEM DE INFORMAÇÕES / LUCAS ANDREY RODRIGUES; orientador Alexandre Sebastião Ferrari Soares. -- Cascavel, 2024.

89 p.

Dissertação (Mestrado Acadêmico Campus de Cascavel) -- Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Centro de Educação, Programa de Pós-Graduação em Letras, 2024.

1. Checagem de Fatos. 2. Análise do Discurso Pecheutiana. 3. Funcionamento Discursivo. 4. Discurso Jornalístico. I. Soares, Alexandre Sebastião Ferrari, orient. II. Título.

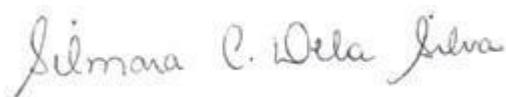
LUCAS ANDREY RODRIGUES

**“VAMOS AOS FATOS: FUNCIONAMENTO DISCURSIVO A PARTIR DO MÉTODO  
DE CHECAGEM DE INFORMAÇÕES”**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras em cumprimento parcial aos requisitos para obtenção do título de Mestre em Letras, área de concentração Linguagem e Sociedade, linha de pesquisa Estudos discursivos: memória, sujeito e sentido, APROVADO(A) pela seguinte banca examinadora:



Orientador(a) - Alexandre Sebastião Ferrari Soares  
Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Campus de Cascavel  
(UNIOESTE)



Silmara Cristina Dela da Silva  
Universidade Federal Fluminense (UFF)



Alexandre da Silva Zanella  
Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Campus de Cascavel  
(UNIOESTE)

Cascavel, 20 de março de 2024

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus e à Nossa Senhora pelo dom da vida e a proteção diária comigo e com os meus.

Aos meus pais, Luzia e Sebastião, por insistirem, lá atrás, na importância da carreira acadêmica. Sei que vocês nunca medirão esforços para nos ver bem. É por mim, mas pensando em vocês, que eu concluo a etapa mais importante da minha vida acadêmica e profissional. Amo vocês!

Ao meu irmão, Caique, o qual foi e continuará sendo um incentivador silencioso de todos os passos da minha vida. Amo você, maninho. #VaiCorinthians!

À Bianca, minha parceira diária, agradeço pela paciência, motivação e apoio em cada um dos desafios que trilhamos juntos. Você sempre me incentivou a seguir, isso me ajudou a chegar até aqui e tornou o caminho mais leve. Amo você!

Aos meus amigos Geovani (Dr. Lima), Gabriel (TH), Jean, Maycon (MD), Cristiano e Léo. Mesmo que silenciosamente, saibam que vocês foram importantes para que eu atingisse meu objetivo, pois foram meu apoio em cada um dos contatos diários.

Ao meu amigo Pedro Capitani, que sempre me incentivou e compartilhou experiências profissionais, pessoais e acadêmicas enriquecedoras. Cada troca foi e continuará sendo necessária. Nós conseguimos, Pedro!

Ao Programa de Mestrado em Letras, da UNIOESTE, por nos capacitar com seu corpo docente incrível. Afinal, esta pesquisa conta com a colaboração de cada um dos professores que tive contato. Vocês ensinam com maestria!

Ao professor Dr. Alexandre Sebastião Ferrari Soares, meu orientador. Primeiramente, agradeço por me aceitar como orientando, me sinto honrado a cada vez que lembro disso. Sou grato por cada acolhida, cada esclarecimento e cada orientação, principalmente por priorizar a saúde mental em cada uma de nossas conversas. Obrigado por compreender os passos que desejei para o desenvolvimento da pesquisa. Sem suas contribuições, eu não conseguiria. Saiba que foi e continuará sendo muito importante para os meus estudos. Você é referência!

À professora Dra. Célia Fernandes, agradeço pela atenciosa e enriquecedora contribuição no desenvolvimento desta pesquisa. A sua leitura, no Seminário de Dissertação, foi primordial para que eu enxergasse as possibilidades teóricas que conduziram os gestos de análise até aqui.

À banca de avaliação final por aceitar ao convite, pelo cuidado ao ler e pelas ponderações enriquecedoras. À professora Dra. Silmara Dela-Silva, em especial, pois é um prazer inenarrável ter uma de minhas referências como contribuinte deste estudo. Ao professor Dr. Alexandre Zanella por dedicar seu tempo e também contribuir para a lapidação desta pesquisa.

Por fim, à CAPES pela concessão da bolsa que viabilizou a realização deste estudo. O suporte financeiro foi fundamental para minha dedicação ao processo, permitindo aprofundar meu conhecimento e me dedicar ao desenvolvimento desta dissertação.

RODRIGUES, Lucas A. **VAMOS AOS FATOS: FUNCIONAMENTO DISCURSIVO A PARTIR DO MÉTODO DE CHECAGEM DE INFORMAÇÕES.** 2024. (89 f.). Dissertação (Mestrado em Letras) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE). Cascavel.

Orientador: Alexandre Sebastião Ferrari Soares.  
Defesa: 20 de março de 2024.

## RESUMO

Este trabalho é o resultado de uma pesquisa acerca do funcionamento discursivo jornalístico da mídia *Aos Fatos*, a qual tem a sua prática jornalística centrada na checagem de fatos. O *corpus* da pesquisa é constituído por dezoito Sequências Discursivas (doravante, SDs) referentes aos discursos presentes nas seções *Nosso Método* (descrição metodológica), *Checamos*, *Quem Somos* e de duas notícias retiradas da página da *Aos Fatos* no *Instagram*. A idealização *objetiva e transparente* que a *Aos Fatos* sustenta sobre a sua atividade jornalística, foi o que nos motivou a desenvolver esta pesquisa. Por isso, o objetivo principal foi de *analisar o funcionamento discursivo da Aos Fatos* para compreender quais *lugares discursivos* ocupa ao colocar discursos em circulação. Embasando nossos gestos analíticos a partir da perspectiva teórica da Análise do Discurso de linha francesa, proposta por Michel Pêcheux, pudemos compreender como a *Aos Fatos* constitui efeitos de sentido que nos proporcionam indicar a sua inserção na rede de memória das práticas jornalísticas da grande mídia, visto que sua prática é constituída por discursos que já circulam no meio digital e o faz sob a ilusão da linguagem transparente e objetiva, mantendo-se em um imaginário jornalístico de mídia confiável, regida por imparcialidade e tida como mantenedora da *verdade*. Os sentidos analisados apontam, então, para a impossibilidade de pertencimento da *Aos Fatos* em um espaço *fora* do ideológico, pois os gestos interpretativos aplicados na construção das checagens de fatos realizadas, constituem as filiações discursivas e ideológicas refletidas na prática discursiva midiática da *Aos Fatos*.

**PALAVRAS-CHAVE:** Checagem de Fatos; Análise do Discurso Pecheutiana; Funcionamento Discursivo; Discurso Jornalístico; Filiação Discursiva; Filiação Ideológica.

RODRIGUES, Lucas A. **LET'S GET TO AOS FATOS: DISCURSIVE FUNCTIONING BASED ON THE INFORMATION CHECKING METHOD.** 2024. (89 f.). Dissertation (Masters in Language) - Western Paraná State University – UNIOESTE, Cascavel.

Advisor: Alexandre Sebastião Ferrari Soares.

Dissertation defense: March 20th, 2024.

## ABSTRACT

This work is the result of research on the journalistic discursive functioning of the fact-checking media *Aos Fatos*, which centers its journalistic practice on fact-checking. The research corpus consists of eighteen Discursive Sequences (hereinafter, SDs) related to the discourses present in the sections "Our Method" (methodological description), "We Check," "Who We Are," and two news articles taken from *Aos Fatos*' Instagram page. The idealized *objective* and *transparency* that *Aos Fatos* maintains about its journalistic activity motivated us to develop this research. Therefore, the main objective was to *analyze the discursive functioning of Aos Fatos* to understand the *discursive positions* it occupies when disseminating discourses. Grounding our analytical gestures from the theoretical perspective of French Discourse Analysis, proposed by Michel Pêcheux, we were able to understand how *Aos Fatos* establishes effects of meaning that indicate its insertion into the memory network of mainstream journalistic practices. This is because its practice is constituted by discourses already circulating in the digital environment, under the illusion of transparent and objective language, maintaining itself in a journalistic imaginary of reliable media, governed by impartiality and regarded as a truth maintainer. The analyzed meanings point, therefore, to the impossibility of *Aos Fatos* belonging to a space outside the ideological realm, as the interpretive gestures applied in the construction of fact-checks constitute the discursive and ideological affiliations reflected in *Aos Fatos*' media discursive practice.

**KEYWORDS:** Fact-Checking; French Discourse Analysis; Discursive Functioning; Journalistic Discourse; Discursive Affiliation; Ideological Affiliation.

## SUMÁRIO

<b>1 GESTOS INICIAIS: INQUIETAÇÕES, UM <i>CORPUS</i>, UMA TEORIA.....</b>	<b>8</b>
<b>2 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS: CONCEITOS BASILARES DA ANÁLISE DO DISCURSO.....</b>	<b>14</b>
2.1 PROCESSO ANALÍTICO: FUNCIONAMENTO METODOLÓGICO DA ANÁLISE DO DISCURSO.....	15
2.2 DISCURSO: UM OBJETO SÓCIO-HISTÓRICO.....	17
2.3 CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO, <i>ESQUECIMENTOS</i> E O IMAGINÁRIO: CONCEITOS CONSTITUINTES DOS EFEITOS DE SENTIDO.....	20
2.4 FORMAÇÕES DISCURSIVAS E IDEOLÓGICAS: O SUJEITO E AS INTERPELAÇÕES.....	25
2.5 O DIGITAL E AS <i>FAKE NEWS</i> : CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO QUE CONSTITUEM A AOS <i>FATOS</i> .....	33
<b>3 FUNCIONAMENTO DISCURSIVO DA AOS <i>FATOS</i> A PARTIR DA CHECAGEM DE INFORMAÇÕES.....</b>	<b>37</b>
<b>GESTOS FINAIS.....</b>	<b>79</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>84</b>

## 1 GESTOS INICIAIS: INQUIETAÇÕES, UM CORPUS, UMA TEORIA

A construção desta pesquisa é realizada a partir das concepções da Análise de Discurso propostas por Michel Pêcheux, na França, em meados dos anos 1960 e a partir da repercussão dos estudos de Eni P. Orlandi, no Brasil, a partir dos anos 1970. A teoria possibilita compreender o funcionamento discursivo da mídia *Aos Fatos* a partir de sua descrição metodológica e publicações postas em circulação em seu espaço digital.

A *Aos Fatos* é uma mídia fundada em 2015 que trabalha suas publicações em torno da investigação de campanhas de desinformação, para, a partir disso, realizar a atividade jornalística de *checagem de fatos*. A mídia, somada às opções de redes sociais disponibilizadas para veicular suas notícias, conta com milhares de seguidores. No *Instagram*, por exemplo, são mais de 320 mil.

Trata-se, segundo a própria mídia na seção *Quem Somos*, de uma “plataforma jornalística de investigação de campanhas de desinformação e de checagem de fatos” (AOS FATOS, 2015?<sup>1</sup>), não adepta ao uso de publicidades como fonte de recurso, sem financiamento (monetário) estatal, sustentada por um programa de assinaturas mensal, anual ou único, ofertado aos seus apoiadores. Além disso, descreve-se como aplicadores de um modelo híbrido de combinação de tecnologia e investigação jornalística que fornecem informações *precisas sobre as mentiras contadas pelos políticos*, as campanhas de desinformação organizadas pelos políticos e a influência das empresas de tecnologia nesse cenário. Segundo a mídia, a produção dessas informações é baseada em uma metodologia de apuração e verificação, reconhecida internacionalmente por meio de parcerias transnacionais, prêmios e instituições governamentais (AOS FATOS, 2015?).

Dessa forma, selecionamos a *Aos Fatos* a partir da inquietação surgida ao realizar leituras de nível primário, visto que a mídia, por meio de suas publicações, reforça o efeito de evidência, ou seja, impõe ao seu leitor a não destoar dos discursos que ali são postos em (re)circulação, pois buscam exercer o controle dos sentidos nas

---

<sup>1</sup> Estima-se 2015, pois foi a data de fundação declarada pela mídia. Logo, entendo que a descrição *Quem Somos* foi publicada a partir da criação da *Aos Fatos*. Dessa forma, a presença da interrogação é justificada pela não divulgação da data exata de publicação da descrição da mídia. O mesmo recurso poderá ser observado nas demais sequências discursivas que foram retiradas da mesma fonte e justificado, também, pela inexatidão sobre a data de publicação.

checagens publicadas. Entendemos que ressoam efeitos de sentido a partir dos gestos interpretativos ancorados à retomada de discursos para que as publicações circulem.

Por isso, por meio da Análise do Discurso de linha francesa, é possível compreender como os discursos jornalísticos da *Aos Fatos* são construídos, funcionam e quais são as filiações discursivas e ideológicas que os constituem, tendo como princípio elevar a consciência crítica de quem consome tais publicações.

A partir de Pêcheux, compreendemos o discurso como *efeitos de sentidos entre locutores*, sendo um objeto histórico e social. Os discursos funcionam a partir da materialidade da língua na história e das condições de produção que o sujeito-enunciador está submetido. Assim, as palavras não carregam em si o sentido, pois o discurso funciona ao “equivoco da língua: todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro” (PÊCHEUX, 1983, p. 53).

Assim, compreendemos que o discurso não está colado à evidência de ser só e exclusivamente *aquilo* que o sujeito, inconscientemente, supõe. Não existe em si *um* sentido, mas efeitos de sentido que são (re)construídos na/pela a história, produzindo efeitos a partir da interpelação ideológica. Havendo, dessa forma, a construção de redes de efeitos de sentido ao colocar um discurso em circulação.

Partindo dos efeitos de sentido *da mídia sobre a própria mídia* que compõe o *corpus* desta pesquisa, os enunciados analisados são abordados como Sequências Discursivas (doravante, SDs). Dessa forma, é tocante a breve abordagem desse conceito, o qual, baseado em Courtine (1981, p. 25), é definido como “sequências orais ou escritas de dimensão superior à frase”, ou seja, são as sequências discursivas que “representam, no fio do discurso (ou intradiscurso), o retorno da memória (a repetibilidade que sustenta o interdiscurso)” (MARIANI, 1996, p. 54) e carregam os efeitos de sentidos que surgem a partir do gesto discursivo, sendo uma unidade de análise que se refere a um conjunto de possíveis enunciados.

Assim abordado, propomos uma seleção de dezoito sequências discursivas, as quais foram retiradas da descrição metodológica da *Aos Fatos*, nomeada de *Nosso Método*; de notícias que estão na editoria *Checamos* do site da *Aos Fatos*, onde são publicadas as checagens de fatos realizadas; e, também, de publicações no perfil oficial do *Instagram* da mídia. As sequências discursivas foram selecionadas com o objetivo principal de *analisar o funcionamento discursivo a partir do que a mídia dispõe*

*em seu espaço digital*. Portanto, nosso segundo critério foi analisar como funcionam, já postos em circulação, os discursos em funcionamento da metodologia descrita.

O recorte temporal das sequências discursivas selecionadas abrange os anos 2022 e 2023, mas a descrição metodológica que compõe, também, o *corpus* desta pesquisa, foi publicada entre os anos de 2015 e 2016, quando a mídia foi criada e adaptada para exercer a função de checagem a partir do reconhecimento internacional que será discutido ainda nesta seção.

Baseado nos estudos acerca das mídias sociais, a agência *We Are Social* afirma que o *Instagram* tem, aproximadamente, 2 bilhões de contas ativas em todo o mundo. Já, no Brasil, as pesquisas levantam cerca de 110 milhões de consumidores ativos no país<sup>2</sup>. Dessa forma, considerando o *Instagram* uma rede social de alto consumo digital, selecionamos tal espaço a fim de analisar de que modo a *Aos Fatos* coloca em prática a metodologia adotada nesse meio. Nos instigamos a analisar esse espaço digital, pois o perfil da *Aos Fatos* no *Instagram* conta com um número de seguidores elevado, o que acentua o interesse da mídia em colocar notícias para circularem nesse âmbito.

Partindo da relevância numérica de usuários do *Instagram*, objetivamos analisar a forma como a mídia põe discursos em circulação a partir de suas publicações, pois é, também, parte do processo de construção de notícias além das que são dispostas nas seções do site. Realizaremos isso a fim de analisar a aplicação do funcionamento metodológico a partir do que a *Aos Fatos* faz circular no *Instagram*.

A metodologia de apuração que a mídia descreve como checagem de fatos ou *fact-checking*, parte da

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

Trata-se de uma prática jornalística que constitui efeitos de sentidos sobre a assecuridade de produzir informações corretas que serão comercializadas como uma nova prática e sob um espaço amplo: o digital.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2023/07/qual-a-rede-social-mais-usada-em-2023-a-resposta-vai-te-surpreender-edapps.ghtml>. Acesso em: 05 dez. 2023.

Além disso, a *Aos Fatos*, por exemplo, desde 2016, tem sua prática jornalística reconhecida pela Aliança Internacional de Checagem de Fatos, ou, em inglês, *International Fact-Checking Network* (IFCN), uma associação internacional de checadores de fatos, vinculada ao Instituto Poynter, uma escola de jornalismo e pesquisa localizada na Flórida (Estados Unidos).

Para obter esse reconhecimento, a mídia precisa seguir alguns princípios estabelecidos por essa rede de verificação de notícias. A saber:

- a) apartidarismo e imparcialidade;
- b) transparência das fontes;
- c) transparência do financiamento e da organização;
- d) transparência da metodologia;
- e) política de correções aberta e honesta.

Tais princípios estabelecidos para a *Aos Fatos* *ser e permanecer* neste lugar de reconhecimento internacional, alçam a mídia a uma categoria de referência na prática jornalística a partir do que é posto em circulação. Entretanto, ecoam-se efeitos de sentidos de uma mídia que é elencada não somente como uma referência na prática de checagem de fatos, mas como uma mídia modelo do fazer jornalístico. Assim, os efeitos que decorrem a partir da imposição dos princípios da *transparência*, *apartidarismo*, *imparcialidade*, tornam-se, segundo a mídia, constitutivos dos sentidos do que a *Aos Fatos* põe em circulação, o que reforça os mitos do discurso propostos por Mariani (2005)<sup>3</sup>.

Segundo Dela-Silva (2021, p. 5952), esses princípios são termos *frequentes no discurso do e sobre o jornalismo*, visto que se consolidaram e sustentam-se no imaginário jornalístico, o que nos leva a enxergá-los que são, também, uma “instância de poder” pela busca por tentar controlar os discursos e os sentidos. Assim, a checagem de fatos, a partir do direcionamento que a *Aos Fatos* adota ao seguir tais princípios, servirá como um instrumento para refletir analiticamente acerca do funcionamento discursivo da *Aos Fatos*: o que a mídia escreve sobre si, nesse caso, sobre seu funcionamento metodológico, e, além disso, as publicações que são postas

---

<sup>3</sup> Tais mitos serão abordados na página 33.

em circulação no seu espaço digital, a fim de apontar as filiações discursivas e ideológicas.

Entendemos que apesar dos princípios impostos à mídia para se enquadrar como uma mídia qualificada a exercer tal atividade jornalística, para a Análise do Discurso, partimos da noção de que nunca um discurso expressará um sentido literal, transparente, visto que “tomar a palavra é inscrever-se em uma rede de diferenças e é, também, entrar em redes de produção de sentidos” (MAGALHÃES; MARIANI, 2010, p. 397). Logo, ao tomar a palavra, a mídia se insere nessa rede de produção de sentidos, não sendo seus discursos isolados e estáticos.

Os discursos ali veiculados se associam, como quaisquer outros, a determinadas Formações Discursivas e Formações Ideológicas<sup>4</sup> e constroem um imaginário da/sobre a grande mídia. Conforme Dela-Silva (2021, p. 5954), “por grande mídia entendemos a mídia que possui condições privilegiadas de circulação e, conseqüentemente, ampla representatividade em nossa formação social por decorrência de seu poderio político-econômico”.

Para Santos (2013), pesquisador da teoria da Comunicação Social, a mídia alternativa vem na contramão a esses ideais e *designa práticas e experiências jornalísticas não alinhadas à chamada grande mídia*, ou seja, prega uma maneira independente de produzir notícias, correspondendo a um jornalismo que visa, independentemente, ocupar um espaço de luta no discurso jornalístico.

Diante disso, a partir do movimento pendular e do batimento construído entre teoria e análise, agitando os processos de produção de sentidos sobre o *corpus* selecionado (PETRI, 2013, p. 42), analisamos discursivamente de que forma a *Aos Fatos* busca sustentar a imparcialidade declarada em sua metodologia e quais efeitos de sentido os discursos proporcionam a partir do que é veiculado, bem como as filiações discursivas e ideológicas presentes em cada uma das sequências discursivas analisadas, ou seja, analisamos de que modo tais discursos são produzidos, compreendidos como fontes confiáveis e tidos, a partir do que a mídia diz, como um discurso neutro, isento, verdadeiro e imparcial.

O que buscamos quando propomos a analisar este funcionamento, é responder ao seguinte questionamento: **quais são os espaços discursivos que a *Aos Fatos* ocupa ao colocar notícias em circulação?**

---

<sup>4</sup> Os conceitos de Formação Discursiva e Formação Ideológica serão abordados nas páginas 19-20.

Diante da imposição de tal questionamento, desenvolvemos um trabalho de análise que focará nos discursos da *Aos Fatos* postos em circulação, principalmente por autodeclarar-se pertencente a um espaço discursivo isento que, conseqüentemente, por ocupar o espaço digital, atinge a um número expressivo de leitores, aumentando a alcançabilidade desses discursos.

Dessa forma, é importante ressaltar que a importância da pesquisa visa contribuir não somente com os estudos da Análise do Discurso pecheutiana, mas com os estudos acerca do funcionamento discursivo de mídias digitais que propõem, sobretudo, esse trabalho de checagem de fatos, e, assim, permitir a compreensão acerca da inserção de tais mídias no meio jornalístico.

Após abordar as questões iniciais que nos motivaram a desenvolver esta pesquisa, ou seja, as reflexões a partir do ponto de partida que direciona este estudo, o trabalho está organizado da seguinte maneira: no primeiro capítulo intitulado “pressupostos teóricos: conceitos basilares da Análise do Discurso”, abordamos a corrente teórica sob a qual a pesquisa está ancorada e refletimos sobre os conceitos mobilizados no gesto analítico sequências discursivas selecionadas.

No segundo capítulo, cujo título é “funcionamento discursivo da *Aos Fatos* a partir da checagem de informações”, realizamos uma abordagem sobre o cenário da mídia alternativa digital, em especial acerca do funcionamento da metodologia da *Aos Fatos*. É, também, o capítulo em que propomos analisar as sequências discursivas que foram postas em circulação pela *Aos Fatos*.

Por fim, são apresentadas as considerações finais sobre a temática.

## 2 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS: CONCEITOS BASILARES DA ANÁLISE DO DISCURSO

Neste capítulo, objetiva-se realizar uma revisão teórica da Análise de Discurso de linha francesa, desenvolvida por Michel Pêcheux. Para que se possa compreender o funcionamento discursivo proposto, serão mobilizados, durante o gesto analítico, os conceitos de discurso, sujeito, ideologia, condições de produção, formação discursiva, formação ideológica e formação imaginária.

A exigência do *corpus* em abordar esses conceitos relaciona-se a partir da questão formulada e apresentada na seção anterior, sendo ela de nossa responsabilidade enquanto analistas. Por isso, conforme Orlandi (2015, p. 25), a partir da questão que norteará e desencadeará o processo analítico, cada análise mobilizará diferentes conceitos, pois trata-se de um processo *individualizado* pelo analista durante o gesto interpretativo.

Destaco *individualizado*, pois, pode-se inferir a possibilidade de “liberdade” do analista frente ao *corpus*, entretanto, não é um processo particular, é sempre a partir do teórico e guiado pela questão de pesquisa. Há um procedimento que guia os gestos de análise, não se trata de um individualismo, mas um processo individual guiado pelo processo teórico-metodológico da Análise do Discurso.

O processo analítico, então, tido como individualizado, funciona diferentemente do dispositivo teórico da Análise do Discurso, o qual é o mesmo para todos. O que ocorre é que os dispositivos analíticos se diferenciam de acordo com a “questão posta pelo analista, a natural do material que analisa e a finalidade de análise” (ORLANDI, 2015, p. 25), abordando uns conceitos e não outros, dependendo, também, das solicitações que a materialidade sugere para a construção do processo analítico.

Dessa forma, a partir do dispositivo teórico da Análise do Discurso de linha francesa, o analista coloca em funcionamento seus movimentos descritivos, interpretativos e suas práticas de leituras para constituir “seu” próprio dispositivo analítico e proporcionar efeitos conclusivos à questão formulada (ORLANDI, 2015).

Sendo assim, faz-se necessária a revisitação desses conceitos ao longo deste trabalho, a fim de discutir o funcionamento discursivo da *Aos Fatos*, além de possibilitar a expansão de pesquisas que cercam as mídias que realizam tal prática jornalística, buscando desnaturalizar, a partir das análises realizadas, a ideia de neutralidade dos discursos que são postos em circulação pela *Aos Fatos*.

## 2.1 PROCESSO ANALÍTICO: FUNCIONAMENTO METODOLÓGICO DA ANÁLISE DO DISCURSO

Com o objetivo de desenvolver diferentes perspectivas de leituras, o analista do discurso, dispondo do dispositivo teórico-metodológico, deve observar os processos de produção dos discursos a partir do contato com o *corpus*.

Orlandi (2015, p. 64) distingue como passos fundamentais e iniciais a relação entre a superfície linguística e o objeto discursivo. De modo breve, o primeiro passo posto pela autora trata-se da materialidade a ser analisada em seu formato bruto, inicial. É preciso olhar para a superfície linguística da materialidade, tal qual conforme a sua existência, pois o *corpus* não é dado ao analista, é necessário que passe a essa primeira etapa e o converta em um “objeto teórico de-superficializado”, trazendo do empírico para um objeto teórico.

Posteriormente, o objeto discursivo, como define a autora, já-é definido como *corpus*, visto que, mesmo que superficialmente, passou por um processo de análise. A partir disso, o analista encontra-se em um processo discursivo de “estar autorizado” a analisar discursivamente o objeto do discurso e compreender os efeitos de sentido produzidos pelo objeto.

Então, a partir dessas duas etapas fundamentais e após a definição do objeto discursivo, o analista passa a observar as circunstâncias em que aquele *corpus* é construído para compreender a textualização do discurso a ser analisado. Dessa forma, “inicia-se o trabalho de análise pela configuração do *corpus*, delineando-se seus limites, fazendo recortes (...) retomando-se conceitos e noções” (ORLANDI, 2015, p. 64-65), colocando em prática no processo discursivo a relação entre a teoria, o *corpus* e a análise, sendo percurso fundamental para o funcionamento da Análise do Discurso: é preciso ir e vir durante todo o procedimento de análise proposto nesta corrente teórica para que o analista construa o dispositivo analítico.

A fim de expandir a compreensão desse percurso, Orlandi (2015) divide o trabalho do analista frente a um *corpus* dessa maneira:

- 1ª etapa:** Passagem da Superfície Linguística - Texto (Discurso);
- 2ª etapa:** Passagem da Objeto Discursivo - Formação Discursiva;
- 3ª etapa:** Processo Discursivo - Formação Ideológica (ORLANDI, 2015, p. 76, negritos meus).

Primeiramente, a partir do que é linguístico, o analista deve ter uma perspectiva já discursiva para construir um observatório para si, mas já sabendo que é necessário desfazer-se da “ilusão de que aquilo que foi dito só poderia sê-lo daquela maneira” (ORLANDI, 2015, p. 76). A partir do objeto de análise, é preciso considerar que outros efeitos de sentido podem ser (re)produzidos. Ao tratar desse processo ilusório, mesmo que o analista tenha tal lucidez, é necessário se reconhecer como assujeitado, como afetado pelos sentidos e atravessado pela ideologia, para, somente assim, justificar a análise construída.

Na passagem da superfície linguística para o objeto discursivo, cabe ao analista considerar as formações discursivas que estão em jogo e que permitem atingir a relação entre texto e discurso. Nessa etapa, a partir do delineamento das formações discursivas, é importante entender que o interlocutor, assim como o analista, está assujeitado pela ideologia e que assim ele “atinge a constituição dos processos discursivos responsáveis pelos efeitos de sentidos produzidos naquele material simbólico, de cuja formulação o analista partiu” (ORLANDI, 2015, p. 76).

Para que se atinja o processo discursivo, a última das três etapas, deve-se entender que serão sempre efeitos de sentido, pois, o enunciado significará a partir do lugar ocupado pelo sujeito-enunciador, observando, ao analisar, a forma como o sentido é construído por meio do histórico, não por meio dos textos, mas pelas “condições de produção em relação à memória, onde intervém a ideologia, o inconsciente, o esquecimento, a falha, o equívoco” (ORLANDI, 2015, p. 62-63).

É dessa maneira que partimos de um *corpus* empírico para o *corpus* do discurso, pois os textos são “monumentos nos quais se inscrevem as múltiplas possibilidades de leitura” (ORLANDI, 2015, p. 62). Portanto, o processo analítico corresponde ao processo de produção de sentido e está sempre suscetível a outros sentidos possíveis.

Dessa forma, mesmo tendo seus gestos orientados pela teoria, o analista do discurso deve compreender que sua pesquisa é, também, afetada ideologicamente desde o momento da seleção do *corpus*. Isso significa que, mesmo que o *corpus* provoque uma inquietação para o analista, deve proceder ao gesto de interpretação considerando o funcionamento discursivo.

O que se espera ao ocupar a posição de analista, é que não se busque neutralidade, mas, sim, conforme Orlandi (2015, p. 59), se relativize a interpretação e desloca-se enquanto sujeito no gesto da interpretação a partir do *objeto simbólico*.

Visto que interpretar é parte do processo de análise do *corpus*, logo, deve ser realizado como um gesto de *entremeio*: “Ele não se coloca fora da história, do simbólico ou da ideologia. Ele se coloca em uma posição deslocada que lhe permite contemplar o processo de produção de sentidos em suas condições” (ORLANDI, 2015, p. 59). Então, cabe ao analista compreender que os gestos são conduzidos pela teoria e que constituem um deslocamento realizado pelo sujeito do discurso que ocupa um espaço de analista em relação ao material simbólico, mas não fora do ideológico, pois descrever e interpretar são gestos constitutivos também do analista.

Assim, a partir do movimento pendular “imperfeito (...) que se produz sobre a teoria e as análises de discursos” (PETRI, 2013, p. 43), refletiremos a respeito do funcionamento discursivo da mídia alternativa colaborativa digital *Aos Fatos*.

## 2.2 DISCURSO: UM OBJETO SÓCIO-HISTÓRICO

Uma vez que o discurso proporciona observar o homem falando, também passa a ser constituinte do sujeito, não como um sujeito ímpar, mas como interpelado ideologicamente, trabalhando “a relação língua-discurso-ideologia” (ORLANDI, 2015, p. 15).

Assim, a primeira coisa a se observar é que **a Análise de Discurso não trabalha com a língua enquanto um sistema abstrato, mas com a língua no mundo**, com maneiras de significar, com homens falando considerando a produção de sentidos enquanto parte de suas vidas, seja enquanto sujeitos seja enquanto membros de uma determinada forma de sociedade (ORLANDI, 2015, p. 13-14, negritos meus).

A partir dessa relação estabelecida pela autora, considera-se que a língua em uso, constitutiva do sujeito, significa de formas variadas e tem-se sentidos diferentes, pois os discursos são proferidos por sujeitos que ocupam diferentes lugares na nossa formação social. Sobre isso, Pêcheux (2014, p. 146) afirma que o “sentido (...) é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual palavras, expressões e preposições são produzidas (isto é, reproduzidas)”, ou seja, se molda de acordo com a posição do sujeito que produz o discurso. Logo, o funcionamento do discurso só é possível a partir da retomada de

sentidos, o que faz com que não haja literalidade, “não tem um sentido” (PÊCHEUX, 2014, p.147), mas efeitos dele a partir de cada posição.

A fim de compreender o funcionamento do discurso e seus efeitos de sentido, partiremos da seguinte sequência discursiva:

**SD1:** A equipe não faz militância nem manifesta *preferência* - ela é estimulada a ouvir todos os lados. *Qualquer comportamento destoante da busca pela isenção e da pluralidade não faz parte da filosofia do Aos Fatos*, tampouco de sua linha editorial (AOS FATOS, *Nosso Método*, 2015?, negritos do autor, itálicos meus).

Nesta SD, podemos observar a forma como a *Aos Fatos* discursiviza em suas publicações. A *Aos Fatos*, ao descrever sua “filosofia”, produz efeitos de sentido que a colocam em um (pseudo)espaço sem possibilidades interpretativas sobre suas notícias. Com isso, pode-se notar que a mídia assume uma posição, o que, segundo Pêcheux (2014), denomina-se como posição-sujeito. Isso ocorre, pois, ao discursivizar que a equipe *não faz militância*, a *Aos Fatos* ocupa uma posição no discurso a fim de se distanciar do sentido colado à “militância”: assumir uma posição e a defender até que seja possível transformar a ação sobre a qual debruça a *militância*.

Portanto, a *Aos Fatos* regulariza um discurso que não indica aos seus leitores a sua filiação discursiva, mas busca negar uma posição de militância, pois objetiva não dar margem a uma tomada de posição, nem demonstrar *preferência* sobre um ideal político, reforçado, nessa mesma SD1, como *estimulada a ouvir todos os lados*.

Cabe observar que a mídia declara a *isenção* e a *pluralidade* de ideias, buscando controlar os sentidos produzidos por meio de suas publicações, tentando guiá-los para um espaço que ela acredita ser sem isento, mas não é. O discurso jornalístico, assim como qualquer outro, é tido como palavra em movimento e significará a partir do contexto histórico-social que constitui o sujeito, mediando, simbolicamente, o sujeito com sua realidade social. Na materialidade analisada, trata-se de pensar em um sujeito que produz discursos para uma mídia digital, seguidora e impositora de regras para ser reconhecida internacionalmente pela atividade que pratica.

Os efeitos de sentidos constituem-se a partir do discurso, podendo sempre ser outro. Por exemplo, na SD1, ao dizer que “não faz militância nem manifesta preferência”, a *Aos Fatos* produz efeitos de sentido de isenção, de neutralidade, a fim de que suas produções sejam aceitas por quem as lê.

Dessa forma,

A Análise de Discurso, como seu próprio nome indica (...) ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando (ORLANDI, 2015, p. 13).

Conforme nos diz a autora, o discurso torna possível se deslocar enquanto sujeito frente à realidade na qual está inserido. Logo, não se trata de uma “transmissão de informação” (ORLANDI, 2015, p. 19), pois o discurso se constitui a partir da produção de sentido em algum lugar. Nesse caso, em uma esfera discursiva jornalística que conta com princípios e procedimentos a serem seguidos para significar e que “oferta” aos seus leitores a *verdade*, extrapolando a estrutura, mas não passando de um “efeito ilusório” (MARIANI, 2005, p.7).

Em relação ao processo de produção de um discurso, para Pêcheux (1990a, p. 74) é “o conjunto de mecanismos formais que produzem um discurso de tipo dado em ‘circunstâncias’ dadas”, ou seja, são as condições de produção que determinam qual efeito de sentido será atribuído ao enunciar de um determinado lugar. Logo, ainda conforme Pêcheux (2014), o sentido de uma palavra não está nela mesma, nem é linear. Portanto, o discurso é o “lugar em que se pode observar a relação entre língua e ideologia”, e é por meio da língua que os efeitos são materializados, sendo ela a *condição de possibilidade do discurso* (ORLANDI, 2015, p. 20).

### 2.3 CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO, *ESQUECIMENTOS* E O IMAGINÁRIO: CONCEITOS CONSTITUINTES DOS EFEITOS DE SENTIDO

O conceito de condições de produção ocupa um lugar privilegiado para/na teoria pecheutiana, pois, a partir dele, pode-se compreender que o sujeito não é a fonte do que diz. Para o autor,

**Um discurso é sempre pronunciado a partir de condições de produção dadas:** por exemplo, o deputado pertence a um partido político que participa do governo ou a um partido da oposição; é porta-voz de tal ou tal grupo que representa tal ou tal interesse, ou então está 'isolado', etc. Ele está, pois, bem ou mal, situado no interior da *relação de forças* existentes entre os elementos antagonistas de um campo político dado. **O que diz, o que anuncia, promete ou denuncia, não tem o mesmo estatuto conforme o lugar que ele ocupa;** a mesma declaração pode ser uma arma temível ou uma comédia ridícula segundo a posição do orador e do que ele representa, em relação ao que diz. (PÊCHEUX, 1997, p. 77, itálicos do autor, negritos meus).

Isso significa dizer que as condições de produção compreendem, de forma imaginária: o quê, quem, para quem, como, o porquê, foram produzidos certos discursos, isto é, em qual contexto sócio-histórico-ideológico aquilo que está dito foi dito para poder vir a significar a partir da posição do sujeito que enuncia. As condições de produção mesclam a própria posição do sujeito, a posição do outro e a historicidade e permite que o discurso do sujeito produza determinados sentidos e não outros - o que não anula a existência de outras possibilidades de sentidos.

Assim, as condições de produção determinam os possíveis efeitos de sentido, possibilitando sempre outros, a partir do lugar que o sujeito ocupa ao enunciar, logo, os sentidos não são estáveis e são constituídos em diferentes formações discursivas.

O sujeito, na perspectiva da AD francesa, é um sujeito interpelado ideologicamente. Para compreender essa concepção, é preciso saber que ninguém passa do natural para o social sem ser submetido ao que já está previsto pela ideologia, porque é da ideologia que parte o efeito de evidência que todo mundo sabe o que determinada expressão significa, pois tudo já é determinado (PÊCHEUX, 2014, p. 158).

Como a ideologia dita como as coisas são e serão, os sujeitos sempre serão sujeitos assujeitados, não a uma formação discursiva específica, mas, sim, à

ideologia, visto que não há nenhum sujeito, bem como nenhum lugar de enunciação, fora do campo ideológico (PÊCHEUX, 1997). Por isso, para a teoria pecheutiana, a interpelação ideológica constitui o indivíduo em sujeito e o guia inconscientemente.

Contentar-nos-emos em observar que o caráter comum das estruturas-funcionamentos designadas, respectivamente, como ideologia e inconsciente é o de dissimular sua própria existência no interior mesmo do seu funcionamento, produzindo um tecido de evidências “subjetivas”, devendo entender-se este último adjetivo não como “que afetam o sujeito”, mas “nas quais se constitui o sujeito” (PÊCHEUX, 1995, p. 152).

Assim, a partir de Pêcheux, compreendemos que o sujeito não é dono de si, não é autônomo, mas histórico. Dessa forma, o sujeito do discurso não é considerado a fonte de seus dizeres, pois tudo já foi dito, contudo, sob outras circunstâncias de enunciação. Logo, a condição de produção determinará, a partir do assujeitamento, em um processo inconsciente, quais serão os efeitos de sentido que os dizeres proferidos receberão a partir do ato enunciativo.

Nesse ponto, é importante considerar o que Pêcheux tece sobre os *esquecimentos* (PÊCHEUX, 2014, p. 161-162), pois, de certa forma, é o que dá ao sujeito as possibilidades ilusórias de não ser assujeitado e ser dono do que diz, constituindo o efeito-sujeito, o qual apaga o fato de o sujeito ser o que é, por ser resultado de um processo (MARIANI, 2000, p. 2).

O primeiro esquecimento refere-se à ilusão do sujeito pensar que é a fonte do que diz, a fonte de seus discursos, ou seja, é o apagamento de que o discurso já-é/se filia a uma formação discursiva, constituída por uma formação ideológica. O sujeito tem a ilusão de que é a fonte/origem dos sentidos que produz. Se trata de uma ilusão produzida por um processo inconsciente. Este processo se constitui por uma *retomada* de sentidos, conduzido pela ideologia que interpela o sujeito, chamado por Pêcheux (2014, p. 160) de “sistema inconsciente”.

O segundo esquecimento, para Pêcheux, é

pelo qual todo sujeito-falante ‘seleciona’ no interior da formação discursiva que o domina, isto é, no sistema de enunciados, formas e sequências que nela se encontram em relação de paráfrase – *um enunciado, forma ou sequência, e não um outro, que, no entanto, está no campo daquilo que poderia reformulá-lo na formação discursiva considerada* (PÊCHEUX, 2014, p. 161).

Neste caso, é quando o sujeito “esquece” os outros sentidos possíveis. Assim, o sujeito desconsidera outros modos de dizer, selecionando, inconscientemente, *um* sentido em detrimento de outros para “aprofundar o que ele pensa” (PÊCHEUX, 2014, p. 162).

Para observar esses conceitos, leia-se:

**SD2: Aos Fatos** é um site dedicado à checagem de fatos e à investigação de campanhas de desinformação. Por isso, adota métodos que prezam *pela transparência do fazer* (AOS FATOS, *Nosso Método*, 2015?, negritos do autor, itálicos meus).

A fim de compreender o funcionamento dos *esquecimentos* no discurso, a SD2 demonstra como o discurso jornalístico da *Aos Fatos* retoma e impõe a idealização da verdade no que é posto em circulação. Prezar pela transparência aponta para o imaginário construído de discurso jornalístico. Há, aí, um efeito ilusório que busca transmitir, a partir da checagem de fatos, a informação verdadeira. Portanto, apaga o que constitui o discurso (*esquecimento 1*) manipula a escolha das palavras para se dizer de uma forma e não de outra (*esquecimento 2*), indicando a sua inscrição em uma outra formação discursiva.

Dito que os *esquecimentos* apresentados por Pêcheux, são, também, constitutivos do funcionamento do discurso, o efeito ilusório de dizer-se fonte do dizer, como visto na SD2, é uma impressão da realidade, articulada inconscientemente, para que o sujeito “saiba” o que está dizendo, mas é apenas efeito do imaginário, o que coloca em funcionamento os *esquecimentos* e interpela os sujeitos ideologicamente.

O que possibilita ao analista chegar a determinados efeitos de fechamento<sup>5</sup>, é a imagem que o sujeito cria ao enunciar seu discurso, mas, também, a imagem que o sujeito cria sobre a imagem do seu interlocutor em relação ao que está sendo dito. É parte de um todo que é responsável por contextualizar o discurso a ocupar uma posição discursiva e assim, ao materializar o discurso, constituir o que diz, a partir do lugar que diz e o que está “apto” a dizer. O assujeitamento que ocorre no processo de interpelação determina os dizeres do sujeito, inconscientemente, e, ao materializar em uma determinada condição de produção, os efeitos de sentido se (re)constituem.

As formações imaginárias correspondem às imagens que os sujeitos projetam ao enunciar, isto é, são elas que “designam o lugar que A e B se atribuem cada um a

---

<sup>5</sup> Não conclusivos, visto que, para a Análise do Discurso, os sentidos sempre podem ser outros.

si e ao *outro*, a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (PÊCHEUX, 1997, p. 82, grifos do autor), como pode ser observado a seguir:

<b>Expressão que designa as formações imaginárias</b>	<b>Significação da expressão</b>	<b>Questão implícita cuja “resposta” subentende a formação imaginária correspondente</b>
<b>IA<sup>(A)</sup></b>	Imagem do lugar de A para o sujeito colocado em A	“Quem sou eu para lhe falar assim?”
<b>IA<sup>(b)</sup></b>	Imagem do lugar de B para o sujeito colocado em A	“Quem é ele para que eu lhe fale assim?”
<b>IB<sup>(B)</sup></b>	Imagem do lugar de B para o sujeito colocado em B	“Quem sou eu para ele me fale assim?”
<b>IB<sup>(A)</sup></b>	Imagem do lugar de A para o sujeito colocado em B	“Quem é ele para que me fale assim?”
<b>IA<sup>(R)</sup></b>	“Ponto de vista” de A sobre R	“De que lhe falo assim?”
<b>IB<sup>(R)</sup></b>	“Ponto de vista” de B sobre R	“De que ele me fala assim?”

**Fonte:** PÊCHEUX, M. 1990a.

Percebe-se, a partir desse esquema proposto por Pêcheux, o funcionamento das imagens que os sujeitos fazem de si e do outro, estabelecendo seus dizeres, pois, o sujeito A pode falar de si, como, também, do sujeito B, ou, ainda, retornar para si (A) e o mesmo processo acontece com o sujeito B, que pode falar de si, como de A e, novamente, de si. Esse processo corresponde à construção das imagens que os sujeitos têm de si e do outro, assim como do objeto de discurso.

Assim, a partir da SD2, percebe-se que a formação imaginária que a *Aos Fatos* faz de si enquanto um lugar que veicula discursos jornalísticos focados na prática de checagem de fatos, é que mesmo estando em um espaço saturado de meios jornalísticos, a mídia cria e sustenta essa formação imaginária de destaque sobre sua prática, buscando demonstrar uma dominação sobre as demais mídias, bem como a transparência no que produz. Dessa forma, as formações imaginárias comportam a imagem de si (*Aos Fatos*), do outro (sujeito-leitor/demais mídias) e do objeto do discurso (as publicações a partir das checagens), sendo um mecanismo de

funcionamento do discurso que permite corresponder às diferentes posições discursivas (não lugares físicos), passando das situações empíricas para as posições dos sujeitos no discurso.

Para Pêcheux (1999), o sujeito não é um organismo biológico, mas ocupa um lugar na nossa formação social e produz o discurso. De acordo com o autor, é o jogo imaginário que “permite ao sujeito passar da situação (empírica) para a posição (discursiva)” (ORLANDI, 2015, p. 38). Conforme Pêcheux (1999, p. 81), trata-se “lugares determinados na estrutura de uma formação social”, a partir de uma conjuntura sócio-histórica. Por isso, a equipe editorial produz o discurso a partir de um posicionamento e não outro, mas não se trata apenas das posições hierárquicas da gestão da mídia em questão, mas da linha editorial a qual os sujeitos da equipe devem se alinhar.

Os lugares de uma formação social funcionam a partir de “uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro, mediadas pelo jogo de antecipações” (PÊCHEUX, 1999, p. 81). São essas antecipações que propiciam alcançar as posições dos sujeitos nos discursos, não empiricamente, mas sim em uma condição de produção dada. Por exemplo, o sujeito que produz a notícia, projeta uma imagem do seu interlocutor, assim como do objeto do discurso e inscreve o dizer em uma ou outra formação discursiva.

Enquanto um espaço que detém informações por adotar a *transparência* sobre o que produz, como podemos observar na SD2, e realiza a checagem para entregar ao seu leitor a ilusória forma correta de um acontecimento, a formação imaginária que a *Aos Fatos* faz de si é de uma posição discursiva projetada a partir do ato de sobressair às demais informações e colocar em circulação apenas a verdade, como língua objetiva e clara, sem atravessamentos ideológicos, logo vai se constituindo uma imagem, por meio do mecanismo das formações imaginárias, de uma mídia confiável, seguidora de princípios e regida por uma suposta imparcialidade.

O discurso, ao ser analisado, será relacionado com a situação que o colocou em circulação. Logo, serão concretizados os efeitos de sentido quando materializado pela língua e determinados pela formação ideológica a qual o sujeito está inserido. Portanto, para Pêcheux (1997), as condições de produção constituem o processo interpretativo sobre um discurso. É, a partir delas, que as formações discursivas e

ideológicas são articuladas, pois o discurso “deriva de condições de produção específicas” (PÊCHEUX, 2014, p. 163).

#### 2.4 FORMAÇÕES DISCURSIVAS E IDEOLÓGICAS: O SUJEITO E AS INTERPELAÇÕES

Segundo Petri (2013, p. 42), “não há uma predeterminação que estabeleça onde tem início o movimento pendular que o analista de discurso realiza em seu trabalho, ele pode ou não ter início na teoria”, trata-se de um movimento oscilatório, podendo partir da teoria para o *corpus*, ou do *corpus* para a teoria, o que é o caso desta pesquisa, visto que, a partir da inquietação frente ao *corpus*, os efeitos de sentido foram responsáveis por ascender a abordagem sobre os conceitos teóricos aqui presentes e construir os gestos de análise sobre o objeto de pesquisa.

Dessa forma, a partir da tentativa da mídia em se colocar em um espaço sem filiações ideológicas, “os movimentos de ir e vir (da teoria para a análise e/ou vice-versa)” (PETRI, 2013, p. 42) fizeram com que surgisse a necessidade teórica de mobilizar, neste tópico, os conceitos de Formações Discursivas e Ideológicas, pois são importantes conceitos a serem abordados em vista do papel determinante que ocupam na produção dos efeitos de sentido produzidos pelos discursos. Dessa forma, a partir da materialidade discursiva selecionada, construímos, pautado em tais conceitos, movimentos analíticos acerca do funcionamento discursivo da *Aos Fatos*.

Cabe, aqui, tecer um batimento teórico e analítico para compreender que tais conceitos fazem parte do funcionamento um do outro: as formações ideológicas constituem-se a parte do conjunto de ideologias e as formações discursivas são a materialização das formações ideológicas. Destarte, não podemos pensar em trazer à cena um conceito e não outro, pois são conceitos interligados. Para Pêcheux, são as formações discursivas que possibilitam/permitem ao sujeito dizer o que diz. Por isso, são importantes conceitos a serem abordados para a compreensão do funcionamento da materialidade que propomos analisar ao desenvolver esta pesquisa.

Para a AD, a estrutura sintática não é desconsiderada na construção do sentido, entretanto, é necessário destacar que essa estrutural está relacionada à língua, ao discurso e a ideologia, pois, a ideologia se inscreve no discurso e o discurso na língua. Logo, sem língua, não há sentido e o discurso, é uma relação entre língua,

discurso e ideologia (ORLANDI, 2015). A partir dessa relação, a AD possibilita compreender o processo de produção de sentidos a partir da análise das formações discursivas que, no discurso, materializam as formações ideológicas, “colocando o homem numa relação imaginária com suas condições materiais de existência” (ORLANDI, 2015, p. 44). Não é simplesmente um conjunto de ideias ou de crenças que o sujeito tem, mas sim uma forma de pensar e agir que está ligada à sua forma de existência, onde as contradições e desigualdades são impostas e tidas como naturais e inevitáveis para o sujeito.

**é a ideologia que fornece as evidências pelas quais ‘todo mundo sabe’ o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve etc.**, evidências que fazem com que uma palavra ou enunciado *queiram dizer o que realmente dizem* e que mascaram, assim, sob a *transparência da linguagem*, aquilo que chamaremos o caráter material do sentido das palavras e dos enunciados (PÊCHEUX, 2014, p. 146, itálicos do autor, negritos meus).

Nesse viés, é *evidente* para o sujeito que *todos* saibam o que é um *soldado*, pois o que se sabe, é determinado ideologicamente, visto que a ideologia “é a condição para a constituição do sujeito e dos sentidos” (ORLANDI, 2015, p. 44), ou seja, o discurso torna-se o lugar que proporciona observar a relação entre língua e ideologia. Trata-se, como vimos afirmando, de um sujeito afetado pela história que atualiza os sentidos a partir das relações exteriores.

Na concepção de Pêcheux e Fuchs ([1975] 1997, p. 166 - aspas e itálicos dos autores), a formação ideológica é, pois, o “conjunto complexo de atitudes e de representações que não são nem ‘individuais’ e nem ‘universais’, mas que se relacionam mais ou menos diretamente *a posições de classes* em conflitos umas em relação às outras”. As formações ideológicas, segundo os autores, constituem uma região onde se dá a luta de classes, onde as posições políticas e ideológicas organizam-se, mantendo uma relação de confronto, aliança ou dominação. Assim, o conceito de Formação Ideológica articula-se ao de Formação Discursiva e se “comporta como um de seus componentes uma ou várias formações discursivas que determinam o que pode e deve ser dito” (PÊCHEUX, 2014, p. 164), sendo capazes de intervir na conjuntura ideológica de classes.

Dessa forma, tem-se funcionando no discurso o conceito de Formação Discursiva (doravante, FD), proposto por Michel Foucault (2005), em *A Arqueologia*

*do Saber*, e ressignificado por Pêcheux a um novo estatuto teórico a partir da perspectiva do Marxismo, relacionando-o com o discurso, com a ideologia e com a luta de classes. Na concepção do filósofo francês, a formação discursiva é “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 (articulado sob a forma de uma arenga de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc)” (PÊCHEUX, 2014, p. 147, negritos meus). Conforme o autor,

as formações ideológicas têm um caráter regional que elas se referem às mesmas “coisas” de modo diferente (Liberdade, Deus, a Justiça, etc.), e é porque as formações ideológicas têm um caráter de classe que elas se referem simultaneamente às mesmas “coisas” (PÊCHEUX, 1990b, p. 259).

Entendo a Formação Discursiva como sendo o lugar de articulação do discurso, determinado por uma Formação Ideológica. Ao articular o discurso e a ideologia, a FD permite chegar ao processo de produção dos sentidos, pois, de acordo com Orlandi (2015, p. 40), “as palavras mudam de sentido segundo as posições daqueles que as empregam”, ou seja, as palavras não carregam consigo *um* sentido, mas mudam a partir do lugar ocupado pelo sujeito. Isso significa que o sentido depende das condições de produção e da Formação Discursiva em que o sujeito está inserido e que funciona “em referência às formações ideológicas” (PÊCHEUX, 2014, p. 147). Desse modo, sujeitos diferentes podem referir-se às “*mesmas coisas*” de modo *diferente*.

Quando dito por Orlandi (2015) que as palavras mudam de sentido a partir da posição ocupada pelo sujeito, é porque se trata de sujeitos assujeitados, inscritos em uma determinada formação discursiva e não em outra(s). No entanto, essa repetição dos discursos não condiz com a ideia de que eles são produzidos exatamente com as mesmas palavras/expressões. Trata-se de efeitos de sentido “determinados ideologicamente” (ORLANDI, 2015, p. 41) que se *repetem*, pois estão inscritos em uma mesma região discursiva.

Ao dizer que os discursos se repetem, faz-se necessário trazer o conceito de interdiscurso - indispensável para pensar o processo discursivo. O interdiscurso, para Pêcheux, é o “todo complexo com dominante” (PÊCHEUX, 2014, p. 148-149) das

formações discursivas, é o que constitui a diferença entre as FDs, mas, também, as determina.

Próprio de toda formação discursiva dissimular, na transparência do sentido que nela se forma, a objetividade material contraditória do interdiscurso, que determina essa formação discursiva como tal, objetividade material essa que reside no fato de que “algo fala” (*ça parle*) sempre “antes, em outro lugar e independentemente”, isto é, sob a dominação do complexo das formações ideológicas (PÊCHEUX, 2014, p. 149).

A partir de Pêcheux, Indursky (2011) também compreende que o interdiscurso se constitui a partir de um complexo de formações discursivas, consistindo na regionalização das formações discursivas, abarcando todos os sentidos já produzidos historicamente, não selecionando o que somente passou a ser autorizado. Dessa forma, o interdiscurso pode ser compreendido como um espaço dotado e preenchido por tudo o que já foi dito, responsável por “reunir todos os sentidos produzidos por vozes anônimas, já esquecidas” (INDURSKY, 2011, p. 86). Desta forma, o interdiscurso possibilita que os sentidos que já existem, voltem a produzir sentidos no discurso do sujeito. Como, por exemplo, ao pensarmos no funcionamento da *Aos Fatos*, que retoma discursos que já foram postos em circulação para produzir outros discursos e possibilitar outros efeitos de sentido. O sentido já existente volta a produzir sentido, tido como efeito, a partir de outra condição de produção a qual o sujeito está inserido.

Além disso, a partir das relações de contradição, aliança, completude ou anulação, o interdiscurso é responsável pela movência dos sentidos. É um espaço capaz de importar dizeres de uma região discursiva para o surgimento/manutenção de outra. Dessa forma, os sentidos não já existem, cristalizados, em uma dada formação discursiva, mas a partir da repetição e regularização são inscritos no âmbito de uma determinada formação discursiva.

Assim, o interdiscurso possibilita que se construa um distanciamento entre os sentidos, mas sem que o sentido não faça mais parte dele. Por isso, considera-se o interdiscurso como um espaço sem lacunas a serem preenchidas, saturado (INDURSKY, 2011). Todos os sentidos estão abarcados ali, sendo ele o *complexo* das formações discursivas. O distanciamento ocorre, pois, os discursos, quando inscritos

em formações discursivas, produzirão sentido a partir delas, mas esse sentido só irá existir devido ao outro sentido já-lá presente no interdiscurso.

Nessa perspectiva, o interdiscurso, longe de ser efeito integrador da discursividade torna-se desde então seu princípio de funcionamento: *é porque* os elementos da sequência textual, funcionando em uma formação discursiva dada, podem ser importados (meta-forizados) de uma sequência pertencente a *uma outra* formação discursiva que as referências discursivas podem se construir e se deslocar historicamente (PÊCHEUX, 2015, p. 158, itálicos do autor).

A partir da relação de força estabelecida pelo interdiscurso, os sentidos importam-se de uma formação para a outra sendo, como dito pelo autor, *metaforizados*. São metaforizados, pois sempre já estão *pré-construídos*, trata-se de uma movimentação de sentidos que são possíveis, pois, ao se filiar em uma dada formação discursiva, o discurso será ressignificado a partir de outra relação discursiva e ideológica (INDURSKY, 2011, p. 71).

Dizer, conforme Pêcheux (1995), que algo fala sempre antes, em outro lugar, é o resultado da repetibilidade que é constituída no interior do interdiscurso e que o torna saturado. Nesse passo, a repetibilidade não irá aparecer como uma reprodução idêntica de outro discurso, aliás, em palavras, pode ser que sim, mas em sentidos, não. Conforme Indursky (2011, p. 79), a relação sobre a repetibilidade pode acontecer “à força de serem repetidos e, em função das condições de produção em que essa repetição ocorre, os sentidos vão se modificando, se ressignificando, produzindo contradiscursos”, ou seja, mesmo que o discurso seja repetido, saturado e preenchido no espaço interdiscursivo, o deslizamento ocorre quando inscrito no interior de uma determinada formação discursiva.

Ao abordar o interdiscurso como um espaço saturado, cola-se a ele o conceito de memória discursiva, o qual se diz respeito “aos enunciados que inscrevem nas FD, no interior das quais ele recebe seu sentido” (INDURSKY, 2011, p. 86). Logo, diferenciando-se da completude do interdiscurso, a memória discursiva abarcará alguns sentidos e não outros.

Se a memória discursiva se diz respeito à existência histórica do enunciado no seio de práticas discursivas reguladas pelos aparelhos ideológicos, isto significa que ela diz respeito aos enunciados que se inscrevem nas FD, no interior das quais ele recebe seu sentido. E mais: se a memória discursiva se refere aos enunciados que se

inscrevem em uma FD, isto significa que ela diz respeito não a todos os sentidos (INDURSKY, 2011, p. 86-87).

Então, a memória discursiva difere-se do interdiscurso pois “armazenam-se” nela os sentidos que já estão nas formações discursivas e foram aceitos/autorizados a estarem lá. Já, o interdiscurso agrupa a todos os discursos possíveis, não somente os inscritos nas FD's. Em relação a essa aceitabilidade/autorização, a autora fomenta que este processo é concebido pela Forma-Sujeito, a qual autoriza um sentido em relação ao outro para serem inscritos em uma formação discursiva, sendo a forma que o sujeito do discurso o toma na constituição. Trata-se, segundo Pêcheux (1995), do indivíduo que vem a ser interpelado pela ideologia em sujeito e de forma inconsciente se identifica com o papel de *forma-sujeito*. A forma-sujeito é, então, o sujeito do saber de uma formação discursiva. É por meio dela que o sujeito se insere em determinada formação discursiva, sendo a origem do meu eu (sujeito individual) no sujeito do discurso.

Dessa forma, compreendo que a memória discursiva determina e regulariza os dizeres dentro de uma formação discursiva, mas é um espaço intervalar e com falhas e furos, pois os sentidos todos não são “autorizados ideologicamente a ressoar em uma FD” (INDURSKY, 2011, p. 87). Assim, sentidos (pela memória discursiva) podem sofrer o que a autora chama de *apagamento* no interior de determinada formação discursiva. Entretanto, o mesmo não sofrerá a mesma ação de apagamento quando se pensa em interdiscurso, pois este espaço “funciona como uma memória de todos os dizeres” (INDURSKY, 2011, p. 87).

Ambos os conceitos se referem à memória social, porém o funcionamento da memória discursiva se dá a partir da circunscrição dos discursos em suas formações discursivas, o que faz com que os sentidos possam ser outros quando inscritos em outras regiões discursivas, por isso a torna um lugar com falhas. Ao contrário do interdiscurso, reconhecido como um espaço discursivo saturado, pois abarca a todos os discursos.

Ao retomar, nesta pesquisa, determinados conceitos-chave, a metáfora também se enquadra em um lugar de importância, pois, Pêcheux (2014) a trata a partir da substituição de um termo pelo outro, o que fornecerá outros discursos, outros efeitos de sentido. Portanto, a partir da substituição, o discurso é sempre metafórico.

Ao afirmar que a substituição é metáfora, torna-se possível compreender a porosidade nas barreiras das formações discursivas e que nada será dito apenas de *uma* forma.

O efeito metafórico ocorre, pois, mesmo que se considere que determinada palavra/expressão tenha um sentido literal, para a AD, quando materializado, corresponde a uma região discursiva. Dessa forma, nada tem sentido fora de uma FD, sempre será um discurso a partir de um gesto metafórico, já-é sempre estabelecido o efeito de sentido pela Formação Discursiva a que o sujeito está inscrito, a partir de uma condição de produção.

Assim, essa *importação* de uma FD para a outra, conforme Pêcheux, é dizer aquilo que já está previsto: dizer as mesmas coisas com palavras distintas ou não, pois não existe colagem entre o significante e o significado. Para exemplificar, a fim de replicar a clivagem dos significantes, observemos a sequência discursiva a seguir:

**SD3: NÃO É BEM ASSIM:** *A informação verificada está fora de contexto, foi inflada ou alterada*, contradiz declarações passadas, carece de fontes e, sobretudo, tem como finalidade induzir a uma compreensão equivocada da realidade factual (AOS FATOS, *Nosso Método*, 2015?, negritos e itálicos meus).

A SD3 se trata de uma das classificações utilizadas pela *Aos Fatos* para classificar as informações checadas a fim de atribuir um selo a um discurso. Nesse caso, percebemos que o efeito não é o mesmo, o sentido se constitui em um dado processo metafórico a partir de uma região. Por exemplo, o efeito de sentido a partir da classificação de um discurso como *não é bem assim*, não o distancia em nada de dizer que o discurso não é verdadeiro. Objetiva-se ir além do que consideram verdade ou mentira, produzindo um efeito de “meio termo”. Discursivizar que a *informação verificada está fora do contexto, inflada ou alterada*, não inscreve o discurso produzido em uma região diferente do que classificam como *falso*.

Dessa forma, não existe, portanto, a transparência do sentido, mas o efeito metafórico: classificar *não é bem assim*, por exemplo, como uma “quase” mentira, ou qualquer outra expressão que a distancie do *falso*, mas que se inscreve numa mesma formação discursiva (INDURSKY, 2011, p. 79). Caso houvesse determinada exclusividade, não existiria a fluidez da língua, logo, não seria simbólica. Assim, o significante está disposto para ser significado a partir de uma condição de produção dada.

O interdiscurso proporciona um novo efeito de sentido a partir do deslocamento, do funcionamento da metáfora, funcionando como o processo que leva um discurso ao encontro de outro. A metáfora é constituída pelo processo metonímico, responsável por buscar partes de um discurso em uma FD para que, a partir da força de relação do interdiscurso, um discurso seja deslocado em detrimento de outro e seja estabelecido um novo efeito de sentido. Logo, cabe pensar a partir desse funcionamento, as possibilidades de compartilhamentos que o discurso da SD3 está sujeito a partir do espaço em que é posto em circulação.

Se a memória discursiva se trata de um espaço falho, os discursos que são postos em circulação rapidamente, poderão ser tomados por novos gestos interpretativos, propiciando outras interpretações a partir do que foi dito. Nesse caso, a partir das possibilidades digitais, o discurso está suscetível a circunscrever em outras regiões discursivas, pois os discursos serão alçados a outros gestos interpretativos. Dessa forma, não saturante, esse funcionamento se “depreende de uma formação discursiva” (INDURSKY, 2011, p. 87), sendo autorizado somente os sentidos que ideologicamente estão inscritos em determinada formação discursiva.

No efeito de relação de força conduzido pelo interdiscurso, observa-se, no modelo de checagem de fatos adotado pela mídia que constitui o *corpus* desta pesquisa, a afirmação de um discurso para negar outro: o funcionamento da checagem de fatos para negar ou afirmar uma desinformação posta em circulação em algum lugar da *web*, proporcionando outro efeito de sentido para buscar afirmar que o discurso é falso ou verdadeiro.

Como podemos ver na SD3, os sentidos não pré-existem às formações discursivas, mas, sim, no interdiscurso (INDURSKY, 2011, p. 85). Então, o discurso da região “A” existe e, por meio do funcionamento do interdiscurso, coloca sentidos que estão à deriva ao que será estabelecido, viabilizado pelo processo metonímico, contradiz o discurso da região discursiva “A”, para que, a partir do efeito metafórico, o discurso seja (re)inscrito na região “B” (sendo outro discurso), assim, tendo outro efeito de sentido, logo, filiando-o a outra formação discursiva.

Dizendo de outro modo, observamos que a mídia define um discurso como *verdadeiro*, para que outro discurso seja considerado *falso*. O que está proposto a ser observado é o processo discursivo, não nos interessa se há relação direta entre os discursos. O que nos cabe é observar que o discurso da *Aos Fatos* está inserido em uma formação discursiva que se diz (a)política, mas os discursos são confrontados

em relação a outros, logo a informação “verdadeira” é posta em circulação para que a informação tida como “falsa” saia de circulação e vice-versa.

O funcionamento do interdiscurso, nesse caso, caracteriza-se como uma “memória discursiva de todos os dizeres” (INDURSKY, 2011, p. 87), ou seja, abarca todos os possíveis sentidos que se movem e inscrevem-se nas formações discursivas, possibilitando outros efeitos de sentido a partir de sentidos já existentes. Considerado por Pêcheux (2015, p. 158) os deslocamentos que o interdiscurso proporciona como sendo o princípio do funcionamento discursivo.

A preceder tais gestos interpretativos pautados nos conceitos solicitados na seção de análise, apresentemos as condições de produção que constituem as sequências discursivas selecionadas para o desenvolvimento da pesquisa.

## 2.5 O DIGITAL E AS *FAKE NEWS*: CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO QUE CONSTITUEM A AOS FATOS

Segundo Bucci (2019), as *fakes news* são tratadas como informações e notícias que *caem em circulação não sendo produzidas por jornais/mídias digitais e que são compartilhadas no meio digital*. Esta definição, apesar de considerável, reflete a posição que os jornais buscam para considerar somente informações veiculadas por meios “oficiais”. Reforçando, ainda, como define Oliveira (2021), um espaço autoritário a definir o que poderá ser considerado *verdade* ou *mentira*.

Abarcamos esse conceito nesta pesquisa, pois é necessário contextualizar a constituição da *Aos Fatos* a partir da atividade de checagem de fatos, visando analisar o funcionamento a partir do efeito de evidência proposto ao direcionar seus discursos à “verdade”.

Segundo Dela Silva, Lunkes e Carneiro (2022),

A formulação de uma notícia falsa partiria de uma fissura, um vácuo entre muitas notícias, pois, tal qual um boato, as *fake news* se caracterizariam como desdobramentos do silêncio em palavras alocadas entre o “atestado e o possível” (ORLANDI, 2001, p. 131). A margem entre o que é verdadeiro (dito) ou falso (não-dito) na notícia é estreita ao ponto de se constituir como uma versão plausível: há um fato pré-estabelecido de onde as *fake news* advêm, tornando-as um dizer a ser interpretado (DELA-SILVA, LUNKES, CARNEIRO, 2022, p. 7)

Como dizem as autoras, é nesse *vácuo* que se desdobra o funcionamento da *Aos Fatos*, por exemplo. É a partir da margem entre a “verdade” e o *fake* que a mídia se coloca como uma plataforma jornalística de checagem de fatos, visando desconstruir a prática de apuração que se refere às grandes mídias. Entretanto, o fato *de onde as fake news advêm*, como pontuam as autoras, partem de um discurso que já existe, (re)tomado e (re)publicado a partir de uma interpretação; há uma prática na checagem que recorre aos meios tradicionais, como, por exemplo, no reconhecimento de *jornalismo clássico* da SD7.

Diante disso, façamos uso da pesquisa de Oliveira (2021) para refletir sobre o funcionamento da checagem da *Aos Fatos*: a mídia apresenta “dados objetivos” para desconstruir (possíveis) *fake news*. Brilhantemente, o pesquisador aponta, acerca do que dizem fazer com o que fazem, como uma prática contraditória:

a posição assume que as *fake news* são discursos maniqueístas e manipuladores, mas o trabalho de checagem não seria, também, maniqueísta? Ora, se o maniqueísmo diz respeito a uma avaliação em que uma questão é definida a partir de duas características que se opõem, é justamente isso que as agências de checagem fazem quando declaram que um fato é verdadeiro ou falso (OLIVEIRA, 2021, p. 71)

A *Aos Fatos*, assim entendemos a partir da leitura do *corpus*, busca uma posição a fim de ocupar um espaço onde somente ela realiza a checagem e as demais mídias não, definindo a sua prática como um enfrentamento a discursos que as outras mídias não dão conta. Mas, nesse processo, há a inscrição na rede de memória do discurso jornalístico das grandes mídias, visto que para “combater” *fake news*, a mídia se pauta em dados que já foram postos em circulação para definir o veredito que buscam para controlar os sentidos: a dualidade entre *verdadeiro* ou *falso*.

Dessa forma, *Aos Fatos* toma posse das informações de uma possível *fake news* em seu estado empírico (a modo como ela é posta em circulação popularmente) para torná-lo, a quem consome suas notícias, uma informação checada, esclarecida e de verdade única. Assim, busca a exclusividade da checagem e um outro fazer jornalístico - não novo, mas “mais confiável” - para se distanciar do tradicionalismo. Porém, pautada em discursos publicados nos meios tradicionais, objetiva sustentar a construção de um modelo de confiabilidade sobre as suas checagens publicadas.

O princípio de funcionamento da mídia é reunir provas para que se ateste discursos entre verdadeiro e falso. Caso tenha informação suficiente para comprovar

o que foi publicado, para a mídia trata-se de uma informação *verdadeira*. Logo, se os discursos que postos em circulação não atendem ao padrão de rigorosidade informativa e confiabilidade imposto pela mídia, a informação, então, é falsa. É uma atividade que, por fim, acaba, segundo Oliveira (2021, p. 75), “condicionando a checagem a um processo observacional ‘neutro’ – tal como sustenta o discurso jornalístico”, sendo a busca pelo controle do sentido a partir de um discurso de neutralidade, o que é impossível a partir da teoria pecheutiana.

Veremos, na seção *funcionamento discursivo da Aos Fatos a partir da checagem de informações* que a mídia, projetora de um mecanismo de algoritmo, seleciona o que *ela* considera analisável. Após este percurso, se os discursos definidos para realizar a checagem são sustentados por provas, a mídia tomará os mesmos dois caminhos: ou o discurso é *verdadeiro*, ou é *falso*. Trata-se da busca pelo controle dos sentidos, seja sobre os discursos considerados *verdadeiros* ou *falsos*, o objetivo é preencher a lacuna da dúvida e determinar um fechamento daquilo que foi posto em circulação, para, enfim, fazer circular novamente.

Essa desnaturalização provocada pela mídia frente às outras, ganhou força nos EUA em meados de 2016 e refletiu, no Brasil, em 2018. A *Aos Fatos* aderiu à prática objetivando combater o fluxo intenso de *fake news* no espaço digital, principalmente em redes sociais. Ir contra ao fluxo de *fake news* é uma prática já pautada no funcionamento jornalístico, afinal, remediar falsas informações é a base (espera-se) para tal prática.

O meio digital alterou, fortemente, o modo e a intensidade que os discursos circulam. Dessa forma, as fontes que desempenham o papel de fazer circular discursos, foram adaptando-se frente à uma necessidade mercadológica digital. Com isso, a anteposição a meios clássicos de comunicação leva consumidores de notícias no âmbito digital a buscar fontes que os “acolham”, mas que em muitos casos são estruturadas por *fakes*. Pelo espaço digital ser tomado por um processo mais acelerado de compartilhamento que o impresso, as *fakes* tiveram seu caráter político acentuado, podendo influenciar, inclusive, na decisão de quem governa o país.

A *Aos Fatos*, por exemplo, tem o seu campo de interesse voltado para o discurso político. Nos interessa, a partir disso, compreender como a mídia entende esse *político*. Para isso, veremos a SD4:

**SD4: Aos Fatos** assegura a seus leitores que sempre irá *acompanhar todos os lados do debate político*, mas lançará olhares sobretudo *onde o poder mora*. **Aos Fatos** exorta os seus leitores a distinguir posições políticas de temáticas partidárias (AOS FATOS, *Nosso Método*, 2015?, *itálicos meus, negritos do autor*).

A partir da SD4, podemos notar como o discurso político funciona produzindo efeito de verdade. Na visão da agência, observamos que o político, na realidade, são discursos ligados por completo a figuras políticas e que, pelo viés da mídia, são discursos produzidos para controlar os sentidos daquela ideia que buscam colocar em circulação.

A *Aos Fatos* compreende o político como discursos partidários, os quais são tomados como discursos que carregam *poder* sobre quem consome (sujeito-leitor). A observar tal enunciado presente na SD4, temos o reflexo do funcionamento da produção das *fake news*: é a busca pelo controle de sentido, seja de forma positiva ou negativa, a fim de que aquela informação seja tomada como verdade. O que, frente ao funcionamento discursivo que a mídia se autoinsere, tem o mesmo objetivo: checar um discurso de poder político para que possa produzir uma checagem diante da reprodução de um discurso que já foi posto em circulação, a fim de que os sentidos estejam sob controle.

Então, a partir da posição da mídia, tem-se o efeito de sentido do discurso político tido como um discurso que faz circular poder, para que, mediante a publicação após o processo de checagem, possa fazer circular outros efeitos de sentido. É o que rege o funcionamento discursivo a partir do que a *Aos Fatos* compreende o que é político, além de ser o que reflete na metodologia disposta.

É a partir do discurso político tido como um discurso de poder que se pautam os serviços prestados pela *Aos Fatos*. Ora, como visto na SD4, trata-se de uma plataforma que checa *discursos políticos* e vê como oportunidade mercadológica a necessidade de se assentar às mudanças de condições de circulação de informações (DELA-SILVA, 2021, p. 5951). Por isso, consideramos como condições de produção esse espaço em que a *Aos Fatos* busca controlar os efeitos de sentido a partir da atividade de checagem de fatos, uma prática interligada à ascensão digital e que busca reformular os processos de produção jornalística, colocando em xeque as atividades jornalísticas veiculadas em meios que não realizam tal prática para produzir notícias, mas que acaba a inserindo na mesma rede de memória dos que não produzem, pois se pauta nesses discursos para produzir outros.

A partir do aparato teórico-metodológico exigido frente ao *corpus* que dispomos analisar nesta pesquisa, construiremos, na seção a seguir, o funcionamento dos conceitos para analisar o funcionamento discursivo da *Aos Fatos*. Certamente, isso já vem a ser feito desde os gestos iniciais, entretanto, é na próxima seção que se acentua, de fato, as sequências discursivas tomadas para a construção deste estudo. Baseando-nos em Petri (2013), as tomaremos a partir do movimento pendular da seção teórica para desenvolver a seção analítica: o ir e vir entre a teoria e o *corpus* para que se construa as análises acerca de tal funcionamento.

### **3 FUNCIONAMENTO DISCURSIVO DA AOS FATOS A PARTIR DA CHECAGEM DE INFORMAÇÕES**

Primeiramente, apresentamos e problematizamos o discurso de que a *Aos Fatos* é só uma plataforma jornalística que checa fatos. De antemão, apresentamos como o conceito de mídia alternativa era abordado em condições de produção outras para, a partir dos nossos gestos interpretativos, construirmos um olhar sobre as filiações discursivas e ideológicas que a *Aos Fatos* é inserida.

Segundo Carvalho (2014, p. 129), a mídia alternativa digital é importante para que a informação seja democratizada e dissemine conteúdo em um espaço digital de resistência, tendo uma *relevância social* mais significativa a partir do meio de circulação, por isso, considera-se alternativo todo tipo de jornalismo que se preocupa em oferecer uma abordagem plural e engajada com o interesse coletivo (OLIVEIRA, 2009).

Diante desse cenário inicial e breve, a mídia alternativa, segundo Agnez et al. (2016, p. 98), pode se caracterizar, por ir além da não objetividade de lucro que abarca o interesse coletivo da grande imprensa, mas, também, por não abarcar todo o conglomerado de mídias alternativas (a observar o funcionamento do *corpus* posteriormente), em três perspectivas.

A primeira são as *temáticas abordadas pelos meios de comunicação alternativos*, construídas pela contraposição do foco frente ao da mídia tradicional, ou seja, as mídias alternativas são mais preocupadas com questões sociais. A segunda perspectiva refere-se à flexibilidade do modelo de negócios, os quais adotam outras formas de recursos, como doações e planos de assinatura, chamados de *financiamento coletivo*. A terceira perspectiva é sobre a *experimentação e adoção de*

*novos formatos*, no caso, voltado ao desenvolvimento tecnológico das mídias alternativas digitais, principalmente, voltado ao “fato de que a internet lhe proporciona uma possibilidade de audiência imensurável” (CARVALHO, 2014, p. 129).

Partindo desse cenário do crescimento *on-line*, tais práticas jornalísticas alternativas correspondem a um cenário voltado à prática social, possibilitando outras conexões e, muitas vezes, buscando desvincular-se do círculo capitalista que cerca e conduz a grande mídia. Para além disso, digo *muitas vezes*, pois, nem sempre tais práticas jornalísticas, quando veiculadas e produzidas por uma mídia alternativa, enquadram-se totalmente fora do campo capitalista, mas apenas colocam-se fora do campo publicitário.

Entretanto, qualquer mídia pode dizer-se como um espaço plural e engajado, mas o que determinará essas características são as filiações discursivas e ideológicas a que são submetidas e identificadas a partir dos efeitos de sentido, não basta apenas tomar e reproduzir tais discursos. Abordamos aqui autores que definem as mídias alternativas desde o surgimento desse movimento com a propagação opinativa mais radical. Não é o caso da *Aos Fatos*, pois a própria mídia se autointitula apenas como uma *plataforma jornalística*. Dessa forma, cabe a nós questionarmos tal nomenclatura em contrapartida aos equívocos postos pelas nomeações que cercam tais mídias.

Desse modo, nomear a *Aos Fatos*, então, baseado em Riffel (2022, p. 56), é um processo dificultoso, visto que “o jornalismo contemporâneo tem dificuldade de legitimar inovações no campo, seja pelas narrativas, pelo financiamento ou pela circulação das notícias”. A própria *Aos Fatos* apreende uma tentativa de “fuga” do tradicionalismo ao se limitar em dizer ser uma plataforma jornalística, devido ao vasto campo jornalístico que está inserida. Porém, ao observar sua forma de organização, bem como o seu método de funcionamento, nós temos uma inserção dentro do imaginário da grande mídia, mas em uma posição de busca ilusória por uma contraidentificação.

Neste momento, é importante frisar que se trata de um gesto meu enquanto analista, pautado em Peruzzo (2009), a fim de elencar os tipos de jornalismo alternativo e suas singularidades. Para o autor, a mídia alternativa

(...) trata-se de uma vertente que reúne processos de comunicação basicamente jornalísticos, que podem assumir feições mais amplas, de caráter autônomo e, por natureza, não alinhados aos padrões dos meios de comunicação convencionais, governos e demais setores que

representam as classes dominantes. Os canais alternativos de maior porte se constituem em alternativa enquanto fontes de informações. (PERUZZO, 2009, p. 141).

O que contrasta, por exemplo, com a classificação da *Aos Fatos*. Estar *não alinhado aos padrões*, enquadra-se na formação discursiva que a mídia ocupa. Há, também, a ligação governamental, mesmo que não tenha repasse monetário, a mídia não se desvincula do poderio econômico, o que eleva a circulação da mídia em espaços oficiais. Em 2018, período político no Brasil, a ligação era pautada em “troca de favores”: a mídia checava para o governo e o mesmo a reconhecia e a fazia circular como meio oficial *parceiro* e *confiável* para tal atividade.

Portanto, classificar a *Aos Fatos* como um jornalismo alternativo radical é, de certa forma, contradizer às origens das mídias alternativas. Por isso, pautado na pesquisa de Riffel (2022), parte do meu gesto interpretativo que a *Aos Fatos* se enquadra em um segmento de

jornalismo alternativo colaborativo (de informação geral ou especializada): se ocupa, fundamentalmente, em transmitir uma visão diferenciada e crítica dos acontecimentos que normalmente já são tratados pela grande mídia, além de temas omitidos por ela. Pode também tratar especificamente de política, economia, questões locais, questões juvenis, crítica aos meios de comunicação etc. Seu caráter colaborativo pode ocorrer a partir de duas perspectivas, a primeira, pelo senso de ajuda, partilha e colaboração instituído e praticado, em geral, por voluntários que levam adiante alguma proposta editorial diferenciada (RIFFEL, 2022, p. 58).

Mesmo sabendo enquanto analista do discurso que isso não é possível neste *corpus*, esse é o objetivo da *Aos Fatos*: dizer-se diferente, exclusiva no ato de checar, isenta e imparcial. Entretanto, levanto o financiamento da mídia novamente, visto que, conforme citação acima, neste segmento jornalístico, não é citado. Mas reflito a partir do *colaborativo* trazido pela autora, reforçando que a *Aos Fatos* é mantida por um meio de financiamento colaborativo por assinaturas.

Essa prática adotada pela mídia reflete o percurso jornalístico no digital. Dizer-se desconectada dos meios tradicionais, é, na realidade, reflexo do incômodo que causa o jornalismo hegemônico. Não se reconhecer (ou pelo menos não dizer que é) como um espaço que pratica o jornalismo alternativo colaborativo, é, também, uma tomada de posição a fim de não assumir escancaradamente uma posição enquanto mídia digital. Afinal, a *Aos Fatos* é constituída por esse espaço.

A partir da leitura das pesquisadoras Dela Silva, Lunkes e Carneiro (2022), na qual desenvolvem uma análise sobre o funcionamento da *Fátima*, a robô da *Aos Fatos*, elas classificam a mídia em questão como sendo uma *mídia independente* (p. 2). Diante disso, problematizo, também, a independência da *Aos Fatos*, visto que ela tem financiamentos digitais externos como sustento, tanto plano de assinaturas, como parcerias com o *Portal Terra*, por exemplo. Não se trata de uma a mídia radical que se enquadra à época das mídias alternativas, entretanto, é uma mídia que se propõe atender a outros formatos, mas não novos, nem exclusivos.

Neste momento, a questão de se colocar como isenta e não ser, não entra em xeque. O que me atenta, aqui, é pensar em uma condição de produção outra. Não só ela, mas a *Aos Fatos* é tomada por discursos digitais que são postos em circulação em redes sociais, ora sua prática jornalística é concentrada nesse espaço discursivo. Por isso, segundo Rocha e Barbosa (2018),

Com efeito, na contemporaneidade, a imprensa alternativa não se restringe mais a veículos impressos veículos surgidos no período militar. É preciso alargar o termo. (...) Neste sentido, a comunicação é mais ou menos alternativa à medida que subverte a sociedade. Portanto, para abranger os múltiplos objetos alternativos, utiliza-se o termo “mídia” alternativa. O adjetivo “alternativo” passa a ser entendido como um processo aberto e plural (ROCHA; BARBOSA, 2018, p. 67).

Noto que a prática alternativa da mídia se pauta em sua forma de financiamento, o seu “acervo” discursivo para selecionar o material que fará circular em seus espaços e, também, sua forma de existência: única e exclusivamente no digital. Por isso, trato-a como uma mídia alternativa colaborativa, não de resistência, não radical, mas que se insere em outras condições alternativas de produção.

Ao mencionar que a existência da mídia se debruça unicamente ao espaço digital, torna-se importante abordá-lo de forma mais ampla, pois a velocidade assustadora com que discursos são criados e compartilhados nos últimos tempos, devem-se ao avanço significativo do campo midiático no campo tecnológico, o que reflete como as pessoas consomem as notícias postas em circulação. O acesso instantâneo e global de qualquer que seja a notícia, permite uma maior proliferação em massa de informações, sejam elas “fatos” ou *fakes*. É um processo de explosão informacional que constitui, também, a consolidação da era digital. Os discursos veiculados, inclusive, passam a ser despejados sobre os sujeitos e isso ocorre, pois

há uma produção constante e incansável de notícias a todo tempo, provocando um caos dos meios informativos sobre nós sujeitos.

Muito se tem sobre o avanço tecnológico, as possibilidades de compartilhamentos, o crescimento digital dos discursos midiáticos, entre outras vertentes que cercam o consumo e compartilhamento em massa. Entretanto, cabe, nesta pesquisa, introduzir acerca deste espaço digital para pensar além de um espaço onde são postas em circulação as materialidades que aqui serão e estão sendo analisadas, mas ater ao espaço digital como um *meio material* (DIAS, 2016a, p. 16).

Pelo *corpus* ser constituído a partir de uma mídia constituída para o/pelo digital, pensamos ser importante abordar a importância no espaço digital no processo de produção e de circulação de efeitos de sentido, visto que o cenário digital é responsável pela produção e replicação de discursos de forma exacerbada. Isso se dá

à medida que as tecnologias midiáticas se tornam mais complexas e integradas ao espaço do digital, sobretudo por meio da manutenção de canais institucionais na internet (como sites jornalísticos e de partidos), maior é o espaço para a deriva das interpretações sobre o fato político (SILVEIRA, 2015, p. 51).

Por isso, na construção deste dispositivo analítico guiado pela teoria da Análise do Discurso, o local onde os discursos são postos a circular é, também, parte do processo de significação dos discursos. Ou seja: os efeitos de sentido dos discursos são constituídos, também, pela forma como/onde este discurso circula (DIAS, 2016a).

A observar a produção das checagens realizadas pela mídia, abordamos o conceito de mobilidade rarefeita, pois compreende-se como a possibilidade de se mover sem sair do lugar, ocupar, ao mesmo tempo, diversos e diferentes espaços: é o que concerne ao poder do digital (DIAS, 2016b, p. 158). Não somente a partir de uma pesquisa acerca do discurso jornalístico devemos nos ater a essas inúmeras mobilidades que a conectividade fornece-impõe ao sujeito, mas, também, que discursos significam a partir do processo interpretativo que os espaços digitais proporcionam e espalham de forma avassaladora.

Junto ao conceito de mobilidade rarefeita, a autora traz, também, a mobilidade densa. São conceitos que se entrelaçam ao compreender o meio material como um espaço que nos indica a impossibilidade de separar o sujeito do espaço. Isso, pois, a mobilidade densa refere-se ao “mover-se no espaço físico” (DIAS, 2016b, p. 158),

tecendo uma colagem entre corpo e espaço. No funcionamento, não se desvinculam, pois, essa conectividade (não virtual, mas entre as mobilidades) é o que estabelece a conexão do sujeito para com o digital. O sujeito só está para o digital, porque ele está para o espaço físico, é um processo que relaciona o *on-line* e *off-line* como uma ligação material que há na perspectiva discursiva, são fatores indissociáveis, visto que o espaço digital não se restringe à tela.

A partir disso, então, cabe entender que a checagem de fatos nos proporciona a efeitos de sentido significados neste espaço tecnológico digital. Logo, na mobilidade *rarefeita*, tem-se a alta demanda e a rápida velocidade na circulação dos sentidos a partir do que é posto em circulação pela mídia. Por isso, anteriormente, cito a forma material, porque o espaço se constitui “ao mesmo tempo em que o sujeito se move nele” (DIAS, 2016b, p. 166), ou seja, o meio onde o discurso é posto em circulação é, também, constitutivo dos sentidos.

A pensar que as checagens realizadas pela *Aos Fatos* só existem no ambiente virtual, não há a possibilidade de considerar este espaço apenas como um “suporte” do qual os sujeitos que compõem a equipe editorial da mídia despejam seus discursos. Ao contrário, a mídia produz efeitos de sentido, insere-se a filiações discursivas, justamente por estar (im)posta a esse meio material. Visto que os discursos significam a partir dessa condição de produção digital, o campo de circulação/produção dos discursos é instância de produção dos sentidos. Dessa forma, noto que os discursos aqui analisados são regidos pelos modos de constituição digital.

Partimos, então, do discurso da *Aos Fatos* sobre o próprio funcionamento de sua sustentação financeira, para compreender qual posição ela ocupa em relação ao financiamento da grande mídia:

**SD5: Aos Fatos** não usa *publicidade* como fonte de recurso financeiro em seu site. A frequente veiculação de desinformação por meio de algoritmo de anúncios automatizados endossam o argumento de que não há espaço em **Aos Fatos** para publicidade enganosa. **Aos Fatos** também nunca recebeu aportes de governos nacionais ou estrangeiros, partidos políticos ou autoridades oficiais (AOS FATOS, 2015?, *Quem Somos*, negritos do autor, itálicos meus).

Ao dizer que a *Aos Fatos* não usa a *publicidade* para manter-se, tem-se um efeito de sentido de resistência e luta contra a dominação das grandes corporações jornalísticas financiadas. Logo, a mídia busca posicionar-se fora dos interesses

capitais que circundam as grandes mídias, por não ter posse econômica dividida, frisando a independência ideológica na qual a mídia se enquadra. Dizer-se autofinanciável, reforça e a inscreve em uma formação discursiva que detém o sentido de uma mídia descolada dos modelos tradicionais das grandes mídias, desfiliando-a de conexões econômicas que condicionam o que publica em suas diversas editorias. Porém, é inegável que a *Aos Fatos* tenha um financiamento de total independência, fora do poderio econômico: quando divulgam as parcerias com as redes sociais Meta, Telegram e Kwai, bem como com o portal *Terra*, temos construído um vínculo mercadológico que apreende a independência declarada. Ora, isso é tido como funcionamento para manter a mídia “em pé”, bem como, para mim, é um ponto que deve ser colocado em xeque quando declaram ao contrário.

Ao buscar esse distanciamento da grande mídia, a *Aos Fatos* aposta em um lugar privilegiado, mas inexistente: de discurso puro, sem atravessamentos ideológicos e verdadeiro. Ou seja, ao adotar o financiamento de apoiadores (assinatura, citada anteriormente), ela se inscreve em uma formação discursiva de não-dependência do que virá a ser publicado, visto que, para ela, como descrito na SD5, nos permite compreender que mídias que ocupam a sua interface com publicidades, não compactuam com a importância do discurso verdadeiro e sem interferências.

Todavia, apesar do que descreve a *Aos Fatos*, observo que a mídia trilha algumas parcerias rentáveis, filiando-se ao sistema capitalista. Por exemplo, uma das fontes de sustento da mídia, é uma parceria com a empresa *Meta*, responsável por variadas redes sociais, como, por exemplo o *Facebook*. Para contra a esses dizeres que podem questionar a independência da mídia, na seção *Quem Somos*, eles descrevem que *O processo de venda de reportagens obedece a trâmites comerciais que nos garantem independência: somos nós que sugerimos a pauta, apuramos e editamos.* (AOS FATOS, 2015?, *Quem Somos*), mas, não corresponde ao fato de ser independente ao produzir e, sim, independente ao que se refere à manutenção da mídia, filiando-se ao sistema capitalista.

Além disso, a *Aos Fatos* complementa sua renda com parcerias com o portal de notícias *Terra*, grande veículo de informações do Brasil, o qual, inclusive, republica as checagens em seu portal. Sabe-se, então, da existência de ligações econômicas que financiam serviços externos ao site oficial da mídia, concretizando uma relação mercadológica.

Ademais, frente ao discurso de Mazetti (2007) sobre a independência que tais mídias têm para/com o Estado, a *Aos Fatos*, em 2020, oficializou uma parceria com o Governo Federal para checar informações nas eleições do Brasil daquele ano, logo, tem-se um efeito de sentido contrário a *nunca ter recebido aporte de governos nacionais*, para além do financeiro, o aporte coloca a mídia em um lugar de destaque vinculado ao governo nacional. Diante disso, posicionar-se, neste caso, em um local de privilégio, sem financiamentos, publicidades e vínculos, não condiz com o trabalho sem influência declarado, apenas caracteriza, segundo Riffel (2022), um *efeito de independência*, pois nem mesmo rompe com o tradicionalismo, visto que há financiamento das atividades prestadas pela mídia.

Pode-se notar, além das parcerias editoriais que a mídia declara como fonte de manutenção, a busca pela manutenção do discurso da imparcialidade por/para pertencer à Aliança Internacional de Checagem de Fatos.

Nesse contexto, a construção desse imaginário de neutralidade mantido pela mídia ao (re)produzir discursos, checá-los e publicá-los, caracteriza um interesse capitalista e mercadológico, isto é: torna-se conveniente dizer-se fora do ideológico, neutro, imparcial e que seus discursos só carregam *uma* verdade, pois é o que faz com que a mídia faça parte do grupo reconhecido pela Aliança Internacional de Checagem de Fatos. Digo mercadológico, pois trata-se de um reforço da credibilidade, pois é um grupo empresarial que funciona em nome da verdade e crê ser capaz, por meio dos princípios aqui já citados, manter os equívocos nas fronteiras discursivas e não se posicionar politicamente (LELO, T. V.; FILHO, F. P., 2021, p. 539).

Apesar de autodeclarar o método distante do padronizado para produzir notícias, mas sem colocar em conflito, apenas apresentar como uma forma diferente da tradicional em relação ao que já é estabelecido nos discursos jornalísticos, a mídia insere-se e depende da grande mídia para realizar e colocar em circulação as checagens. Observemos este funcionamento nas sequências discursivas a seguir:

**SD6:** *Para verificar aquilo que tem chance de ser mentira*, profissionais do **Aos Fatos** conferem a origem da desinformação, analisam seu conteúdo para entender o que há de errado, buscam em *fontes confiáveis* os fatos e dados para mostrar o que é factualmente correto sobre aquele assunto e, finalmente, publicam uma reportagem que traz a informação verdadeira (AOS FATOS, 2016?, *Nosso Método* – negritos do autor, itálicos meus).

**SD7:** *Trata-se de um método jornalístico clássico: a apuração deve levar em conta a relevância da figura a ser analisada (AOS FATOS, 2016?, Nosso Método - negritos do autor, itálicos meus).*

Entende-se por *fontes confiáveis*, na SD6, a grande mídia, visto que, ao analisar as notícias dispostas nas editorias selecionadas para o desenvolvimento da pesquisa, ao checar, a mídia lista quais são as fontes que utilizaram para realizar a checagem, dentre eles: G1, Terra, Uol, Metrôpoles, BBC Brasil, entre outras inseridas neste espaço.

*Para verificar aquilo que tem chance de ser mentira* é um enunciado que faz parte de um espaço de não verdade, o que faz com que a verdade, nesse processo de checagem, funcione à essência do discurso jornalístico e mantenha-se com a univocidade de interpretação dos fatos. Ao se colocar nesse lugar de verdade e mostrar *o que é factualmente correto*, a mídia assume um lugar de responsabilidade perante a verdade, produzindo um efeito de sentido que desloca a própria mídia das possibilidades de erro, ou seja, para um espaço não afetado por falhas, garantindo a integridade e a confiabilidade do que está sendo publicado.

Desse modo, não se pode dizer que a *Aos Fatos* se encontra em um lugar de privilégio: fora do ideológico. Nada do que é posto em circulação pela mídia, é exclusivo e transparente, principalmente por assumir que o processo de *checagem de fatos* checa discursos, logo, segundo Pêcheux, “as palavras, expressões, proposições, entre outras, mudam de sentido segundo as posições sustentadas pelos sujeitos que as empregam” (PÊCHEUX, 2014, p. 146). Então, o discurso jornalístico, mesmo que seja veiculado para a checagem de um fato, não carregará *um* sentido, pois, está ancorado e o seu funcionamento é construído com base em um modelo que autoriza a dizer o que diz somente de uma forma, anulando outras possibilidades.

Se para checar um fato a mídia baseia-se em um leque de informações disponíveis nas redes sociais e na grande mídia, e, mesmo assim, diz manter a imparcialidade e a neutralidade, ao dizer de si mesma e a forma como produz suas checagens, a *Aos Fatos*, na SD2, diz adotar *métodos que prezam pelas transparências do fazer jornalísticos* buscando diferenciar-se da metodologia clássica citada agora na SD7. Diferenciando-se, pois, ao (re)produzir esse discurso, a mídia produz sobre si um imaginário que ocupa um espaço oposto aos clássicos jornais, reforçando a ideia de que compactua e aplica um conjunto de técnicas capaz de alcançar a verdade por trás dos discursos que são postos em circulação nas redes,

ao contrário dos demais. No entanto, os discursos da grande mídia ecoam nas checagens de fatos realizadas pela *Aos Fatos*.

Quando descreve, na SD7, a sua atividade como sendo um *método jornalístico clássico*, tem-se um efeito de sentido que estabelece um reforço ao discurso jornalístico acerca de que veiculam somente a verdade, assim como o método tradicional formula. Neste movimento de checagem, ao se basear nos conglomerados de mídias que incubam as grandes, o discurso da checagem soma-se ao discurso jornalístico “tradicional” e, assim, toma os enunciados buscando a cristalização dos sentidos, coibindo que se tenha outras possíveis interpretações, somente a verdade (ilusória) que veiculam.

O que se escreve nos jornais são interpretações do mosaico que constitui historicamente uma formação social, mas não é do mosaico inteiro que se fala, apenas de sua parte hegemônica, *i.e.* da parte que se impõe a ler (MARIANI, 2005, p. 105).

Por ser, como diz Mariani (2005, p. 105), parte que se impõe a ler, sabe-se que o *todo* ao que se *fala*, sustenta e insere-se na formação imaginária dos grandes jornais, logo nas FDs, também, ao colocar tais discursos em circulação. Dessa forma, esse imaginário de imparcialidade sustentado pela *Aos Fatos*, é construído a partir do confronto entre validar uma informação ou não, atribuir a uma notícia que ela é “falsa”, por exemplo, porque “ele se sustenta por uma memória discursiva que associa a prática jornalística ao relato de um fato a ser atestado, verificado” (DELA-SILVA, 2021, p. 5953).

Consoante a afirmar a univocidade do discurso, a mídia, ao dizer sobre si, transmite um pertencimento, novamente, aos meios tradicionais de jornalismo. Afinal, a *Aos Fatos* se reconhece nessa rede de memória. Além disso, ao se impor como algo novo, sem falhas e eficaz, a checagem de fatos, neste caso, é tida como sinônimo de jornal ideal: sem publicidades, sem financiamentos, publica apenas a verdade e é neutra. É, nesse deslize em reforçar que *eles apuram as informações*, que querem dizer que ninguém mais apura. Ou seja: pautam-se nos discursos que já pertencem a rede de memória do que chamam de jornalismo clássico, mas coloca em xeque tais discursos que pertencem ao *jornalismo clássico* que eles apuram e não outros. Ao leitor menos crítico, este modelo adotado destoa do tradicionalismo e apresenta um novo modelo de jornalismo, pois é assim que eles se colocam ao dizer o objetivo *desse*

*tipo de jornalismo*, sinalizando que se trata de um jornalismo diferente de outros tipos, colocando-se em uma posição privilegiada que busca prender ao consumo do que é publicado ali, entretanto, trata-se de uma reprodução de discursos da mesma rede de memória.

O objetivo descrito de *ajudar as pessoas a tomarem decisões melhores* reforça a autoimposição da mídia como algo que está aquém dos veículos já existentes. Desliza-se a tomarem decisões melhores, por exemplo, com a implicatura da verdade sobre os discursos, pois são *baseados em fatos e evidências*. A fim de colocar-se em um espaço social que busca não ter aberturas a influências, opiniões, nem induzir ao erro, a *Aos Fatos* baseia-se no *fato* como sinônimo de *verdade*, bem como o que produz, ressoando uma memória da prática jornalística como um produto necessário a sociedade para discernir o que é a “verdade”.

Para pensar nessa perspectiva acerca da verdade defendida pela mídia, cabe questionar, o que, de fato, significa *ir ao fato*? Valorizar o real, presente no *slogan* da mídia, poderá vir a ser interpretado, novamente, à vangloriação da mídia como um modelo de verdade.

Impõe-se, a partir da proposta metodológica da mídia que *ir ao fato*, então, seria alcançar o estado mais puro da realidade, ou seja, o que está disposto nas editorias não tem intervenção, não há possibilidades de interpretações, se não uma única. *Ir ao fato* e valorizar o que é real, casam-se como um já-dito jornalístico que funciona, no imaginário, como a evidência de que as notícias produzidas correspondem à verdade, por isso, associam todas as notícias produzidas colocando-as como fatos. Entretanto, a mídia trabalha a partir de um recorte da realidade, logo, o leitor receberá uma proposição desse recorte, sendo um fato jornalístico (re)produzido a partir de uma circunstância dada.

Ao pensar, por exemplo, na distinção que a mídia prega em rotular suas notícias entre *verdadeiras* e *falsas*, coloca-se um distanciamento entre o “fato” de um “boato”, pois, a mídia jornalística (re)afirma o seu conhecimento sobre “os fatos”, porque garante que pode atestar por meio da checagem se aquilo que está dito é “verdadeiro” ou “falso”, logo, liga-se à necessidade de *ajudar* seus leitores a tomarem decisões corretas, condicionando-os à imagem de uma instância de poder capaz de controlar o que circula de um lado em detrimento de outro, como dito na seção anterior (DELA-SILVA, 2021, p. 5955).

Segundo Orlandi (2001, p. 131), o boato “(...) é um fato relevante para se observar essa faixa do dizer que está entre o atestado e o possível. Margem opaca onde o dizer não está estabelecido em sua positividade e nem por isso deixa de existir, de fazer sentidos”. Dessa forma, o boato passa a ser um estágio primário para a tipologia jornalística de checagem de fatos, onde, após “atestar” que não é apenas um boato, passa vir a ser um fato. Distingue-se, aqui, a oficialização ou não de um acontecimento jornalístico que passa a ser inserido no processo de checagem da mídia, onde o fato é tido como um caso de “testemunho” que se tenha como comprovar, distanciando-se da ingenuidade do boato.

Mariani (1998, p. 63), ao escrever acerca do funcionamento da grande imprensa, reitera que tal discurso jornalístico organiza e ordena “cotidianamente os acontecimentos, de modo a mostrar que pode haver mais de uma opinião/explicação para o fato em questão, mas nunca um fato diferente do que foi relatado”, ou seja, a univocidade do “fato”, sem distinções e outras interpretações, é constituinte, também, do discurso jornalístico da grande imprensa.

Há, então, uma colagem entre a busca *da* verdade e o fato, mas, o que se lê em uma notícia pronta e acabada disposta no site, não é um lugar engendrado com sentido próprio, porque o discurso jornalístico, como já dito anteriormente, produz leituras a partir de determinados acontecimentos, tomados pela interpretação para que circule nas redes sociais. Logo, o “fato” é sempre uma construção jornalística, ou seja, quando o sujeito interpreta, já não se trata mais do mesmo fato, é uma realidade tida como efeito, não empírica, produzida a partir de um gesto interpretativo que constitui o acontecimento jornalístico. O qual, segundo, Dela Silva (2015), trata-se de um discurso tomado como acontecimento, sendo uma prática discursiva midiática.

O acontecimento jornalístico consiste em uma construção do jornalismo, enquanto uma prática discursiva da/na mídia e, como sabemos, a existência discursiva não se confunde com a existência empírica dos acontecimentos, quaisquer que sejam eles (DELA-SILVA, 2015, p. 218).

Neste caso, o fato não deve ser tratado como um acontecimento empírico, pois tem relação à atualidade frente à data de publicação e é “escolhida” a partir de um gesto de seleção da mídia, visando a aceitação ou não de quem consumirá a notícia. Desse modo, o acontecimento jornalístico é constituído a partir de um fato que já está posto em circulação e o faz, sob gestos interpretativos, acontecer na própria prática

jornalística, já não sendo a *evidência* que a mídia busca impor, como se fosse construído ali um relato empírico.

É, a partir desse ponto que nos interessa analisar, visto que os fatos são, então, (re)tomados por um sujeito inscrito na história, o que torna os acontecimentos jornalísticos “autorizados” a ocupar o espaço digital da *Aos Fatos*. Entretanto, pelo viés midiático, trata-se de um movimento ilusório buscado para “comprovar” determinado acontecimento, mas é apenas uma das leituras possíveis sobre o mesmo, postas como um acontecimento *puro* que corresponde à evidência, obviedade e à neutralidade - o que não é.

Embasando-me nos estudos de Mariani (1999, p. 103), reproduzo, aqui, a metáfora utilizada pela autora para discutir as possibilidades de leitura sobre uma fotografia, mas, neste caso, direcionado à insistência da *verdade única*. Segundo a autora, a fotografia produz uma *ilusão de que aquilo que se vê nela é de fato correspondente ao real fotografado*, bem como a mídia em questão objetiva impor a partir de suas publicações. O que se vê em uma foto, parece o óbvio, no caso, a única interpretação possível sobre ela. No entanto, assim como o discurso jornalístico, “uma fotografia representa um ponto de vista”. Trata-se de um recorte da realidade de quem a produziu, pois não é possível que o fotógrafo capte a foto englobando todos os cenários possíveis em um só momento. Faz parte do movimento histórico em que o sujeito que produz a foto está submetido.

Como uma foto representa um ponto de vista instantâneo de acordo com as condições de produção, ou seja, se outro fotógrafo, com outro equipamento, reconstrói a mesma foto, reproduzirá um outro possível efeito de sentido. Com o discurso não é diferente. Nesse sentido, ao pensar que as notícias são veiculadas com o objetivo de representar o fato e a realidade que as constituem, apaga-se o processo de que ao interpretar um outro discurso, produz-se outro discurso, baseado em algo que já existe, para reproduzir apenas a *parte que se impõe a ler* (MARIANI, 1999, p. 105). Assim, a objetividade recuperada no *slogan* da mídia, contrapõe-se aos efeitos de sentidos possíveis, mas, para a teoria pecheutiana, o sentido verdadeiro não se encontra apenas em um aglomerado de palavras organizadas para referir-se a um acontecimento, aliás, não se encontrará nunca o *sentido*, mas sim seus efeitos.

A mídia, ao reforçar esse mito de verdade, ignora os gestos interpretativos que promove ao realizar o percurso de checagem, visto que tais gestos partem de um

sujeito. Em relação ao efeito de sentido de apenas transmitir o que consideram *verdadeiro*,

Trata-se (...) de uma prática discursiva que atua na construção e reprodução de sentidos, prática essa realizada a partir de um efeito ilusório da função do jornal como responsável apenas por uma transmissão objetiva de informações. O discurso jornalístico constrói-se, dessa forma, com base em um pretense domínio da referencialidade, pois baseia-se em uma concepção de linguagem que considera a língua como instrumento de comunicação de informações. Decorrem daí vários efeitos constitutivos dos sentidos veiculados como informações jornalísticas: objetividade, neutralidade, imparcialidade e veracidade (MARIANI, 2005, p. 7).

Caem por terra, então, esses mitos da *objetividade*, *neutralidade*, *imparcialidade* e *veracidade* e que são tidos como quase que pré-determinados quando inseridos numa condição de produção jornalística. Colocar-se em um lugar de privilégio é prática comum no discurso jornalístico (MARIANI, 2005), entretanto, cabe a nós analistas de discursos, observarmos o funcionamento discursivo para compreender os efeitos de sentidos produzidos pelo objeto de análise. Trabalhar com um modelo unívoco de verdade é o que fornece a exclusividade e a busca pelos *clicks* em quem consome as checagens do site. Essa busca pela verdade, além de ser critério para pertencer ao grupo de checadores de fatos reconhecidos mundialmente, não funciona para um leitor crítico.

Por mais que a mídia busque a *neutralidade* e a *imparcialidade*, os discursos por ela postos em circulação coloca em funcionamento os conceitos abordados na seção anterior, porque são entretecidos por interpretações distintas a partir do processo de checagem e, ao interpretar, tem-se o “assujeitamento, ou seja, para que o sujeito seja sujeito, é necessário que ele se submeta à língua” (PÊCHEUX, 1999, p. 60).

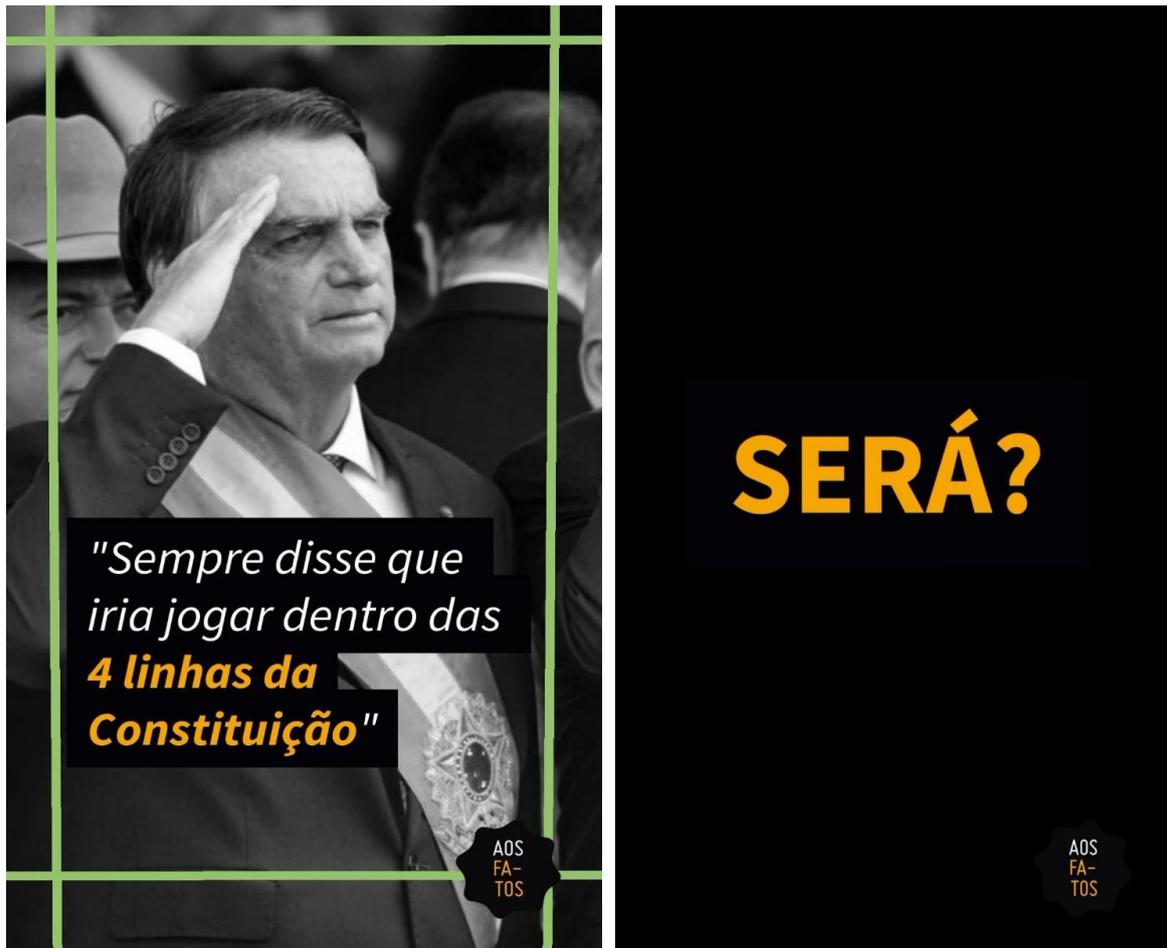
Dizendo de outro modo, a partir da produção de uma notícia, o sujeito produz uma outra interpretação, logo, o sentido é atravessado pela história à qual o sujeito está submetido, não sendo considerado um sujeito empírico, mas materialmente constituído pela linguagem e interpelado pela ideologia. Isso significa que o indivíduo empírico, se torna sujeito do discurso a partir do assujeitamento conduzido ideologicamente sem que se dê conta, tendo a impressão de estar exercendo sua livre vontade de ocupar o lugar que ocupa e produzir os discursos que profere (PÊCHEUX, 2014, p. 162).

Dessa forma, “o que se escreve nos jornais são interpretações” (MARIANI, 1999, p. 105), ou seja, não parte de um sujeito empírico, neutro, imparcial, mas, sim, de um sujeito atravessado pela ideologia, pelo inconsciente e submetido à língua para produzir o dizer. Assim, produzirá efeitos de sentido que nunca serão neutros ou imparciais, porque dependem das condições de produção do discurso e do lugar que ele ocupa na formação social.

O que é posto em circulação no site, é, simultaneamente, publicado na rede social *Instagram*. O avanço da tecnologia permite que os números de acessos sejam intensificados e facilitados. Consequentemente, pelo alto consumo das redes sociais, o número exacerbado de seguidores da *Aos Fatos*, participa ativamente das publicações que estão dispostas no *feed*, produzindo inúmeros gestos interpretativos a partir de suas publicações.

Por isso, como já citado nos gestos iniciais desta pesquisa, faço um recorte em duas postagens do *Instagram* da mídia a serem vistos em sequência. Opto por essa modalidade devido a rápida expansão das notícias ali veiculadas, as quais, para se enquadrar no formato da rede social, são, também, moldadas a partir do interesse de fazer circular nesse espaço digital. Assim, dialogo com o objetivo disposto na pesquisa para analisar o discurso que a mídia coloca em circulação a partir do que eles *dizem* que fazem e o que eles *fazem*, ou seja, a metodologia na prática.

Na publicação abaixo, a mídia produziu um *reels*: vídeo curto, produzido e veiculado internamente na rede social citada. Neste vídeo, a mídia descreve algumas das informações que constam na notícia com o seguinte título: *As 356 mentiras sobre ditadura, Judiciário e urnas que compõem quatro anos de golpismo de Bolsonaro*. Nos interessa, aqui, apenas a parte introdutória do *reels*:



**Fonte:** Instagram, Aos Fatos, publicado em 19 de jan. de 2023.

Essas imagens recortadas retiradas da publicação do *Instagram* da Aos Fatos, nos indicam a filiação discursiva de quem produz o dizer. Para isso, observemos:

**SD8<sup>6</sup>:** Sempre joguei dentro das quatro linhas da Constituição'. *Será?* (AOS FATOS, *Instagram*, 2022 - itálicos meus).

Nessa sequência discursiva, há presença de posicionamento da mídia em relação ao discurso produzido por Jair Bolsonaro.

A fim de observar como é colocada em prática a metodologia da mídia nos discursos dispostos nessa rede social, quando a mídia diz *será?*, intermediada pela narradora do vídeo, a *Aos Fatos* inscreve-se em uma formação discursiva contrária ao que está sendo veiculado. Melhor dizendo, o ex-presidente Bolsonaro, busca

<sup>6</sup> Acesso disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CnnQpsUhpcr/?igshid=OTJINzQ0NWM%3D>

inscrever-se<sup>7</sup>, ao dizer que “Sempre disse que iria jogar dentro das 4 linhas da Constituição”, em uma formação discursiva política anti-golpista, buscando produzir o efeito de sentido de que é ético. No entanto, ao questionar este discurso, a *Aos Fatos* assume um posicionamento e produz o efeito de sentido de dúvida, inscrevendo o dizer em uma formação discursiva que questiona/contraria o que o ex-presidente disse, contrariando, também, o que está disposto como metodologia de suas práticas jornalísticas, pois questionar o discurso coloca em suspenso a própria prática jornalística: se a *Aos Fatos*, tendo sua existência posta como uma agência de checagem de fatos, questiona “será?”, coloca em suspenso o que o sujeito (ex-presidente) diz, mas suspende, também, a própria prática jornalística da mídia, afinal, se trata de um discurso que possa vir a ser questionado, como pode ser tomado pela mídia como duvidoso? A mídia, antes de publicar, não realizou a checagem?

Neste momento, não se trata de uma sequência discursiva em que a mídia fala de si, mas de discursos que são colocados em xeque. Logo, o que temos na SD8, é uma relação de antagonismo entre discursos, onde, externamente, o interdiscurso é o responsável por confrontá-los, nesse caso. Assim, caracterizando com força de relações que a *Aos Fatos* busca, no discurso do ex-presidente, elementos para que possa, por meio da checagem, formular novos discursos, ou seja, buscar um discurso A para formular um discurso B. De fato, o enunciado “será?”, parece apenas um simples questionamento, entretanto, mobiliza efeitos de sentido de uma formação discursiva que está indo contra o que foi dito pelo sujeito, contrariando também a metodologia descrita pela mídia.

Visto que nosso objetivo é compreender o funcionamento discursivo e os efeitos de sentidos a partir do que é posto em circulação, um gesto discursivo de questionar, como na SD8, implica, como ressalta Orlandi (2015), em escutar outros sentidos presentes em um enunciado. O discurso não é único, não é imparcial e na posição de sujeito, a *Aos Fatos* enuncia crendo ser a fonte do dizer, mas é na falha que aparecem suas filiações discursivas e ideológicas.

Assim como o discurso se constitui em seus sentidos, a partir do que o sujeito enuncia, aquilo que foi dito inscreve-se em uma formação discursiva para que tenha o efeito de sentido que é determinado ideologicamente a ele, logo tendo outro sentido

---

<sup>7</sup> Digo *busca inscrever-se*, pois, ao proferir tal discurso, o ex-presidente busca ocupar um lugar discursivo para ser entendido de uma forma e não de outra. Trata-se de uma tentativa ilusória de reconhecer-se em uma formação discursiva a qual não é identificada em seus discursos corriqueiros.

possível em outra formação discursiva. Dessa forma, conforme Orlandi (2015, p. 42), “as palavras não têm, nessa perspectiva, um sentido próprio, preso a sua literalidade”, pois é por meio da formação discursiva que o efeito de sentido acontece, sendo sempre outro possível.

Baseando-nos no que diz Mariani (1999, p. 106), cabe entender que a linguagem, atribuindo a esse imaginário jornalístico, não deve ser considerada “um código transparente e neutro, cujos sentidos estariam sendo continuamente manipulados e transmitidos conforme os interesses de cada um”, pois o discurso jornalístico parte de um movimento banhado pelas interferências das condições de produção que constituem os sentidos, mas “o processo pelo qual isso se dá, fica apagado” (MARIANI, 1999, p. 111), é um efeito ideológico não acessível nem por quem produz as notícias.

Assim, ao enunciar, a *Aos Fatos* enquadra seus discursos a partir do olhar de um sujeito e baseado em dizeres da grande mídia/das rede sociais. Dessa forma, “aquilo que se é enunciável como notícia, não se dá por si, como evidência, mas é constituído pela própria prática do discurso jornalístico” (GUIMARÃES, 2001, p. 15), isto é, a prática do discurso jornalístico é afetada pela história. Quando realizada as checagens, a *Aos Fatos* está inserida em um contexto histórico, há um acontecimento, mas não empírico, pois reconstrói narrativas que o próprio jornalismo coloca em circulação. Assim, ao buscar tais informações, a mídia engendra a interpretação do jornalista, a qual produzirá sentido a partir de um dado momento, de uma condição de produção e conduzirá os gestos interpretativos para a produção da checagem, gesto tal que é guiado pelas formações imaginárias abordadas na primeira seção.

Essas falhas apontadas nos discursos das SDs 7 e 8, aparecem, por sua vez, para a teoria aqui utilizada, como a evidência do sentido, ou seja, para o discurso jornalístico, a língua é opaca, transparente, sem caráter material. Entretanto, é “aquilo que se constitui pela remissão a um conjunto de formações discursivas” (ORLANDI, 2015, p. 44). Logo, as palavras produzidas pelos sujeitos que realizam a checagem, como quaisquer outras, recebem sentidos a partir da formação discursiva na qual se inscreve. Por exemplo, os sujeitos que se opuseram a partir do que a mídia colocou em circulação na publicação em questão, encontram-se em uma formação discursiva distinta a qual a mídia está inserida.

Essa relação de transparência sob a evidência do sentido vai além do dizer de si como uma mídia que ocupa entre-espços das formações discursivas, pois produzir

uma checagem, é incluir-se no imaginário de outras mídias, já, também, atravessadas ideologicamente. Posso assim dizer que o funcionamento da opacidade transcende o próprio funcionamento discursivo da mídia, ao se pautar em outras mídias para formular suas notícias, é assumir que os acontecimentos são determinados por outros meios jornalísticos e colocar em funcionamento o papel do interdiscurso como relação entre formações discursivas. Ou seja, para enunciar, a mídia se pauta em diversos acontecimentos veiculados por inúmeras outras mídias, atuando a partir de um recorte histórico e interpretativo, buscando em outras regiões dizeres que afirmaram o discurso “verdadeiro” posto em circulação. Sendo assim, um dizer sempre será colado e terá relações com outros dizeres realizados, imaginados ou possíveis (ORLANDI, 2015).

Observaremos, a seguir, este embate que a mídia causa nas relações entre as regiões discursivas postas em circulação:



**Fonte:** *Instagram, Aos Fatos, publicado em 3 de fev. de 2023.*

Trata-se de um recorte de uma publicação, novamente, retirada do *Instagram*. Neste caso, o enfoque da checagem é o atual Presidente da República, Luís Inácio Lula da Silva, popularmente conhecido como Lula. Proponho esse recorte, pois, cabe

observar as expressões escolhidas para direcionar os discursos sobre um sujeito A e um sujeito B.

Como descrito anteriormente, onde a mídia explicita uma posição ao questionar um comportamento do ex-presidente Bolsonaro, aqui, analisarei a

**SD9<sup>8</sup>:** Na RedeTV!, Lula *desinforma* ao comentar indicação ao BC e reações ao caso Americanas (AOS FATOS, *Instagram*, 2022 - itálicos meus).

A partir dessa sequência discursiva, o enfoque analítico será a partir do termo *desinforma* utilizado para (des)classificar/desabonar o discurso do atual presidente.

É possível perceber, no movimento entre a descrição e a interpretação, novamente, o discurso da mídia funcionando em uma dada formação discursiva. Podemos notar, a partir da SD9, ao colocar dois termos utilizados pela mídia para caracterizar os discursos checados, visto que a evidência entre o deslize de *mentiroso* (presente no título da notícia que engendra a SD8) para *desinforma* (SD9), no título da notícia, marca a presença de um posicionamento, indicando uma filiação a uma formação discursiva. O discurso, então, constituído por falhas, carrega consigo marcas intrínsecas das condições que o envolve, provocando um deslizamento de sentido que marca, no fio do discurso, a oposição entre as formações discursivas e a inserção da mídia em uma delas (DELA-SILVA, 2021, p. 5954).

Além da mídia estar constituída em um período histórico, de confrontos políticos, esse deslizamento de sentido nos mostra que há a tomada de posição nas notícias produzidas. Visto que não se trata apenas de distinguir um discurso do outro, enfatiza-se em um a *mentira* e em outro - também *mentiroso* - descrevem apenas como um engano, um ato de desinformação, causando a impressão, inclusive, de algo dito pelo sujeito “sem intenção”. Dessa forma, a *Aos Fatos*, interpelada ideologicamente, no deslize discursivo, aponta para a falta de apartidarismo e a tomada de posição, contrapondo e inserindo-se, novamente, em *uma* formação discursiva em detrimento a *uma outra* formação discursiva.

Esses deslizes metodológicos da mídia não só ocorrem “sem intenção”, mas, também, a própria metodologia de apuração dos discursos a serem analisados indicam a inserção da *Aos Fatos* em regiões discursivas. Por isso, tais efeitos de

---

<sup>8</sup> Acesso disponível em: [https://www.instagram.com/p/CoNzYzEo\\_st/?igshid=OTJINzQ0NWM%3D](https://www.instagram.com/p/CoNzYzEo_st/?igshid=OTJINzQ0NWM%3D)

sentido e deslizes, como apontado nas SDs 8 e 9, são tidos como o *intradiscurso* é para nós da Análise do Discurso, mas, neste caso, trata-se da materialização das pistas discursivas que nos levam a compreender que a mídia não é isenta.

Deste modo, ao falar deste funcionamento, até aqui, abordei a respeito do que é a metodologia adotada pela mídia e, também, alguns discursos que são oriundos de checagem de fatos e são postos em circulação nos meios de comunicação da mídia. Agora, cabe refletir sobre o que a mídia propõe como método antes mesmo desses discursos serem considerados elegíveis para serem colocados em circulação/postos à possibilidade de que uma checagem sobre aquela informação seja realizada.

Esse processo é, também, constitutivo da *Aos Fatos*, visto que são ações determinantes para a condução da prática jornalística realizada pela mídia. É o que rege o funcionamento da checagem de fatos e que, a partir disso, o que é posto em circulação, nos serviu como instrumento para analisar o funcionamento discursivo da mídia.

Por isso, é importante adentrar nesse campo, visto que a *Aos Fatos* adota em sua metodologia uma atividade chamada *Radar*. Basicamente, a mídia, por meio de um algoritmo, seleciona combinações acerca de um tema que está em ascensão nas redes sociais<sup>9</sup> e, por meio de um processo digital, apura informações que podem ter relevância ou não. A partir desse grau de relevância proposto pela mídia, os discursos são selecionados para que se produza a *checagem de fatos* realizada por ela.

Neste âmbito, a mídia fornece-impõe a evidência sobre o algoritmo tomado por ela para a seleção do que virá ou não a ser analisado. A *Aos Fatos* toma o algoritmo como uma ferramenta digital e automatizada como se não houvesse atravessamentos ideológicos postos no funcionamento do movimento de seleção dos discursos. Devido a isso, questionamos a autonomia imposta pela mídia sobre o algoritmo, como se ele trabalhasse por si, sem responsabilidade dela sobre o funcionamento das informações apuradas pelo *Radar*.

O que levantamos, a partir disso, é que a *Aos Fatos* se desvincula do desenvolvimento e das práticas do algoritmo desenvolvido por ela, buscando, novamente, sustentar uma posição de *neutralidade* referente às suas práticas jornalísticas. Cabe para a mídia dizer-se responsável apenas pelos discursos

---

<sup>9</sup> Além do *YouTube*, a mídia alça o monitoramento da atividade *Radar* nas seguintes redes sociais: *Twitter*, *Instagram*, *WhatsApp* e *Facebook*. Há, também, o grupo dos *sites*, entretanto, não são especificados pela mídia.

selecionados pelo algoritmo, o que seria, de fato, o que ela estaria disposta a analisar. É uma prática, por mim, compreensível, visto que reforça a tomada de discursos que a mídia utiliza do espaço digital. Basicamente, os efeitos de sentido nos fazem dar conta de que a mídia compreende o algoritmo como algo que não é dela, responsável por vasculhar os espaços digitais, selecionar os discursos para que, enfim, possam produzir os discursos “próprios”, a partir dos princípios que a regem e da metodologia adotada, tida como uma prática isenta.

Desse modo, problematizamos a naturalização desse algoritmo pela mídia, visto que se trata de uma ferramenta programada por alguém para selecionar os discursos preteridos a partir de um objetivo. Trata-se de uma ferramenta regida e constituída sob o funcionamento da ideologia (FREITAS, 2020, p. 74).

São práticas que se dão

pele fato de algoritmos carregarem, em seus códigos, os valores de seus desenvolvedores, já que são estes que decidem a forma pela qual são alimentados os sistemas de inteligência artificial. (...) Por isso, os resultados de decisões automatizadas não podem ser considerados como mais neutros ou corretos do que os resultados de decisões tomadas diretamente por seres humanos (LOPES, MORAES E PEREIRA, 2019, n.p.).

Portanto, os *valores* citados pelos autores acima, constituem-se, sob a teoria do discurso, o assujeitamento: trata-se de um sujeito interpelado, posto a uma determinada condição de produção, ocupando uma formação ideológica que organiza e estrutura o funcionamento de seleção algorítmica para, em sua busca, coletar discursos e não outros, a fim do que interessa à mídia checar e (re)publicar em seu meio digital.

Para observar o funcionamento dessa prática, trago, aqui, um aglomerado de sequências discursivas que dispõe da seleção criteriosa da mídia a considerar os graus de possibilidades de que abordam os discursos ali publicados. Trata-se de uma tabela disponibilizada e criada pela mídia para avaliar o que irá ser ou não publicado a partir dos dados levantados pelo algoritmo:

Nota	Chance de conter desinformação	Descrição
1	Muito alto	Nosso algoritmo indica alta probabilidade do conteúdo apresentar erros, ser enganoso ou desinformativo.
2	Alto	A publicação pontua mal na maioria dos critérios metodológicos: um conjunto de mais de 30 regras que avaliam conteúdo, autor e palavras-chave.
3	Médio	Publicação pontua mal em regras críticas da metodologia, como por exemplo, a presença de termos alarmistas, de exagero ou generalização, entre outros, resultando em possível erro ou desinformação.
4	Baixo	A publicação contém palavras-chave presentes em conteúdos desinformativos e não pontua bem nos critérios metodológicos relativos a conteúdo e autoria. Há chance do conteúdo ser enganoso.
5	Muito baixo	Nosso algoritmo encontrou palavras-chave comuns a conteúdos desinformativos. Mesmo assim, o conteúdo pontua bem na metodologia e a chance de ser enganoso é baixa.

Fonte: *Aos Fatos* - Metodologia de rede (2016)<sup>10</sup>

Respectivamente, seguindo a sequência de notas propostas pela mídia, tomarei os discursos presentes no campo “descrição”, como sequências discursivas, sendo: **da nota 1, SD10; da nota 2, SD11; da nota 3, SD12; da nota 4, SD13; da nota 5, SD14**. Nos cabe, ainda, a partir dessas sequências discursivas, sustentar teoricamente o imaginário de verdade que a própria mídia mantém sobre si e o que é posto em circulação, ou seja, os discursos projetam a imagem de si, do outro e do objeto do discurso, como visto no conceito de formação imaginária anteriormente.

Podemos compreender, a partir dessas SDs, como discursos que são postos em circulação nas redes sociais consideradas pela mídia e recebem notas de 1 a 5, entram na escala selecionável para ser analisado pela mídia. Já os discursos com notas de 6 a 10 são informações que atendem aos critérios para **não** ser considerada uma informação falsa/que possa vir a ser falsa.

Analisando as sequências discursivas dispostas no quadro, temos uma sustentação em grau de notas indo ao que é “mais mentira” para o que é considerado “menos mentira”. Dentro desse próprio sistema, podemos notar que há a possibilidade de deslizamentos de sentidos por meio da classificação gradual que a mídia propõe: o que leva a mídia a considerar, a partir de um sistema de algoritmos, a SD10 tão ou menos

<sup>10</sup> Disponível em: [www.aosfatos.org/radar](http://www.aosfatos.org/radar).

“enganosa” do que a SD14? A observar nesta perspectiva de gradualidade aplicada pela mídia, ao dizer que a *chance de ser enganosa é baixa*, nos atemos aos gestos interpretativos que nos proporcionam compreender que de 6 a 10 tem-se, ainda, possibilidades de discursos enganosos.

Para isso, ao considerar todos os enunciados presentes nas sequências discursivas acima, como *ser enganoso* (SD10), *possível desinformação* (SD12), *ser enganoso* (SD13), *ser enganoso* (SD14), há uma regularidade nos discursos que a mídia propõe. Ou seja, dentro daquela escala construída pela mídia, todos os discursos que ali se enquadram são mentirosos. Temos uma gradualidade das probabilidades de *enganações* postas pela mídia e que ressoam efeitos de sentido que nos levam, novamente, a incerteza do discurso que estará posto ao serviço de checagem. Nesse caso, é a partir dessa regularidade que a *Aos Fatos* busca guiar os efeitos de sentido de seus discursos, dividindo-os em duas regiões, no caso, duas formações discursivas diferentes: uma do discurso *verdadeiro* e outra do discurso *mentiroso*. A mídia, então, busca regularizar essas possibilidades discursivas para que seu leitor trabalhe, no final das contas, a corresponder a formação discursiva que a própria mídia está inserida, acredita e defende ser a do discurso *verdadeiro*, para que assim se sustente na formação imaginária que ela cria para e sobre si.

Ainda sobre a regularidade, Indursky (2011, p. 70) diz que o regime de *repetibilidade* não é somente a partir da repetição de palavra por palavra, pois o sujeito quando produz um discurso, ele o faz sobre esse regime de repetibilidade. O sujeito enuncia o que enuncia por meio da repetição de discursos que já estão lá, funcionando a partir dos *esquecimentos*. Portanto, mesmo que a *Aos Fatos* não tivesse uma sequência de repetições de palavras nas sequências discursivas dispostas na tabela para dizer que o que está ali é *enganoso*, como podemos ver, inclusive, ao dizer que o discurso *pontua mal* (SD11), ela está submetida ao regime de repetibilidade, pois está reforçando a não adequação do discurso com a metodologia, colocando-o em uma região de discursos enganosos também. Isso ocorre, pois, segundo a autora, é uma repetição que indica *persistência* sobre o sentido que a mídia busca transmitir ao leitor, assim regulariza e se torna parte da memória da mídia naquela prática. A *Aos Fatos* persiste em classificar discursos como verdadeiros e falsos, criando uma regularização desses dizeres para os leitores, o que a faz constituir parte da memória da prática jornalística de si a partir do regime de repetibilidade.

Ainda sobre a regularidade não causada somente pela repetição das palavras, noto na SD11 que a mídia elenca como um discurso que “pontuou mal” no que concerne às regras da mídia. Entretanto, compreende-se pelo fio do discurso, ou seja, pelos conjuntos de relações que há, que além da chance *alta de conter desinformação* a mídia desliza-se para um discurso **regular** sobre informações mentirosas.

O que quero com isso, é desnaturalizar os sentidos que são postos pelas descrições das notas, as quais fazem parte da construção dos discursos da mídia antes mesmo de veicular as checagens realizadas, visto que a mídia trabalha somente a partir de duas perspectivas: ou **um** discurso verdadeiro, ou uma *fake news*. Ao que envolve essa regularidade trazida pela autora, é observável, nas descrições, apontar que a mídia permite deslizar-se nos princípios que são impostos para ser/permanecer com o reconhecimento internacional da *International Fact-Checking Network*.

Considerando as faixas incluídas pela mídia de 6 a 10, noto que se trata de discursos levados pela metodologia da mídia como discursos que *não se enquadram totalmente como uma possível falsa informação*. Trabalhando, dessa forma, com a possibilidade de que a mídia direciona o seu trabalho somente para afirmar a veracidade ou não de um discurso. Trata-se de uma só prática. Além disso, se o discurso com nota “6”, não divulgado, mas analisado pela mídia, tende a não ter chance íntegra de ser uma *fake news*, posso, então, considerar ele como outra possibilidade de verdade. Sucessivamente, os discursos que se enquadram nas notas 7, 8, 9 e 10, são, também, possibilidades de discursos verdadeiros considerados pela mídia, mas não assumidos. Entretanto, a descrição do método nos leva a compreender a existência de outras possíveis verdades, mas a mídia justifica a não inclusão desses discursos por motivos metodológicos ou técnicos.

Como discorrido anteriormente nesta pesquisa, a *Aos Fatos* direciona sua prática de checagem de fatos ao discurso político - a quem está em escrutínio público -, com isso, cabe considerar essa escala proposta pela mídia a partir do foco de produções jornalísticas da mídia: o discurso político. Ao imaginar essas escalas em notas propostas e executadas pela mídia, posso observar, em funcionamento, o que Courtine (2006) traz como a *mentira política*. O foco enunciativo da prática jornalística da *Aos Fatos* é baseado nessa tipologia, logo, a *mentira política* é parte do funcionamento discursivo da mídia. Esse funcionamento é mostrado pela/nas SDs 9, 11, 12 e 13, ao dizer que o conteúdo apresenta *erros, é enganoso ou desinformativo*.

Como todos os discursos que se enquadram nessas classificações são compartilhados em demasia pela mídia e após, em circulação, por seus leitores, os discursos são (re)constituídos por gestos interpretativos. Dessa forma, são (re)produzidos a partir de outros discursos para que se chegue, segundo a mídia, ao discurso “verdadeiro”, não tendo mais *chance do conteúdo ser enganoso*, como visto na SD14.

Por isso, nos cabe compreender que este processo de reconfigurar o que foi dito e já foi posto em circulação, é um processo necessário para adequar, segundo Courtine (2006, p. 19), “a enganação à verdade, às circunstâncias, aos fins visados”, ou seja, os discursos possíveis que se enquadram fora da métrica analisável da mídia, os quais estão dispostos nas descrições das notas da tabela e são tomados como sequências discursivas, são discursos que poderão ser enganações/*fake news* que são postos em um espaço de verdade pela mídia a partir do gesto de não os elencar como analisáveis. O que os faz a continuar circular pelo espaço digital como possíveis verdades, não sendo discursos “combatidos” pela metodologia da *Aos Fatos*.

Ainda neste campo, Courtine (2006, p. 19) reflete que para isso acontecer, é necessário que “uma massa de crédulos prontos a repetir, expandir, disseminar por toda parte as falsas notícias que foram forjadas por outros”, o que significa ter quem concorde e acredite nessas notícias tidas como não selecionáveis para a análise que, no caso, são consideradas como verdades. Como podemos ver, os sujeitos que compõem o espaço editorial da mídia, são tidos como credores deste processo realizado pelo algoritmo e reproduzem esses discursos tidos como *nem tão mentiras assim*, elencando-os em um espaço de verdade, também. Mas, como já abordado nesta pesquisa, trata-se de um processo de assujeitamento, não uma escolha.

Como citado anteriormente, o fazer jornalístico da *Aos Fatos* trata-se de uma prática digital e nos remete ao grande nível de compartilhamento rápido e fácil, assim como os discursos que se enquadram como verdadeiros na escala de notas da mídia. Por isso, esses discursos não postos como notáveis pela mídia, partem-se a pertencer a formação discursiva de discursos verdadeiros. Isso, pois, tais discursos podem ser e serão, certamente, compartilhados, modificados, reformulados... entre outras possibilidades que o compartilhamento de discursos em massa impõe a partir do digital.

Digo isso, porque ao considerar um discurso *nota 6* sendo possivelmente verdadeiro, fará com que os sujeitos-leitores ocupem um espaço discursivo

criado/mantido pela mídia onde tais discursos sem confirmação do algoritmo será considerado, sim, *verdade*. Dessa forma, o mesmo será replicado e compartilhado, pois essas discursividades “constroem um processo de circulação de sentidos que inclui de forma automática quem enviou como já tendo aderido à tal suposta verdade, e como interpelado de quem a recebeu para que adira também” àquele discurso (MARIANI, 2018, p. 5). Com isso, a proposta da mídia perpassa pela sua prática, nos permitindo questionar o fazer jornalístico e entrelaçá-lo ao lugar de circulação.

A isso, nos cabe colocar em xeque esse fazer, visto que a mídia que propõe circular “A verdade”, ao elencar as possíveis *mentiras* que serão analisadas, reforça, num processo inconsciente, outras cinco possibilidades de verdades sobre os demais discursos. Se, para o *Radar*, tais discursos não são relevantes/não levam seus leitores às *fake news*, não há, discursivamente, como desconsiderá-los como sendo discursos verdadeiros. Parafraseando Foucault (2013 [1973]), isso se caracteriza como um efeito de verdade, pois parte da *história interna*, mas, também, é constituída pelos diversos lugares sociais. Ou seja, o momento sócio-histórico de circulação dos discursos, relaciona-se com o efeito de verdade, tendo, assim, outras possibilidades de sentidos nos discursos excluídos.

Ainda ao espaço que circula, a *Aos Fatos* reforça, dessa forma, a busca pela diferenciação a partir da formação imaginária jornalística que sustenta. Mas, para nós, ao buscar essa diferenciação em dizer circular somente a *verdade*, estaria, na realidade, construindo sobre si um processo de autoelogio, fazendo aquilo que reflete na sua obrigação profissional enquanto meio jornalístico: checar uma informação antes de circulá-la.

Logo, a que ponto o discurso que a *Aos Fatos* põe em circulação, frente aos princípios impostos, já não são uma indicação própria de que ela é guiada por um processo de seleção inumano, o que já a faz, desde o pontapé inicial, filiada discursiva e ideologicamente. Ao assumir essa posição de checagem a partir da seleção do algoritmo, já é confessar que nada tem de imparcial, já é ser interpelada por um sistema que fornece-impõe para que, conforme Mariani (2018, p. 5), as discursividades se apropriem subjetivamente de quem receberá tais dados e os replicarão sob a couraça do mesmo ou venha se modificar.

Visto que não dou conta de apontar (nem mesmo a mídia apresenta) como são as descrições após a SD14 (da nota 5 em diante), pude notar, a partir da relação exposta pela mídia, é que os valores dispostos na tabela do que é analisável por ela,

permite compreender as possibilidades restritas de discursos que a mídia se propõe a checar para vir a colocar notícias em circulação. Tem-se uma lacuna na seleção dos discursos selecionados que a mídia se sujeita a analisar. Logo, compreendo que os discursos das sequências discursivas (9 a 13) contrastam-se a uma formação discursiva de discursos *mentirosos*, assim como os outros discursos que não atendem às “falhas” metodológicas, ocupam a formação discursiva de discursos verdadeiros, sejam eles *nota 6* ou *nota 10*.

A partir do funcionamento deste método, nota-se que a *Aos Fatos* seleciona o que é dizível e passa aos leitores a própria **dúvida** de valorização do que é real, contrariando-se ao que replica em seu slogan/método. Esse cálculo de algoritmo realizado, nos indica que há outras possibilidades discursivas, não sendo somente uma, como a mídia defende. Isso, pois, o que não é considerado analisável pela mídia, também pode não ser o que compreendem como um discurso “verdadeiro” que pregam na metodologia. Tem-se aí, no próprio funcionamento metodológico, discursos que nos mostram, mais uma vez, os atravessamentos ideológicos em funcionamento sobre suas práticas jornalísticas.

Ao trazer a repetibilidade e a regularização para abordar o funcionamento discursivo da *Aos Fatos* a partir das sequências discursivas anteriores, torna-se importante mobilizar os conceitos de memórias para o desenvolvimento da pesquisa. De antemão, a fim de sinalizar ao leitor, o conceito de memória discursiva será abordado novamente para que possamos contextualizá-lo sob o funcionamento das outras possibilidades de memórias aqui abordadas.

Sendo assim, sob a perspectiva de Orlandi (2015, p. 29), a memória discursiva é “o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada de palavra”. As significações se declinam à discursividade: a memória discursiva é, então, a manifestação do já-dito tomado pela historicidade e que significa a partir da materialidade discursiva circunscrita numa determinada formação discursiva. É a recorrência dos enunciados atravessados pela história que são retomados e atualizados em uma nova formação discursiva.

Dessa forma, não somente pela regularização dos dizeres apenas que a retomada da memória ocorre, mas, também, pela possibilidade de ser sempre outro efeito de sentido. Neste processo, nós temos a possibilidade de deslocamentos por meio de um discurso não uniforme, tendo rejeição, aceitação ou transformação dos

enunciados, deslizando-se na e entre as formações discursivas, possibilitando outros efeitos de sentido, em outras formações discursivas. É o que ocorre com a regularização no caso da *Aos Fatos*: há uma retomada de saberes já-ditos e que pertencem à esfera da região discursiva dos discursos jornalísticos, isso ocorre, além das outras possibilidades discursivas, por meio de uma repetibilidade nos dizeres que afirmam a gradualidade das possíveis *enganações* postas nas sequências discursivas acima.

Por isso, esses discursos se inscrevem numa formação discursiva que abarca as *fake news*. E é, também, conforme Indursky (2011) diferencia o conceito de memória discursiva de interdiscurso, pois não é um espaço lacunar. O discurso parte do interdiscurso para inscrever-se em uma memória discursiva.

Mesmo que de forma breve, ao abordar o conceito de memória discursiva em conjunto com o discurso jornalístico, é tocante mobilizar outras possibilidades de memória a pensar nos discursos produzidos pela mídia que são postos em circulação no digital.

Essa prática de inteligência tecnológica na seleção dos discursos tidas como *Radar* pela mídia, ainda reforça a ocupar um lugar de privilégio e distante de quaisquer meios jornalísticos que concorrem com ela o espaço de checagem de fatos. Digo isso, porque observo, também, o conceito sobre a regularidade abordado nos parágrafos anteriores, visto nesse comportamento da mídia pela seguinte sequência discursiva:

**SD15:** *Só é possível sustentar um modelo de vanguarda como esse com um conjunto de projetos, produtos e serviços que asseguram sustentabilidade financeira à empresa (AOS FATOS, Quem Somos, 2015? - itálicos meus)*

Ao dizer que a mídia sustenta um *modelo de vanguarda*, ela utiliza de sua prática e sua equipe para buscar sustentar esse dizer: *produção jornalística, inteligência e tecnologia. Por isso, Aos Fatos tem uma premiada equipe multidisciplinar que envolve jornalistas, cientistas de dados, especialistas em OSINT (Open Source Intelligence), programadores e especialistas em inovação (AOS FATOS, Quem Somos, 2015?).* Tem-se, a partir disso, o reflexo de uma regularidade discursiva, assim como descrito em um dos objetivos que a mídia se coloca como um tipo de jornalismo diferenciado, buscando se distanciar de outras mídias, impondo-se

como a mídia que está à frente, sustentando que só ela, ou primeiramente ela, realiza a prática de checagem corretamente.

Entretanto, dentro deste distanciamento criado pela *Aos Fatos*, pôde-se regularizar, no seio ideológico em que a mídia está submetida, a cristalização desses sentidos, tornando-os constitutivos de memória e autorizados somente a discursivizar a partir dos discursos que vão compreender a *Aos Fatos* como esse espaço diferenciado do fazer jornalístico, o que reitera, novamente, a formação imaginária que a mídia sustenta.

Ao trazer que tais regularidades se tratam de discursos que constituem memória a partir da repetibilidade do “lugar ideal” e “lugar diferente” de se fazer jornalismo que a mídia se autoinsere, tem-se esses discursos constituintes sobre o que a pesquisadora Dias (2016a, p. 12) refere-se como *memória digital*.

Deste modo, essa memória consiste em uma memória que é constituída pela (re)formulação e publicação dos discursos *pelo* digital. São discursos que passam pelo processo discursivo de repetição parafrásticas, ou seja, aquilo que foi dito, vai se desdobrando e produzindo novos dizeres, outros sentidos, mas sempre retomará à uma memória, neste caso, tanto as sequências discursivas anteriores (9 a 13), quanto a SD15, há o reflexo desse ato de repetibilidade que formam/sustentam este espaço de memória digital que ecoam nos discursos da *Aos Fatos*.

Esse desdobramento dos mesmos discursos reproduzem um sentido que vai além de uma memória que é *evidente e infalível*: a digital. Trata-se de uma memória de *formulação*, pois os discursos são postos em circulação, são reescritos, reinterpretados, possibilitando fazer circular em outras formas, sendo assim guiada por movimentos parafrásticos sobre os discursos.

É este funcionamento que determina que a *Aos Fatos* “esgote” as possibilidades interpretativas em seus discursos, é o que faz a mídia a tomar-se pelo efeito ilusório de que os discursos analisados se voltam ao sentido transparente e verdadeiro. É por essa memória que a mídia apoia suas checagens ao que objetiva entregar ao leitor: a verdade rápida e inquestionável. Assujeitando seus leitores às (re)formulações que pratica no desenvolvimento da checagem de fatos, esgotando as possibilidades de questionamentos.

Dessa forma, os discursos de repetibilidade da *Aos Fatos* circunscrevem-se nesses espaços de memória, mas não sendo exclusivo à memória digital. Além disso, para que seja (re)formulado e circunscreva-se nessa memória, é preciso que esteja

posto ao funcionamento do que é memorável, recuperável e passível de reformulação.

Portanto, “a memória digital é esse resíduo que escapa à estrutura totalizante da máquina e se inscreve já no funcionamento digital, pelo trabalho do interdiscurso” (DIAS, 2016a, p. 12). Dessa forma, o funcionamento discursivo é construído a partir do “entrelaçamento” das memórias. Das memórias, porque não é uma memória restrita ao espaço digital, trata-se do funcionamento interligado da memória discursiva (ordem da constituição) e da memória digital (ordem da formulação).

Além disso, na SD15, há um efeito de sentido proporcionado pelo trecho *modelo de vanguarda*, onde a mídia se coloca em uma posição de vangloriação referente às práticas jornalísticas que sustentam seus espaços digitais. Por isso, proponho a reflexão acerca de que a *Aos Fatos* se insere e mantém essa memória digital dos dizeres no método adotado pela mídia, fazendo com que os discursos que são postos em circulação nessa formação discursiva de mídia privilegiada, sejam (re)forçados aos leitores a terem como parte de uma metodologia avançada que trabalha com técnicas inovadoras. Afinal, são esses os efeitos de sentido proporcionados ao ir ao fio do discurso do *modelo de vanguarda*.

Desse mesmo modo, essa memória digital é sustentada e mantida pela mídia ressoando os ecos da metodologia da checagem de fatos. Essa prática é toda construída a partir de uma retomada de já-ditos que são (re)formulados, promovendo outras possibilidades de efeitos de sentido, outros possíveis discursos, mas sempre retornando ao que é memorável. A regularidade trazida pelas sequências discursivas presentes no quadro anterior que descreve a atividade *Radar*, é o processo do que é memorável em funcionamento. Tratam-se de discursos que são ressignificados a partir dos conceitos “mentira” e “verdade”, sustentados na memória digital que a *Aos Fatos* mantém e se reinscreve a cada discurso.

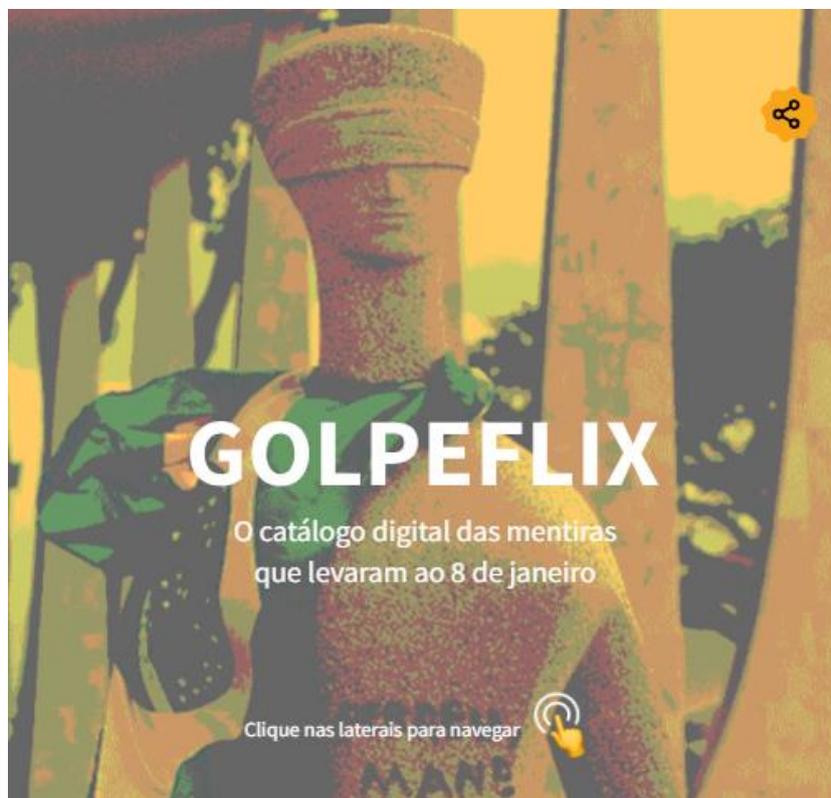
A observarmos até aqui o funcionamento do discurso político, o *modelo de vanguarda* e a memória digital, optamos por abordar uma das últimas práticas relevantes (a nível de disposição visual no site) que a *Aos Fatos* dispõe em seus editoriais: o *Golpeflix*.

A pensarmos no *meio digital* como fator constituinte da *Aos Fatos*, reforçamos não apenas como meio de circulação, visto que o jogo de palavras realizado para nomear a seção, a faz ter um deslize de sentido a partir do sufixo *flix*. Isso a inscreve em uma rede de memória das empresas de entretenimento que oferece serviços de

*streaming* e conta com uma ampla variedade de conteúdo disposta para consumo no meio digital.

Sendo assim, o *Golpeflix* é tido como um acervo digital que reúne as histórias relacionadas aos atentados de 8 de janeiro de 2023 em Brasília. Segundo a *Aos Fatos* (2023), o catálogo conta com mais de 1,7 milhão de vídeos, imagens, áudios e mensagens de texto que foram retirados de redes sociais no período eleitoral (2022-2023). Essa seleção foi realizada pelo projeto de algoritmo abordado ainda nesta seção: o *Radar*.

Abaixo, a imagem de capa utilizada pela *Aos Fatos*:



**Fonte:** *Aos Fatos*, 2023.<sup>11</sup>

Já na capa da seção, temos a escultura “A Justiça”, de Alfredo Ceschiatti. Ela é posta em frente ao prédio do Supremo Tribunal Federal (STF) e foi vandalizada nos atos de 08 de janeiro de 2023, citados no *Golpeflix*.

A efeito de sentido, funcionando em conjunto com o nome da seção, nela, podemos apontar a sua cobertura por uma bandeira do Brasil, a qual, nos últimos

<sup>11</sup> Disponível em: <https://www.aosfatos.org/golpeflix/>

períodos eleitorais no Brasil, foi vinculada como símbolo político da extrema direita. Além disso, a vandalização da mesma ocorre a partir da pichação da frase “perdeu, mané”, sendo um afronte ao Luís Roberto Barroso (ministro do STF), pois foi a resposta dada por ele a um extremista que o questionou sobre a confiabilidade das urnas eletrônicas, em novembro de 2022<sup>12</sup>.

Ao apontar como “golpe” tudo o que consta na seleção dos discursos ali presentes, a *Aos Fatos*, pela escolha da imagem, indica seu posicionamento frente aos atos. Tem-se como efeito de sentido, a partir desse posicionamento, que por tratar como “golpe”, o discurso do pichamento corresponde ao efeito de sentido da exposição dos criminosos que cometeram, seja virtual ou presencialmente, atos de vandalismo. Já que a *Aos Fatos* toma os atos como *golpe*, isso é somado a representatividade da escultura, pois ela busca, de certa forma, que “A Justiça” seja aplicada e os criminosos sejam expostos até que se pague legalmente pelos atos cometidos.

A partir do acesso ao acervo, abordaremos o seguinte enunciado como sequência discursiva:

**SD16: GOLPEFLIX é a *memória digital* do extremismo brasileiro**  
(AOS FATOS, *Golpeflix*, 2023 - negritos do autor, itálicos meus).

Em itálico, destacamos o que a *Aos Fatos* põe em circulação e compreende como memória digital. A partir do efeito de sentido nessa sequência discursiva, compreendemos que a mídia em si considera o acervo de enunciados, imagens, vídeos e áudios, como um espaço para memorizar o que foi dito. Isso ocorre por, simplesmente, crer que armazenar ali tais discursos, criará e manterá um espaço de memória digital.

Ao afirmar isso, a mídia sustenta a criação de um espaço digital que abarca *dizeres que levaram ao 8 de janeiro*, tendo-o como um acervo discursivo estático, de não reinterpretação, de não outro possível efeito de sentido: o que foi dito e precedeu ao fatídico dia está ali, da forma como foi criado, como circulou e como foi tomado como **mentiras**. É o efeito de sentido de como a seção *Golpeflix* é tratada pela *Aos Fatos*.

---

<sup>12</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WTELB9os1Rc>

Essa característica de “depósito de discursos” que a mídia cola à *memória digital*, é reforçada ao nomearem esse espaço como um *catálogo digital*, *banco de dados*, *acervo digital*, *base de dados* ou, até mesmo, *coleção de dados* (AOS FATOS, 2023). Todas essas nomeações, no fio do discurso, aplicam-se o regime de repetibilidade abordado nos parágrafos anteriores. Repete-se o mesmo efeito de sentido, mas com nomeações diversas, não necessariamente repetindo as mesmas palavras.

Dessa forma, a seção é tomada pela *Aos Fatos* como, segundo Dias (2016a), a memória tida como um espaço constituída pelo armazenamento, possibilitando compreender que dela nada escapa e assim como o interdiscurso, pelo viés de Indursky (2011), é um espaço totalizante, saturado. A partir disso, tem-se como efeito de sentido que a mídia compreende que o material está ali, continuará ali, não será esquecido, pois está armazenado e ocupando um espaço como fielmente acreditam que deverá ser e permanecer, ressoando os efeitos de *memória metálica* (ORLANDI, 2006), colocada em relação em um momento outro, funcionando como uma memória acumulativa, não interpretativa.

No contexto analítico discursivo, uma memória estática não é “viável”, visto que a memória é tida como um “espaço de repetição onde tudo é sempre e em toda parte, aproximadamente variável” (PÊCHEUX, 1981, p. 17), logo, se é variável, o discurso selecionado pela mídia para compor o acervo *Golpeflix*, é um discurso já inscrito no funcionamento digital, guiado pelo interdiscurso a ocupar uma formação discursiva. Tratam-se de discursos selecionados, nada há de imparcial estarem ali, são retomados ao serem selecionados, sendo atualizados seus efeitos de sentido já no espaço digital.

A memória digital mantida pela mídia como um espaço de depósito - o que não é -, também faz deslocar os sentidos cristalizados, produz sentidos outros, a partir das inquietações impostas ao arquivo, sendo uma materialidade que (re)produz sentido, não como espaço de armazenamento sem possíveis interpretações. Um exemplo disso, é o que realizamos nesta pesquisa, como olhar para esse espaço e desestabilizar o que a mídia compreende como memória digital.

O discurso que é posto a circular nos espaços digitais “não se reduz ao digital ou ao online, o que caracteriza a materialidade digital é sua discursividade” (DIAS, 2016a, p. 16) e o que reforça o funcionamento da(s) memória(s): o discurso do espaço digital é circunscrito na memória discursiva e conforme os movimentos parafrásticos,

é atualizado nos meios materiais, o que constitui o funcionamento da memória digital. Por isso, não se caracteriza apenas como um espaço depositário de *mentiras*, como chama a mídia. Os discursos estarem ali, selecionados e incluídos naquele espaço, trata-se de um gesto que aponta para as filiações discursivas da mídia: não são discursos desinteressados, já são atravessados pelo funcionamento do algoritmo e nada tem de imparcial.

Até aqui, ao analisar o funcionamento discursivo da *Aos Fatos*, pudemos notar como a mídia se contradiz em relação a neutralidade discursivizada por ela em sua metodologia. A relação metodológica com o funcionamento a partir do que a mídia coloca em circulação, foi cercada por discursos que mostram as suas filiações discursivas e ideológicas, provando que os discursos, assim como visto em Pêcheux (2014), não são neutros, pois é tido a partir da relação sócio-histórico-ideológico que o sujeito é submetido.

A proposta da *Aos Fatos* em se colocar em um espaço de exclusividade como agência de checagem de fatos, parte do princípio de se distanciar dos meios da grande mídia. Pudemos observar nas sequências discursivas dispostas, o funcionamento discursivo da mídia - objetivo geral da pesquisa - e compreender que a atividade de checagem desenvolvida pela mídia *corpus*, é pautada, exclusivamente, em dizeres que já circulam no meio digital. Dessa forma, não há como tais dizeres serem imparciais.

Colocar-se em um lugar de privilégio, como a *Aos Fatos* busca fazer, é uma prática que visa distanciar a colagem da imagem aos meios tradicionais. Entretanto, o processo de (re)tomada proposto pela mídia, só a faz existir devido aos discursos que já estão postos a circularem em outros lugares. Se tais discursos já foram colocados em circulação, o sentido poderá ser outro, pois são efeitos. Há uma posição-sujeito, interpelada ideologicamente, responsável por conduzir os gestos que faz circular tais discursos de uma maneira e não de outra, sustentado pela formação discursiva a qual se insere.

Compreendemos que afirmar o distanciamento dos discursos postos em circulação e manter o discurso de isenção em destaque, a coloca em um espaço sem filiações discursivas e ideológicas. Entretanto, no decorrer da pesquisa, discorreremos que (re)tomar discursos que já foram postos em circulação e buscar isentá-los, é um ato de ignorar os gestos interpretativos que guiam os discursos até colocá-los em circulação. Há uma suspensão dos gestos interpretativos quando a mídia afirma não

opinar, tomar posição, ser isenta, entre outros ditos que buscam sair do funcionamento ideológico.

Ao colocar em suspensão as filiações discursivas e ideológicas dos discursos postos em circulação, a mídia retoma dizeres, segundo Dela-Silva (2021), já conhecidos no discurso jornalístico. Há um processo de repetibilidade construído e mantido pela *Aos Fatos*. Os gestos de repetibilidade partem desde a descrição metodológica, até a publicação das notícias.

Selecionar discursos que já foram publicados, reescrever sob a forma de outras palavras para que, a partir dele, sejam possíveis outros efeitos de sentido, é o processo parafrástico em funcionamento. É daí o funcionamento metafórico abordado a partir das sequências discursivas 2 e 3, é a substituição de uma palavra por outra, possibilitando sentidos outros. Acerca desse funcionamento, a mídia segue (re)produzindo discursos em suas checagens, substituindo por outras palavras, mas exercendo o processo da repetibilidade da mesma forma: a partir de um discurso, leem-se, interpreta-se, toma-os sob o regime da repetição e volta sob a forma de outras palavras, promovendo outras possibilidades de sentido.

Essa mudança de sentido provocada pelo efeito parafrástico está interligada ao funcionamento do processo polissêmico também. Segundo Orlandi (1987), o que desloca o *mesmo*, o sentido cristalizado como acredita a *Aos Fatos* após a realização da checagem, é a polissemia, é o funcionamento da ambiguidade rompendo com um sentido para que possa vir outro. Dessa forma, os múltiplos sentidos existentes nos discursos, constituem o processo polissêmico, sendo, a partir da paráfrase, a formulação de diferentes sentidos a partir do mesmo enunciado.

No caso da *Aos Fatos*, ao observarmos o seu funcionamento, é atribuído o jogo do *mesmo* e do *diferente* (ORLANDI, 1987, p. 84), pois, por exemplo, a mídia parte de um discurso que possa vir a ser uma *fake news*, realiza o processo de checagem e o classifica, atribuindo outro possível sentido (polissemia). Já, ao pensar em discurso que é checado e atestado como *verdadeiro*, a mídia formula outros discursos para fazer circular e tê-lo como *verdade* também, constituindo um processo sinonímico. Desse modo, (re)produz outros discursos para que se chegue ao mesmo sentido.

A refletir sobre o processo metafórico, o nome da seção nos interessa a partir da seguinte sequência discursiva:

**SD17:** Lançado em março, o GOLPEFLIX é um catálogo digital sobre as campanhas de **desinformação golpistas** que ganharam as redes entre as eleições de 2022 e a **tentativa de golpe** de 8 de janeiro (AOS FATOS, *Golpeflix*, 2023 - negritos meus).

A começarmos a analisar o funcionamento dos pilares citados no primeiro parágrafo, chama-nos atenção a afirmação que nós temos já no título do acervo: **golpe**. Temos um efeito de sentido que marca uma tomada de posição da *Aos Fatos*: afirmar que os acontecimentos da data em questão foram atos golpistas.

Notamos um deslize quando a própria mídia diz quando descreve e define o que é o *Golpeflix*, a caracterizando como um catálogo que armazena os discursos que se referem à *tentativa de golpe*, ao contrário do que afirma o próprio nome. Afirmar, categoricamente, que os atos foram *golpe*, indiferente de ser ações positivas ou negativas, trata-se de um posicionamento sobre os discursos que ali estão publicados. Bem como, caracterizar as mentiras como *golpistas*.

Nessa mesma SD17, a mídia desliza os efeitos de sentido de mentiras como *desinformação*, como feito nas sequências discursivas 8 e 9. A expressão *desinformação*, assim como *mentiras* que está em destaque na capa do *Golpeflix*, circunscrevem-se em uma rede de memória que sustenta nossos gestos analíticos a partir da dualidade que a metodologia de checagem da *Aos Fatos* trabalha: ou é *mentira*, ou é *verdade*. Assim como afirma no título que se tratou de um golpe, a mídia em questão afirma que o que ela fará circular nessa “memória” de acontecimentos, são **mentiras**.

Como podemos ver, os discursos da mídia que ocupam o mesmo espaço que dizem ser isentos, imparciais, transparentes, são retomados sob outras formas (polissemia). O que queremos com isso, é que seja mostrado o funcionamento discursivo sob o regime da repetibilidade, sendo (re)tomados por outros efeitos de sentido. Afirmar ser *golpe* para recuar em relação a *tentativa* de um golpe, cola-se a outro efeito de sentido, utilizando um discurso já existente para formular outro. Por isso, “todo enunciado está intrinsecamente exposto ao equívoco da língua, sendo, portanto, suscetível de tornar-se outro” (ORLANDI, 1998, p. 11).

Dessa forma, proporcionando um novo efeito de sentido, o deslocamento realizado pelo interdiscurso, pautado no funcionamento da metáfora, entra em cena. Um discurso é levado ao outro, deslocado e estabelecido a um novo efeito de sentido. É o que rege o funcionamento da checagem de fatos proposta pela *Aos Fatos*.

Esse ir e vir entre os deslocamentos discursivos funcionando a partir do processo de checagem, aponta que os discursos postos em circulação pela *Aos Fatos* já são tomados por gestos interpretativos antes de serem publicados, pois já são filiados ideologicamente no processo de seleção do que é considerado analisável ou não. Isso faz com os discursos se depreendem de uma formação discursiva para ir à outra possível (INDURSKY, 2011).

Essas filiações, indicadas pelos efeitos de sentidos, contrariam o efeito de verdade que os discursos da *Aos Fatos* transmitem. O efeito de verdade não é somente que o discurso checado seja tido como verdadeiro, mas a afirmação, a partir da classificação, de que aquele sentido pode ou não ser uma *fake news*. Observemos:

**SD18:** O catálogo digital das **mentiras** que levaram ao 8 de janeiro (AOS FATOS, *Golpeflix*, 2023 - negritos meus).

Assim é definido o *Golpeflix* pela *Aos Fatos*. Nos atentaremos a afirmação que a mídia faz sobre os discursos selecionados a estarem ali: **mentiras**. Optamos por abordar, nessa SD18, alguns dos conceitos abordados nesta pesquisa, sendo o *efeito de verdade* o foco.

A fim de colocarmos em funcionamento as sequências discursivas da pesquisa, nós temos, nos próprios discursos postos em circulação pela mídia, novamente, o deslize entre “desinformar” e “mentir”, assim como nas SDs 8 e 9, onde nos propomos a escutar os outros sentidos dos enunciados (ORLANDI, 2015) para mostrar as filiações discursivas e ideológicas a partir do funcionamento discursivo.

Aqui, nos interessa a partir da afirmação sobre os discursos do *Golpeflix*, como a mídia, mesmo dizendo que são **mentiras**, produz um efeito de verdade, sobre um discurso mentiroso. É sobre essa dualidade que buscamos evitar em nossas análises, pois o efeito de verdade surge da relação sócio-histórica-ideológica do sujeito a partir do compartilhamento em massa, tomado como um discurso *verdadeiro*. Então, mesmo que realize o processo de checagem, o efeito de verdade está sobre o discurso considerado *mentiroso* pela mídia e se estabelece, por meio da relação sócio-histórica-ideológica, que a *verdade* é que a aquele discurso é *mentiroso*.

Dessa forma, mesmo sem passar pelo processo de checagem, a *Aos Fatos* toma uma posição frente aos discursos que estão arquivados na referida seção: são **mentiras**. Parece-nos que a imposição da *verdade* foi escancarada pela mídia neste

ponto. A indignação marcada frente aos discursos políticos (objeto de interesse da *Aos Fatos*) indicou, no deslize, suas filiações discursivas e ideológicas no funcionamento da grande mídia.

O efeito de evidência parte da tentativa de enquadrar tais discursos como mentirosos, visto que afirmar que os discursos se tratam de **mentiras**, provoca um efeito de sentido de que é daquela forma e não de outra que a *Aos Fatos* quer que seus leitores consumam aqueles discursos. É importante frisar que a evidência é um efeito da ideologia. Os discursos da *Aos Fatos* são postos em circulação pela mídia de forma “natural”, como se não fosse ideologizado. Desse modo, o efeito de verdade funciona como uma busca para controlar os sentidos, é a busca pela naturalização de que um discurso detenha aquele sentido (*mentira*) e não outros.

Assim ocorre, também, no processo de checagem, não somente nas afirmações sobre o *Golpeflix*. Ao dizer que verifica o que tem chance de ser mentira, a *Aos Fatos* estabelece um discurso que se insere em um espaço de não verdade, conferindo ao processo de checagem uma função “essencial” no discurso jornalístico.

Ao apresentar-se como detentora da verdade factual, a mídia em questão assume uma responsabilidade que sugere imunidade a erros, reforçando a integridade e confiabilidade de suas publicações. No entanto, mesmo ao checar discursos, a *Aos Fatos* não escapa dos múltiplos gestos interpretativos que permeiam os sentidos dos discursos, contradizendo a ideia de um sentido transparente.

Ao afirmar a unicidade de sentido sobre um discurso, nas SD6 e SD7, a *Aos Fatos* estabelece uma identificação com os meios tradicionais de jornalismo, reconhecendo-se na mesma rede de memória. Além disso, insere-se em uma rede de memória que o objeto jornalístico passa a ser validado somente após ser atestado (DELA-SILVA, 2021). Assim, o objetivo proclamado *de auxiliar as pessoas na tomada de decisões* reforça a autoimposição da mídia como algo superior aos veículos já existentes, causando um efeito de sentido em relação à verdade que é posta em circulação neste espaço.

Para ocupar um espaço social que se isenta de influências, opiniões e erros, a *Aos Fatos* fundamenta-se na concepção do fato como sinônimo de verdade, concebendo o que produz como um reflexo da memória da prática jornalística essencial para que a sociedade possa discernir a verdade. Essa construção discursiva reforça a imagem da *Aos Fatos* como “guardiã” da verdade objetiva e indispensável para a formação de opiniões esclarecidas na sociedade, o que podemos ver que não

é possível, ainda que Pêcheux (2014) reforça que as palavras mudam de sentido segundo as posições ocupadas pelos sujeitos que as empregam, é um processo de movência dos sentidos.

A partir da SD5, pudemos notar que a *Aos Fatos* mantém uma autodeclaração de independência financeira e editorial. Ao afirmar que não utiliza publicidade como fonte de recurso e que nunca recebeu aportes de governos, partidos políticos ou autoridades oficiais, a *Aos Fatos* busca estabelecer uma imagem de imparcialidade e independência em relação às influências externas.

No entanto, ao analisar as parcerias comerciais com empresas como Meta, Telegram, Kwai e o portal Terra, essas colaborações, embora possam representar uma fonte de financiamento alternativa, também a conectam a interesses mercadológicos e econômicos, o que indica vínculos que a *Aos Fatos* diz não ter. A parceria oficializada com o Governo Federal em 2020 para checar informações nas eleições gera ainda mais complexidade ao discurso de ocupar um lugar privilegiado, pois contradiz a afirmação de nunca ter recebido aportes governamentais - mesmo não sendo financeiro, mas de um posicionamento de privilégio no espaço virtual governamental.

Por essa contradição, percebemos a necessidade de uma análise discursiva em relação às declarações da mídia, que, ao se posicionar como independente, pode, na prática, estabelecer vínculos que comprometam essa autonomia declarada e o discurso transparente, pois o que circula em seu espaço digital, já são interpretações (MARIANI, 2005).

A análise do método de checagem aponta para outra camada do discurso da *Aos Fatos*. A busca pela verdade objetiva, ancorada em “fontes confiáveis” - como chamam a grande mídia na SD6, aponta para uma tentativa de legitimar o processo de verificação. No entanto, ao se apoiar em fontes já estabelecidas, a mídia não se distancia dos padrões e interesses da grande mídia, suspendendo a total independência descrita nas suas atividades de checagem.

A ênfase na imparcialidade e neutralidade, destacada na adesão à Aliança Internacional de Checagem de Fatos, também é um objeto de interesse nosso, pois levanta questões sobre a construção de uma imagem idealizada de jornalismo: o jornalismo objetivo, neutro, imparcial e verdadeiro, como aponta Mariani (2005), colocando, a partir dos efeitos de sentido reproduzidos, em um espaço de não confiança quem não corresponde ou pertence ao grupo da Aliança.

Notamos, no percurso realizado até aqui, como a *Aos Fatos* busca se posicionar como uma voz única e incontestável, reforçando a ideia de que suas verificações representam a verdade absoluta. No entanto, como apontado nos gestos analíticos, construído entre o ir e vir à teoria e ao *corpus*, a (re)produção dos discursos das checagens são permeadas por gestos interpretativos, colocando em xeque a objetividade absoluta dos discursos da mídia que constitui o *corpus* da pesquisa.

Ao explorar a relação entre o discurso posto em circulação pela *Aos Fatos*, essa análise expõe uma perspectiva sobre o seu funcionamento discursivo, destacando a importância de considerar não apenas o que é dito na descrição metodológica do funcionamento interno da mídia, mas também como são aplicadas/postas em circulação as metodologias ditas, a fim de analisar discursivamente as filiações discursivas e ideológicas que podem ser apontadas nos discursos de seu espaço digital, como feito até aqui.

No percurso analítico dessa pesquisa, utilizamos as notas de 1 a 5 que a *Aos Fatos* projeta para a seleção dos discursos que serão ou não analisados. A partir dessas notas, selecionamos como sequências discursivas numeradas de 10 a 14, representando grau crescente de possíveis enganos de informação. Nessa etapa, a discussão se aprofunda na compreensão da construção da verdade pela mídia, analisando a regularidade nas descrições das notas e questionando as categorias estabelecidas. Destacamos a graduação proposta pela *Aos Fatos*, observando como a classificação gradual pode levar a interpretações diversas e deslizes de sentido quando colocados em circulação.

Além disso, ressaltamos a repetibilidade como um elemento central na construção discursiva do que a *Aos Fatos* põe em circulação, indicando que a mídia, ao classificar os discursos, reforça e se insere em um regime de repetição. A análise avança para considerar as faixas de notas de 6 a 10, sugerindo que esses discursos, embora não divulgados, podem ser interpretados como possíveis verdades, já que são dispensados do serviço de checagem realizado.

Ainda no viés da repetibilidade e do discurso político, a relação com a *mentira política* (COURTINE, 2006) é explorada, destacando que a prática jornalística da *Aos Fatos* se concentra no discurso político e, portanto, a mentira política rege o seu funcionamento. O rápido compartilhamento de informações é discutido em relação a prática digital da *Aos Fatos* e a questão da verdade é contextualizada nos discursos excluídos do processo de análise que antecede as checagens.

A respeito da consistência na repetição dos discursos para checar, conforme Indursky (2011), destaca-se que o padrão de repetição não se limita à reprodução literal de palavras. Ao (re)produzir um discurso, o sujeito o realiza dentro desse padrão de repetição, isto é, o discurso é articulado mediante a repetição de discursos já existentes, funcionando a partir dos *esquecimentos*.

Ao abordar as sequências discursivas 10 a 14, argumentamos que a mídia, ao fazer circular o que considera "a verdade", inadvertidamente contribui para a criação de outras possíveis verdades ao excluir determinados discursos de análise. Além de o processo de seleção do algoritmo a distanciar da imparcialidade, indica a presença de múltiplas possibilidades de verdades ao deixar de fora discursos classificados com as notas de 6 a 10, contrariando as suas próprias premissas sobre o *discurso verdadeiro*.

Enfim, retomando Courtine (2006, p. 19), compreendemos as formas de dissimulação em relação à verdade, às circunstâncias e aos objetivos almejados - ora, os discursos que escapam à métrica analisável da mídia, os quais são apresentados nas descrições das notas da tabela e considerados como sequências discursivas - podem ser interpretados como potenciais enganos ou notícias falsas. Estes são inseridos em um domínio de verdade pela mídia ao serem deliberadamente excluídos da análise, sendo assim, são posicionados como não passíveis de escrutínio, permitindo-nos mostrar quais são as filiações discursivas e ideológicas - já que os discursos não são neutros, nem desinteressados - e compreender como é conjecturado o funcionamento discursivo da *Aos Fatos* a partir da prática jornalística de checagem de fatos.

## GESTOS FINAIS

Ao iniciarmos esta pesquisa, despertou-nos o interesse em explorar a temática discursiva jornalística a fim de compreender como constroem-se e circulam dizeres a partir do que é posto em circulação pela mídia *Aos Fatos*. O que nos motivou a construir tal estudo, é a posição que a mídia sustenta a partir da descrição metodológica sobre o serviço de checagem de fatos realizado. Primordialmente, por compreender o campo de interesse voltado ao discurso político como um meio de circulação de *poder* (SD4) sobre o sujeito-leitor. Ademais, a posição em que a mídia se coloca como detentora da verdade após a realização dessa prática idealizada por ela, a qual é justificada pelos reconhecimentos obtidos, sendo governamental e internacional, principalmente.

Diante de tais motivações, retomamos a nossa pergunta de pesquisa: *quais são os espaços discursivos que a Aos Fatos ocupa ao colocar notícias em circulação?*<sup>13</sup>

Para que alcançássemos respostas a essa pergunta, nos pautamos no objetivo geral estabelecido que nos conduziu a *analisar o funcionamento discursivo da Aos Fatos*. Considerando que seja um estudo teórico-analítico, só nos foi possível construir os gestos analíticos a partir do batimento construído entre o *ir e vir* à teoria e o *corpus* (PETRI, 2013) para que a pergunta de pesquisa, ora formulada em um processo *individualizado* (ORLANDI, 2015), fosse sanada.

Primeiramente, precisamos compreender o discurso como um objeto histórico-social. São, a partir das condições de produção a qual o sujeito-enunciador está submetido, que os discursos passam a produzir sentidos. Por isso, segundo Orlandi (2015), todo discurso tem a maleabilidade de ser sempre outro, deslocando sentidos para que se derive a outra possibilidade, não tendo um sentido preso a sua literalidade. Os discursos são reconstruídos a partir da materialidade da língua na história, produzindo assim a relação de efeitos de sentido que nos permitem compreender como tais discursos que cercam a *Aos Fatos* são (re)produzidos sob uma determinada forma e não outras, mas sempre inseridos a filiações discursivas e ideológicas.

---

<sup>13</sup> A pergunta de pesquisa está localizada ao final da página 10.

Para isso, foi preciso analisar dezoito sequências discursivas<sup>14</sup> recortadas do espaço digital que constitui a *Aos Fatos*, sendo elas retiradas de três seções: *Nosso Método*, *Quem Somos* e *Checamos*, as quais estão dispostas em seu site e, também, da página da *Aos Fatos* no *Instagram*, a considerar que se trata de um espaço de circulação de discursos.

Assim, a partir da seleção das sequências discursivas, nos propomos a *analisar as filiações discursivas e ideológicas da Aos Fatos* proporcionadas a partir do que é posto em circulação (primeiro objetivo específico)<sup>15</sup>. Guiados por esse objetivo, foi possível compreendermos como os discursos veiculados em sua seção metodológica constroem sentidos sobre a própria mídia, refletindo na busca para sustentar a suposta imparcialidade a qual ela é imposta a declarar para pertencer a Agência Internacional de Checagem de Fatos. Com isso, compreendemos, a partir dos efeitos de sentidos nas sequências discursivas analisadas, que a *Aos Fatos* não ocupa um espaço discursivo fora do funcionamento ideológico. Afirmamos isso, pois se trata de um espaço de circulação de discursos e os discursos não se constituem como uma mera transmissão de informação, mas funcionam a partir da materialidade da língua na história e das condições de produção que o sujeito está submetido (PÊCHEUX, 1983).

Sendo assim, compreendemos que a mídia objetiva por manter esse imaginário de isenção a partir dos princípios estabelecidos para ser e permanecer colada ao reconhecimento internacional e governamental de ser uma mídia confiável na prática jornalística de checagem de fatos. Entretanto, deve-se compreender que se assume uma Posição-Sujeito ao enunciar e colocar tais discursos em circulação. Dessa forma, os efeitos que decorrem a partir que do que analisamos nas sequências discursivas que pertencem à descrição metodológica da mídia, são discursos que se associam a Formações Discursivas e Formações Ideológicas da grande mídia, mas que a *Aos Fatos* busca não indicar suas filiações para que seja considerada uma mídia plural (SD1).

Por isso, no decorrer da pesquisa, buscamos abordar os discursos da *Aos Fatos* a partir do movimento metafórico que a própria mídia proporciona ao realizar sua prática jornalística: buscar discursos que já estão em circulação no espaço digital para que, a partir deles, produzam suas checagens e os “devolvam” para o espaço

---

<sup>14</sup> O conceito de Sequências Discursivas é abordado na página 7.

<sup>15</sup> O primeiro objetivo específico está localizado na página 10.

digital para fazer circular sob outra forma discursiva (*verdade* ou *fake*). É o que rege o funcionamento metafórico. Sendo assim, alçamos a *impossibilidade da Aos Fatos em se colocar em um lugar de privilégio, fora do ideológico* ao nosso objetivo geral e ao primeiro específico, pois é regida pelo/a partir do funcionamento da ideologia.

Ao compreender o funcionamento do que a mídia diz sobre a sua própria atividade desenvolvida e a fim de analisar como ela coloca em prática o que é dito em sua descrição metodológica, partimos para o segundo objetivo específico: *analisar de que modo, a partir da metodologia descrita, os discursos são produzidos e postos em circulação*<sup>16</sup>.

A considerar como a metodologia é posta em prática, abordamos a condição de produção como um fator determinante para desenvolvimento deste estudo. Por existir e se sustentar no digital, trata-se de um espaço de não só circulação da *Aos Fatos*, mas tido como um meio material (DIAS, 2016a). É, a partir desse espaço, que os discursos são selecionados e recolocados em circulação. Diante disso, cabe entender que a atividade jornalística realizada pela *Aos Fatos* proporciona inúmeros outros efeitos de sentido, visto que o digital exacerba o compartilhamento do que é publicado. Os discursos são selecionados, checados e colocados em circulação novamente. Não há como desvincular os gestos interpretativos desse processo, nem da mídia, nem de cada um dos leitores das notícias que os fazem após a publicação. Desse modo, o espaço digital constitui o funcionamento da mídia, a inserindo em filiações discursivas, sendo atravessados pela instância da reprodução dos sentidos no digital.

Isso reflete, ainda, na criação do algoritmo *Radar* para selecionar o que a mídia pretende ou não analisar (SDs 10 a 14). Para a mídia, trata-se de um mecanismo que trabalha “por si só”, sem filiações ideológicas. O funcionamento se dá a partir de critérios estabelecidos que seleciona discursos que circulam na *web* para vir a serem analisados pela *Aos Fatos*. Nada tem de isento, ao pensarmos que o algoritmo foi produzido a partir de necessidades de selecionar discursos que a própria mídia acredita fazer parte do processo de seleção para que venham a ser checados. Os discursos, nesse caso, são selecionados por ela, já inseridos em filiações discursivas e ideológicas, para que sejam checados e perpassados por inúmeros gestos interpretativos, inserindo-os a outras filiações. Porém, todo esse processo

---

<sup>16</sup> O segundo objetivo específico está localizado na página 10.

interpretativo não é considerado pela mídia quando ela diz ser isenta no que põe em circulação, bem como no funcionamento do algoritmo.

Na prática, as sequências discursivas analisadas nos proporcionam efeitos de sentido de que a mídia se insere em um imaginário de verdade ao sustentar o espaço discursivo que a constitui como *objetivo* e *transparente*. Ao analisar seu funcionamento, podemos notar que quando as notícias são postas em circulação no espaço digital, o objetivo da *Aos Fatos* é fazer com que o leitor consuma “a verdade”. O funcionamento pretendido por ela é compreendido assim: checar todos os discursos que a interessa a partir do que considera como político e entregar aos leitores o discurso *verdadeiro*. Nesse processo, percebemos que a própria mídia cria e mantém outras possibilidades de verdades ao decidir que alguns discursos são parcialmente verdadeiros quando não atingem à métrica definida para identificar informações *fakes*. Assim, temos como efeito de sentido a criação de um espaço de “possíveis verdades”, contradizendo a própria metodologia que a *Aos Fatos* propõe.

Entretanto, constatamos que para evitar possíveis erros no que tange a sua prática jornalística, a *Aos Fatos* sustenta a busca pela verdade e imparcialidade a partir do que põe em circulação. Nada do que é publicado em suas seções é transparente: não há a *verdade*, mas um gesto interpretativo a partir de uma condição de produção para que faça circular tais discursos. O discurso por si só já não carrega *um* sentido, as palavras e expressões mudam de sentido conforme as posições sustentadas pelo sujeito-enunciador (PÊCHEUX, 2014). Deixamos esse processo pela busca da *verdade* marcado no decorrer das análises, visto que existem sempre outras possíveis interpretações. O que é posto em circulação pela *Aos Fatos* nada mais é que o acontecimento jornalístico como uma prática discursiva, ressoando numa construção jornalística que a insere em filiações discursivas e ideológicas da grande mídia.

Para que se tenha efeitos conclusivos sobre a pergunta de pesquisa, (*quais são os espaços discursivos que a Aos Fatos ocupa ao colocar notícias em circulação?*), reiteramos que o discurso também passa a ser constituinte do sujeito, o qual, interpelado ideologicamente, trabalha sob funcionamento da relação língua-discurso-ideologia (ORLANDI, 2015). Sendo o sujeito, a partir disso, filiado a formações discursivas e ideológicas. Logo, nada há de imparcial e isento na prática jornalística da *Aos Fatos*, os discursos não são neutros, nem desinteressados e resultam para a mídia ocupar espaços discursivos constituídos ideologicamente.

Há um efeito de sentido de neutralidade e exclusividade no discurso jornalístico da *Aos Fatos* que é, na verdade, um processo inconsciente de seleção e apagamento de outras possibilidades de sentido, sendo a busca pelo controle de sentido o objetivo de dizer veicular *a verdade* (SD6). É o que nos sustenta como aparato teórico os *esquecimentos* (PÊCHEUX, 2014), fazendo com que a *Aos Fatos* ignore tudo o que constitui o discurso e manipule a escolha das palavras para discursivizar o que deseja de uma forma e não de outra, indicando a sua inscrição em uma dada formação discursiva e reiterando a idealização do discurso *verdadeiro*.

Percebemos, portanto, que a *Aos Fatos* constitui efeitos de sentido sob o funcionamento e inserção na rede de memória dos discursos jornalísticos da grande mídia. Os discursos postos em circulação pela *Aos Fatos*, constroem a prática jornalística sobre a *objetividade* e a *neutralidade* (SDS 1, 2 e 6), sendo termos que refletem na formação imaginária sustentada pela grande imprensa, tendo seus discursos como relatos *igualmente objetivos* ao acontecimento checado, constituindo um efeito de sentido de aquele discurso é *a verdade* sobre o acontecimento, inibindo outras possibilidades interpretativas (DELA-SILVA, 2020).

A todo modo, os gestos de análise apontam que a atividade jornalística da *Aos Fatos* se trata de uma retomada de saberes já ditos para que se produza outros discursos, buscando sempre a sustentação do que acredita ser a informação *transparente, objetiva e neutra* para colocar discursos em circulação. Sendo o funcionamento discursivo da *Aos Fatos*, então, regido pelo processo de repetibilidade, ancorado ao funcionamento metafórico, parafrástico e polissêmico para que se produza e faça circular suas *checagens de fatos*.

## REFERÊNCIAS

AGNEZ, Luciane.; PIRES, Raquel.; PIMENTEL, Tainan. Mídia alternativa digital: experiência de novos formatos e rotinas produtivas. **Revista Alterjor**, São Paulo, ano 7, v. 2, n. 14, jul/dez de 2016.

AOS FATOS. **Nosso Método.** (2016?). Disponível em: <https://www.aosfatos.org/nosso-m%C3%A9todo/>. Acesso em: 15 de jan. 2023

AOS FATOS. **Página institucional.** Disponível em: <https://aosfatos.org/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

BUCCI, Eugênio. News não são fake – e fake news não são news. In: **Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas.** BARBOSA, Mariana (Org.). Rio de Janeiro: Cobogó, 2019, p. 37-48.

CARVALHO, Guilherme. Jornalismo alternativo na era digital: análise de reportagens da Agência Pública. **Revista Alterjor**, São Paulo, ano 5, v.2, n. 10, jul/dez de 2014.

COURTINE, J.J. (1981). **Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos.** Trad. São Carlos, SP: EdUFSCar, 2009.

COURTINE, J.J. O mentir verdadeiro. In: SWIFT, J. **A arte da mentira política: precedido pelo texto “O mentir verdadeiro” de Jean-Jacques Courtine.** Campinas: Pontes, 2006, p. 13-30.

DELA-SILVA, Silmara; LUNKES, Fernanda Luzia; CARNEIRO, Ceres Ferreira. Robôs e *fake news*: disputa de sentidos na prática jornalística. **Revista Investigações.** Recife, v. 35, n. 2 – Dossiê: Tecnologias e mídias: discursividades e(m) disputa(s), p. 1-18, 2022.

DELA-SILVA, Silmara. “Checar fatos e desmentir boatos”: *fake news* e discurso jornalístico no Brasil. **Fórum Linguístico**, v. 18, p. 5949-5961, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/view/72801>. Acesso em: 14 fev. 2023.

DELA-SILVA, Silmara. (Des)construindo o acontecimento jornalístico: por uma análise discursiva dos dizeres sobre o sujeito na mídia. In: FLORES, Giovanna G. Benedetto; NECKEL, Nádia Régia Maffi; GALLO, Solange Maria Leda. (Orgs.). **Análise de discurso em rede: cultura e mídia.** Campinas-SP: Pontes Editores, 2015, v. 1, p. 213-232.

DIAS, Cristiane. Análise do Discurso digital: um campo de questões. **REDISCO.** Vitória da Conquista, v. 10, n. 2, p. 8-20, 2016a. Acesso em: 12 jun. 2023.

DIAS, Cristiane. A materialidade digital da mobilidade urbana: espaço, tecnologia e discurso. **Línguas e Instrumentos Linguísticos.** Campinas: São Paulo, v. 37, p. 157-175, jan./jun. de 2016. 2016b. Acesso em: 12 jun. 2023

DOWNING, John. **Mídia Radical.** São Paulo: editora SENAC, 2002.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro. Análise do discurso e suas interfaces: o lugar do sujeito na trama do discurso. **Organon**, Porto Alegre, v. 24, n. 48, p. 17-34, jan./jun 2010.

FOUCAULT, M. **A verdade e as formas jurídicas**. Tradução: Eduardo Jardim e Roberto Machado. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2013 [1973].

FREITAS, Ronaldo Adriano de. **Instrumentação linguística em rede: análise discursiva de dicionários online**. 2020. 215 f. Tese (Doutorado em Estudos de Linguagem) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2020.

GRIGOLETTO, Evandra. Do lugar social ao discursivo: o imbricamento de diferentes posições sujeito. *In: Seminário de estudos em análise do discurso*. Porto Alegre, 2005.

GRINBERG, Máximo Simpson. **A Comunicação Alternativa na América Latina**. Petrópolis: editora Vozes, 1987.

GUIMARÃES, Eduardo. O acontecimento para a grande mídia e a divulgação científica. *In: Produção e circulação do conhecimento: Estado, mídia, sociedade*. Campinas: Pontes, 2001. p. 13-20.

INDURSKY, Freda. A Memória na cena do Discurso. *In: INDURSKY, Freda.; MITTMANN, Solange.; FERREIRA, Maria Cristina Leandro Ferreira. (Org.). Memória e História na/da Análise do Discurso*. 1ed. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2011, p. 67-89.

INTERNATIONAL FACT-CHECKING NETWORK (IFCN). **The commitments of the code of principles**. Disponível em: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>. Acesso em: 17 jan. 2023.

LELO, Thales Vilela.; FILHO, Fernando Pachi. 2021. **Credibilidade em disputa no jornalismo digital: Estratégias discursivas das agências de fact-checking brasileiras vinculadas aos conglomerados de mídia**. *Estúdios sobre el Mensaje Periodístico 27*: 531–541.

LOPES, Alexandra Krastins ; MORAES, Thiago Guimarães; PEREIRA José Renato L. **A (ausência da) intervenção humana na revisão de decisões automatizadas**. Jota. Disponível em <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/a-ausencia-da-212-intervencao-humana-na-revisao-de-decisoes-automatizadas-13102019> acesso em 02 nov 2023.

MAGALHÃES, Belmira; MARIANI, Bethania. Processos de subjetivação e identificação: ideologia e inconsciente. **Linguagem em (Dis)curso**. Palhoça, SC, v. 10, n. 2, p. 391-408, maio/ago. 2010.

MARIANI, Bethania Sampaio Corrêa. Discursividades prêt-à-porter, funcionamento de *fake news* e processos de identificação. **Entremeios: Revista de Estudos do Discurso**. Pouso Alegre (MG), v. 17, p. 3-18, jul/dez de 2018. Disponível em:

<http://dx.doi.org/10.20337/ISSN21793514revis-taENTREMEIOSvol17pagina3a18>.

Acesso em: 05 jun. 2023

MARIANI, Bethania Sampaio Corrêa. **Para que(m) serve a psicanálise na imprensa?**. 2005. Disponível em: [http://www.geocities.com/gt\\_ad/bethania.doc](http://www.geocities.com/gt_ad/bethania.doc).

Acesso em: 06 dez. 2022.

MARIANI, Bethania Sampaio Corrêa. Sujeito e sentido: efeitos de linguagem. In: XIII Encontro Nacional da ANPOLL, 2000, Campinas, Síntese Anpoll, 2000. **Anais...** Niterói: Universidade Federal Fluminense, 1999.

MARIANI, Bethania Sampaio Corrêa. Sobre um percurso de análise do discurso jornalístico - a Revolução de 30. In: INDURSKY, Freda & FERREIRA, Maria Cristina Leandro. **Os múltiplos territórios da Análise do Discurso**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1999.

MARIANI, Bethânia Sampaio Corrêa. **O comunismo imaginário**: práticas discursivas da imprensa sobre o PCB (1922-1989). 1996. 256f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, 1996.

MAZETTI, Henrique. **Mídia alternativa para além da contra-informação**. Intercom, 2007. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/r0112-1.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2022.

OLIVEIRA, Dennis. Jornalismo alternativo, o utopismo iconoclasta. In: VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. **Anais...** São Paulo: USP, nov. 2009.

OLIVEIRA, Eduardo Santos de. As doses homeopáticas do jornalismo: um discurso contra as *fake news*. **Revista Rua**. Campinas, SP: v. 27, n. 1, p. 57-58, 2021.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso**: princípios & procedimentos. 12. ed. Campinas: Pontes, 2015.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Conversa com Eni Orlandi. In: BARRETO, Raquel. **Teias**: Rio de Janeiro, ano 7, nº 13-14, jan/dez, 2006.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Boatos e silêncios: os trajetos dos sentidos, os percursos do dizer. In: ORLANDI, E. **Discurso e texto**: formulação e circulação dos sentidos. Campinas: Pontes, 2001. p. 127-140.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Paráfrase e polissemia: a fluidez nos limites do simbólico. **Rua**, n. 4, p. 9-19. 1998.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Campinas: Vozes, 1996.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **A linguagem e o seu funcionamento: as formas do discurso**. 2. ed. rev. e aum. Campinas, SP: Pontes, 1987.

PÊCHEUX, Michel. **Análise de discurso**: Michel Pêcheux. (Trad. Eni Pulcinelli Orlandi). 4.ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: Uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução de Eni Puccinelli Orlandi et al. 5 ed. Campinas, SP: UNICAMP, 2014.

PÊCHEUX, Michel. **O papel da memória**. Trad. José Horta Nunes. Campinas SP: Editora Pontes, 1999.

PÊCHEUX, Michel.; FUCHS, C. “A propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas”. In: GADET, F.; HAK, T. (org). **Por uma análise automática do discurso**. 3. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1997, p.163-252.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas, SP: UNICAMP, 1995.

PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, F.; HAK, T. (Orgs.). **Por uma Análise Automática do Discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Tradução de Bethânia S. Mariani et al. Campinas-SP: UNICAMP, 1990a. p. 61-161.

PÊCHEUX, Michel. Delimitações inversões, deslocamentos. In: **Cadernos de Estudos lingüísticos**, n. 19. Campinas, IEL, Unicamp, 1990b. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cel/article/view/8636823>. Acesso em: 14 jan. de 2023.

PERUZZO, Cicilia. Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**, São Paulo, 2009. ROCHA, Tácia; BARBOSA, Flávia. Mídia Alternativa: um trajeto sobre o conceito e seus deslocamentos. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (orgs.). Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática. CEFET-MG. Belo Horizonte, 2018, p. 62-77.

PETRI, Verli. O funcionamento do movimento pendular próprio às análises discursivas na construção do “dispositivo experimental” da Análise de Discurso. In: PETRI, V.; DIAS, C. (orgs.). **Análise do discurso em perspectiva**: teoria, método e análise. Santa Maria: Ed. UFSM, 2013. p. 39-48.

RIFFEL, Cristiane Maria. **O discurso jornalístico alternativo no digital e os efeitos de sentido de independente**. 2022. 153f. Tese (Doutorado em Ciências da Linguagem) - Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2022.

SANTOS, Pedro Lucas Oliveira dos. Imprensa alternativa: discutindo o conceito. **Revista Alterjor**, São Paulo, ano 4, v.2, n. 08, jul/dez de 2013.

SILVEIRA, J. da. **Rumor(es) e Humor(es) na circulação de hashtags do discurso político ordinário no Twitter**. 2015. 200 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Letras, Pós-graduação em Letras, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2015.