

## #FATO OU #FAKE: EFEITOS DE VERDADE E A POLÍTICA DO SILÊNCIO

*Ariana da Rosa Silva<sup>a</sup>*

*Milene Maciel Carlos Leite<sup>b</sup>*

“Há histórias tão verdadeiras que às vezes parece que são inventadas”  
(Manoel de Barros, 1996)

### RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar os processos de produção de sentido, circulação e checagem de *fake news*. Consideramos que o funcionamento de paráfrases discursivas das notícias falsas, produzidas por sujeitos dispersos, permite a produção de um efeito de verdade e o apagamento de sentidos outros.

PALAVRAS-CHAVE: sentidos; efeitos de verdade; silêncio.

Recebido em: 20/05/19

Aprovado em: 24/09/19

### Primeiras palavras

**M**anoel de Barros, como poeta, joga com as palavras, cria brinquedos feitos de palavras que servem para muito ou para nada. Para o escritor, algumas histórias são tão verdadeiras, que até parecem

---

<sup>a</sup> Mestra em Estudos de Linguagem, na área de Análise de Discurso, Doutoranda pela Universidade Federal Fluminense (UFF), com apoio da CAPES. Especialista em Leitura e Produção Textual e licenciada em Letras, pela Universidade Estácio de Sá.

<sup>b</sup> Mestra em Estudos de Linguagem, na área de Análise de Discurso, Doutoranda pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Especialista em Língua Portuguesa e licenciada em Letras Português-Espanhol, também pela UFF.

inventadas. Embora o façam com maestria, o trabalho de jogar com as palavras não se restringe aos poetas. É trabalho de sujeito(s) de linguagem.

Pêcheux (2014a [1979]) diz, a respeito do funcionamento da propaganda, especialmente a governamental: “dispositivo essencial do Estado capitalista autoritário moderno, a propaganda se faz com imagens e palavras, sentimentos, ideias gestos” (PÊCHEUX, 2014a [1979], p. 74). Chama, assim, a atenção para o poder de interpelação da propaganda; ao mesmo tempo, o quanto a propaganda, em si, já deixa ver um funcionamento ideológico, uma posição de quem a produz, um gesto no simbólico.

Como vemos em Pereira (2017), Paul Joseph Goebbels, Ministro da Propaganda durante o período nazista na Alemanha, disse: “uma mentira repetida mil vezes torna-se verdade”. Este foi o lema com base no qual as propagandas que disseminavam ideias nazistas apresentavam Hitler como quem reconstruiria o país e levaria a Alemanha à prosperidade (PEREIRA *et al.*, 2017). Produziam-se, assim, propagandas que, pela repetibilidade, nas mais variadas formas de produção e de circulação, faziam com que o que se apresentava funcionasse como verdade. Os sentidos ali produzidos eram validados por sujeitos, por meio da interpelação ideológica que se dá para todos. Entendemos, pelo olhar discursivo, que essa “mentira”, quando passa a ser discursivizada, se torna acontecimento de linguagem, em que os processos de significação produzem efeitos de verdade e de silenciamento. Sendo assim, mesmo que um fato não tenha realmente ocorrido, a partir do momento em que é discursivizado, em um processo de reformulações e paráfrases, e circula socialmente, este não acontecimento se torna um acontecimento da ordem do discurso e produz efeitos.

A campanha eleitoral no Brasil, em 2018, ficou marcada como a eleição das *fake news*. Houve, de modo acentuado, a propagação de notícias falsas que circularam, principalmente em redes sociais, sendo altamente (re)produzidas. Como pontua Mariani (2018, p. 4), “esses pequenos vídeos, imagens, textos multiplicam-se de uma forma *prêt-à-porter*, ou seja, estão prontos para serem vistos, lidos, espalhados e repetidos como certezas”. Uma vez prontos para o rápido consumo, espalham-se velozmente.

Com o grande volume dessas notícias falsas, recentemente, serviços de checagem dos fatos, os *fact-checking*, existentes em outros países, passaram a funcionar também no Brasil. Como exemplo, existe o *Comprova*, o *Aos Fatos*, a

*Agência Lupa, o E-farsas*, além do *Fato ou Fake (Portal G1)*, eleito como objeto, no presente artigo. Lemos essa proliferação como marca de uma descredibilidade dos próprios jornais que, muitas vezes, acabam também divulgando notícias não verdadeiras.

Por essa perspectiva, propomo-nos analisar a proliferação dos serviços de checagem de notícias, impulsionado no período eleitoral de 2018, no Brasil. O que essa proliferação nos permite afirmar em âmbito social? Que efeitos de sentido essas formulações produzem, como significam? Com base nessas questões, debruçamo-nos, especificamente, sobre a plataforma intitulada *Fato ou Fake*, criada pelo *Portal G1* de notícias, em que notícias de maior circulação são analisadas por jornalistas e têm sua verdade atestada ou não, recebendo o selo de “fato” ou de “fake”.

Desse modo, filiados ao arcabouço teórico-metodológico da Análise do Discurso (AD), desenvolvemos, neste artigo, uma discussão sobre os processos de produção, circulação e checagem de *fake news* durante a eleição de 2018, no Brasil, com enfoque nessa construção discursiva que coloca, de um lado, o fato, como a verdade, e, de outro, o *fake*, como a mentira. No gesto de leitura empreendido neste estudo, podemos afirmar que esse binarismo um *ou* outro não se aplica.

A produção de *fake news* não é recente. Tal prática, no entanto, teve uma ascensão exponencial, na contemporaneidade, em razão do avanço tecnológico e da grande utilização de redes sociais. Dias (2016, p. 9) afirma que o digital “coloca em relação sujeito e conhecimento, através de um funcionamento específico da memória, cuja natureza é digital”. Essa “memória digital”, mais do que lançar luz à ilusão de uma estrutura totalizante das máquinas, o que o faz a “memória metálica” (ORLANDI, 1996, p. 15), mostra que o que está em estado digital circula em distintos formatos e dispositivos, atualizando sentidos - o que é trabalho da memória discursiva. Assim, as *fake news* hoje são produzidas e atravessadas por essas condições.

É preciso ainda destacar que tais formulações, as *fake news*, dizem sobre algo que não existe como fato, em termos de ocorrência. Todavia, todo dizer é uma inscrição no simbólico. O ato de pôr em palavras o não acontecimento dá a ele uma existência discursiva. Há, então, uma disputa por sentidos, que se fixam a partir do momento em que passam a ser reproduzidos por diversas posições-sujeito, em distintas condições de produção, apagando sentidos outros. Esse é o ponto central de nosso estudo.

## A verdade e a *in*-verdade, sempre *uma* verdade

A obra *A arte da mentira política*, atribuída a Jonathan Swift (2006 [1733]), é composta de pensamentos apresentados, satiricamente, como conselhos aos políticos de sua época, isto é, início do século XVIII na Inglaterra (BARONAS, 2006).

Courtine (2006, p. 17-18) traz da obra de Swift duas questões: “é necessário enganar o povo para o seu próprio bem?” e “quem tem o direito de fabricar essas ‘falsidades salutares?’” O autor afirma que, segundo Swift (2006 [1733]), a arte política consiste em fazer com que o povo acredite em “verdades salutares” a propósito de algo bom e que o povo não tem direito à verdade política, como também não o tem sobre castelos, terras e bens. A verdade é vista, pois, como uma propriedade privada que ao povo não pertence. O povo, ao contrário disso, tem o direito à mentira.

Ainda a respeito do trabalho Swift (2006 [1733]), Courtine (2006) destaca o desenvolvimento de uma tipologia que distingue três tipos de mentiras: a *mentira da calúnia*, que diminui os méritos de uma pessoa pública; a *mentira da adição*, que aumenta os méritos; e a *mentira de traslado*, que os transfere de uma pessoa a outra. Nos três casos, existe algo a não ser deixado de lado: a verossimilhança. Em outras palavras, a mentira política deve ser próxima à realidade, sem que haja exageros que permitam contradição. “É necessário saber adequar a enganação à verdade, às circunstâncias, aos fins visados” (COURTINE, 2006, p. 19). Para que isso seja possível, é preciso “dispor de uma massa de crédulos prontos a repetir, expandir, disseminar por toda parte as falsas notícias que foram forjadas por outros” (COURTINE, 2006, p. 19), ou seja, é preciso haver quem acredite nelas e, como bom credor, as reproduza.

O que antes era apenas um “estado artesanal de dissimulação”, que se dava com as práticas orais, com o desenvolvimento da imprensa escrita, no século XIX, a mentira política ganhou novas formas de circulação. Ao longo do século XX, passa a ser produto e consumo de massa. Foi então que alcançou proporções que, certamente, não foram previstas por Swift (2006 [1733]), sendo a “nova era tecnológica da mentira”. A mentira tornou-se “eletrônica, instantânea, global” (COURTINE, 2006, p. 23). Além disso, podemos acrescentar que, se, no século XX, houve proliferação dessa prática, no século XXI, a questão se

potencializou. O exponencial avanço tecnológico permitiu que as práticas políticas, como um todo, se ampliassem em níveis também exponenciais.

Somado a isso, é preciso considerar que a mentira política não é assumida em suas práticas, ela ocorre sorrateiramente, e que o discurso político propõe-se sempre como um falar verdadeiro. Nesse sentido, analisando-se o cenário apresentado nas eleições presidenciais no Brasil, em 2018, podemos afirmar que o uso de informações falsas tornou-se uma prática dos sujeitos políticos, inclusive os presidenciáveis. Não é nosso objetivo investigar a autoria desses enunciados, nem avaliar a veracidade ou não dos dizeres. Interessa-nos observar o funcionamento das *fake news* nas condições de produção atuais, sua materialidade significativa, seus efeitos de verdade e de silenciamento. Portanto, na perspectiva adotada neste estudo, não importa se determinado dizer é falso ou verdadeiro, importa a sua existência enquanto prática discursiva, fato de linguagem, acontecimento da ordem do discurso, *uma* verdade, portanto, sustentada pelo efeito de evidência, de unidade de sentido, o que justifica, conforme aponta Mariani (2018, p. 4), o uso do termo *mensagem* para designar esses dizeres: algo a se transmitir, revelar, alertar.

Interessa-nos, ademais, problematizar o âmbito da circulação, sendo, junto com a formulação e a constituição, “três momentos relevantes no processo de produção do discurso” (ORLANDI, 2012, p. 9). Com o digital, a velocidade com que tais mensagens circulam é um ponto a ser destacado. Nesse repasse, há uma apropriação subjetiva, uma aposta de verdade, que impulsiona a circulação. Não se compartilha aquilo em que não se crê, e a escolha de quem deve ou não receber a mensagem também caracteriza um funcionamento próprio das *fake news*.

## **Gestos de leitura da circulação de *fake news* nas eleições de 2018 no Brasil**

As *fake news* têm despertado interesse em pesquisadores de diversas áreas. Em pesquisa recente, através da observação do serviço de checagem *Comprova*, Petrola (2019) afirma que há uma predominância de notícias falsas que representam ideais de “direita” e que a “esquerda” é construída imaginariamente, em uma associação “à defesa de criminosos e à destruição de valores

da família” (PETROLA, 2019, p. 119). Além disso, aponta que, embora haja *fake news* de todos os lados, há uma recorrência de notícias falsas de “direita” identificadas pelo *fact-checking*. Para o autor, há um caráter inverossímil de notícias como possíveis fraudes de urnas a favor do PT, a esquerda vinculada ao atentado de Bolsonaro (PSL), a distribuição de mamadeiras com formato de pênis em creches, ou a afirmação atribuída a Fernando Haddad (PT) de que caberia ao governo decidir sobre o gênero das crianças. Petrola (2019, p. 120) defende que as *fake news* funcionam como demonstração de “adesão ou repúdio a certas plataformas ideológicas, que se transformam em signos identitários – por exemplo, a defesa de um conceito tradicional de família, com papéis definidos para cada gênero [...]”.

Em continuidade a um estudo dessa natureza, lançamos nosso olhar sobre o serviço de checagem *Fato ou Fake*, do *Portal G1* de notícias. Centramo-nos em uma notícia que expõe uma lista com afirmações avaliadas pelo grupo de jornalistas que compõe a plataforma de checagem<sup>1</sup>. Ao produzirmos um gesto de leitura, podemos reiterar a análise realizada por Petrola (2019).

Nessa listagem, 156 informações são nomeadas como “#fake” e quatro recebem o atestado de “#fato”. Dessas quatro, só uma está relacionada com a política e as eleições: “É #FATO que deputados eleitos pelo PSL quebraram placa com nome de Marielle Franco em comício de Wilson Witzel”. Assim, dos poucos acontecimentos atestados como “fato” pelo grupo jornalístico que compõe a plataforma, o único relacionado a política apresenta uma postura inadequada por parte de deputados do partido PSL, mesmo partido do presidente Bolsonaro (PLS), candidato eleito.

No que foi considerado “fake”, há uma predominância de informações que negativizam a imagem do candidato Haddad (PT) e de sua vice D’Ávila (PCdoB), como: “É #FAKE que simulação de sexo em teatro seja no Brasil e tenha relação com Haddad; É #FAKE que Haddad cancelou aula na USP para comemorar queda das Torres Gêmeas; É #FAKE que Haddad tem *post* no *Twitter* com elogio a Maduro e à Venezuela; É #FAKE que áudio revela Haddad e Manuela tramando contra Exército e Bolsonaro; É #FAKE que

---

<sup>1</sup> <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/27/fato-ou-fake-as-checagens-da-eleicao.ghtml>, acesso em 2 de maio de 2019.

Haddad criou ‘kit gay’ para crianças de seis anos; É #FAKE imagem em que Manuela D’Ávila aparece com camiseta ‘Jesus é travesti’”, entre outras.

As *fake news* incidiram, assim, mais sobre o candidato que representava a esquerda do que sobre o que representava a direita. A notícia relacionada ao chamado “kit gay”, supostamente comprado pelo Ministério da Educação, quando Haddad (PT) atuava como Ministro, foi, inclusive, usada em campanha pelo candidato da oposição<sup>2</sup>, em entrevista ao *Jornal Nacional* da *TV Globo*, mesmo com a proibição do Tribunal Superior Eleitoral (TSE)<sup>3</sup>. A eleição do candidato de direita nos permite afirmar que houve, na campanha eleitoral de 2018, forte base de sustentação em notícias consideradas como falsas, mentirosas, (in)verdadeiras.

Denicoli (2018) aponta que o principal objetivo das *fake news* na campanha eleitoral é denegrir a imagem do opositor, considerando a opinião dos grupos aos quais se direcionam. Para o autor, isso criou a sensação de que toda informação é manipulada, o que inclui a imprensa. Os jornais passam a ser contestados e colocados sob suspeita. Desse modo, o fato, em si, “já não tem tanta importância. O que vale é a interpretação de realidades criadas ou relativizadas. Vivemos numa era da performatização da política, onde quem se balança mais no picadeiro recebe mais atenção e intenções de voto. As propostas ficam em segundo plano” (DENICOLI, 2018, s/p.).

Considerando-se o cenário das eleições de 2018, no Brasil, os jornais passaram a investir no serviço de checagem de informações, trazendo, como efeito, uma tentativa de (re)afirmação de que são fontes confiáveis do dizer “verdadeiro”, em detrimento de outras, como as redes sociais. Nessa tentativa de atestar o compromisso da imprensa com a difusão da “verdade”, marca-se uma perda dessa credibilidade, conforme nos afirma Denicoli (2018). Busca-se, portanto, por parte dos jornais, estabilizar um efeito de verdade do discurso jornalístico, para reestabelecer sua credibilidade.

---

<sup>2</sup> Link para acesso à entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=uVGQ2vzJW7E>. O tema do “kit gay” é introduzido aos 20 minutos e 18 segundos. Acesso em 7 mai. 2019.

<sup>3</sup> A proibição realizada pelo então Ministro do TSE Carlos Horbach foi noticiada em diversos jornais, como na reportagem do portal “Congresso em Foco” (TSE, 2018), disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/eleicoes/tse-diz-que-kit-gay-nao-existiu-e-proibe-bolsonaro-de-disseminar-noticia-falsa/>. Acesso em: 7 mai. 2019.

Na notícia sobre o lançamento da seção *Fato ou Fake*, do *Portal G1*, é apontado que este projeto de checagem foi precedido de uma campanha contra a desinformação divulgada nas mídias. Retoma-se, na notícia, um vídeo exposto na campanha para ressaltar o que seria o “espírito do projeto”. O texto apresentado no vídeo dizia:

O bom jornalismo nasce da dúvida. Se aconteceu, é fato. Se é mentira, é fake. Só que hoje em dia é muito difícil separar o fato do fake. Saber se é inventado ou se aconteceu mesmo. É para isso que serve o jornalismo. Para conferir pra você. (...) Se não confere não é jornalismo. E conferindo a gente descobre o que de fato é fato e o que de fato é fake. Porque a dúvida leva à verdade. E a gente só trabalha com ela. (...) FATO OU FAKE. É jornalismo para o fake não virar news. (FATO, 2018)

Observa-se um funcionamento discursivo que busca estabilizar um efeito de verdade e garante o lugar de confiabilidade ao jornalismo, em detrimento do que se apresenta nas redes sociais, nesse texto, apontadas como lugar em que as *fake news* se produzem. Destaca-se que a função do jornalismo é conferir informações duvidosas e que, checando as informações, se pode descobrir “a verdade”. Ou seja, a seção de checagem de notícias propõe-se como uma fonte da verdade, buscando apresentar “o que de fato é fato e o que de fato é fake”, ou melhor, é verdade que isso aconteceu e é verdade que isso é mentira. Consideramos, no entanto, que o ponto central a ser destacado é que a plataforma *Fato ou Fake* põe em jogo dois acontecimentos aparentemente de ordens distintas, um de ordem factual, considerando-se fato como um acontecimento cujo sentido é completo, e outro de ordem discursiva. De um lado, estaria o sentido “verdadeiro”, o acontecimento no sentido de ocorrência; de outro, o sentido “falso”, o não acontecimento, ambos dispostos de modo binário: um *ou* outro.

À luz da AD, afirmamos que todo acontecimento, factual ou não, é da ordem do discurso, já que, no gesto de relatá-lo, de formulá-lo, há uma tomada de posição que produz efeitos de sentido. O que é considerado pelo serviço de checagem como “fato” é discurso. Como afirma Orlandi (1995, p. 116), “o fato se produz como um objeto da ordem do discurso (linguístico-histórico)”.

Podemos também apontar que o *fake* - com o seu funcionamento *prêt-à-porter* (MARIANI, 2018), ou seja, a pronto consumo atravessado pelo digital, que permite uma rápida circulação, facilitada pelos compartilhamentos -, é também *fato*, um *fato da ordem do discurso*. Desse modo, o acontecimento pode ser compreendido como *fake e como fato*, já que sua existência como discurso é o que permite uma série de identificações por sujeitos em distintas posições, que produzem os compartilhamentos e a amplitude desse dizer. O dizer mil vezes, ou melhor, o compartilhamento em massa, sem preocupação com a fonte da informação, resgata a memória do “disseram” ou do “ouvi dizer”, formas verbais constantemente usadas na linguagem oral e informal. Interessa-nos, pois, o fato de que esses dizeres são formulados e resgatam sentidos em curso que, como podemos ler em uma análise da plataforma *Fato ou Fake*, sustentam uma imagem do candidato que representava a esquerda, e outra do que representava a direita, e estão em constante movimento, não se inauguram nesses dizeres.

Ainda a respeito do efeito de verdade produzido por essas formulações, Foucault (2013 [1973]) produz uma discussão relevante para o tema. Segundo o autor, a verdade pode ser entendida de dois modos: de um lado, por sua história interna, que autorregula os saberes; e, de outro, dá-se por meio de diversos lugares na sociedade, ou seja, são vários os fatores que a constituem. A verdade é, portanto, compreendida sempre em relação ao momento sócio-histórico de determinada época. Desse modo, podemos afirmar que não existe uma verdade, mas “verdades”, no plural.

Em mesmo texto, o autor aponta que a sociedade contemporânea se caracteriza pelo controle social, ou seja, uma sociedade da vigilância. Retomando o termo de Bentham (1785), Foucault (2013 [1973]) denomina este modelo de organização social como *Panopticon*. A sociedade do *Panopticon* passa a organizar-se com base no *exame*, na vigilância, ou seja, não se baseia, como antes, no *inquérito*, que buscava descobrir a verdade dos acontecimentos. Agora, não se busca reconstruir um fato, mas o controle sobre algo ou alguém por parte de quem exerce certo poder sobre o indivíduo, que pode, além de exercer a vigilância, construir determinado saber sobre ele.

Deslocando os pensamentos do autor para a atualidade e relacionando-os às questões aqui desenvolvidas, propomos que os serviços de *fact-checking*,

como os do *Fato ou Fake*, não buscam recompor os fatos em si mas apresentam-se como meios que permitem a vigilância e o controle sobre quem pode ou não assumir o lugar do jornalista, por exemplo, ou até mesmo, de que lado a “verdade” pode estar.

Somado a isso, podemos afirmar que o que é considerado como “fake”, pelo serviço de checagem, em número infinitamente superior ao que foi apontado como “fato”, na notícia por nós analisada, é o que circula com maior proporção. Como vimos afirmando, embora os acontecimentos nomeados “fake” não estejam ao lado do que é considerado verdade sob a perspectiva da história, que considera o fato como dotado de sentido completo, sua formulação se dá no sócio-histórico-ideológico, ou seja, em condições de produção que permitem a produção desses dizeres e os gestos de identificação, que geram os compartilhamentos (impacto direto sobre a circulação).

À parte dos esforços, por parte de quem ocupa a posição institucional de jornalista, em controlar “a verdade”, fazendo-a ecoar sobre demais sentidos que se façam possíveis, o que foi nomeado como “fake”, aqui considerado também como fato da ordem do discurso, prevaleceu, enquanto recorrência, o que se atesta pelo número elevado de compartilhamentos que levou os jornalistas a analisarem as informações.

Entendemos que é o processo parafrástico que permite um não acontecimento tornar-se um acontecimento discursivo e, conseqüentemente, circular discursivamente como uma verdade. De acordo com Pêcheux (2014b [1975], p. 148), o processo discursivo é compreendido como um “sistema de relações de substituição, paráfrases, sinonímias etc., que funcionam entre elementos linguísticos – ‘significantes’ em uma formação discursiva dada”. Assim, no funcionamento digital em que as *fake news* se materializam, marcado pela repetição, o efeito de verdade se produz e se sustenta.

É preciso ressaltar ainda que, a partir do momento em que esses dizeres se produzem, outros não se deixam dizer. Seguindo os pensamentos de Orlandi (2015 [1990]), compreendemos que o silêncio é anterior à linguagem, está na base e na sua constituição. O silêncio é fundante, ele significa. E está presente tanto na ausência, como no excesso, no que está dito, nas palavras, e no que não foi dito. Além do *silêncio fundador*, Orlandi

define outra forma de silêncio: *a política do silêncio*. Para a autora, quando se diz algo, sempre se deixa de dizer outras coisas, ou seja, outros sentidos ficam apagados no discurso, são silenciados. “Há, pois, uma declinação política da significação que resulta no silenciamento como forma não de calar mas de fazer dizer ‘uma’ coisa, para não deixar dizer ‘outras’” (ORLANDI, 2015 [1990], p. 53). Nessa perspectiva, podemos afirmar que, ao se produzirem dizeres sobre algo não factual, ou seja, quando um não acontecimento se torna discurso e produz um efeito de verdade, outros dizeres são silenciados, outras verdades são impedidas de se fazer possíveis. E, nesse jogo discursivo travado em um momento tão relevante da história de um país, como o da eleição presidencial, a mentira dita mil vezes acaba por tornar-se verdade (para muitos), fazendo valer o dito de Goebbels. As *fake news* funcionaram, assim, como uma arma perigosa, num cenário de disputa, como é o das eleições.

### **Para efeito de conclusão**

O estudo aqui empreendido, que considerou a produção de *fake news*, no âmbito da formulação, em que as circunstâncias específicas são consideradas, da constituição, que leva em conta a memória do dizer no digital, e da circulação, que é impulsionada pelos novos recursos tecnológicos, não se pretende exaustivo, por levar em conta a atualidade e relevância do tema na contemporaneidade. Contudo, após as discussões propostas e as análises desenvolvidas, podemos apontar algumas conclusões possíveis.

Primeiramente, um não acontecimento, ao ser posto em palavras, torna-se *um fato da ordem do discurso*, sendo possível considerá-lo como *fato* e como *fake* – não acontecimento sustentado discursivamente. Em um segundo apontamento, a partir do momento em que se torna discurso, o não acontecimento passa a ser reproduzido, repetido, em processos de reformulações-paráfrases, em diversas condições de produção e de circulação, por posições-sujeito, trazendo o efeito de que o que se diz é da ordem de uma verdade.

Nesse funcionamento, o que destacamos é uma aposta naquele direcionamento de sentido, o que produz o gesto de compartilhamento (eu creio

nessa verdade e a julgo como digna de ser repassada). É isso o que Mariani (2018) nomeia “*discursividade prêt-à-porter*”, uma discursividade pronta para o consumo, repassada de modo impensado. Todavia, a mesma autora destaca, com base em Orlandi (1996), que a repetição, em movimentos parafrásticos, porta a deriva de sentidos, a possibilidade dos sentidos outros, as tensões, enfim. Isso a permite concluir a fragilidade do efeito de verdade produzido com as *fake news*: “toda *discursividade prêt-à-porter* pode se estilhaçar em farrapos a qualquer instante” (MARIANI, 2018, p. 4).

Concomitantemente, ao produzirem-se certos dizeres como verdades, outros são silenciados, são impedidos de se produzir. Há, assim, no modo de funcionamento das *fake news*, que trabalham pelo excesso, na prevalência da (in)verdade, do não acontecimento repetido em diversos dispositivos, um dizer “x” para não dizer “y”. Uma política do silêncio se instala e as formulações, nomeadas como *fake news*, funcionam como uma arma importante de propaganda no jogo eleitoral, jogo sempre discursivo.

Foi possível também observar que as *fake news* se produzem tanto naquilo que é verossímil, aproximando-se da mentira política, quanto distante da verossimilhança, tornando-se, portanto, escandaloso e, por isso, passível de verificação, trabalho feito pelos *fact-checking*.

Gostaríamos de acrescentar, por fim, algo que não foi diretamente abordado no presente artigo, mas que se faz relevante e que nos permitirá dar continuidade a esta investigação. O serviço de checagem analisado, *Fato ou Fake*, ao trazer as *hashtags* com os selos de #FATO e #FAKE, também funciona discursivamente como uma paráfrase, atestando a existência discursiva dos não acontecimentos, mesmo quando anunciados como *fakes*. Ou seja, há uma reformulação dos dizeres que circulam para que esses enunciados possam ser apontados como *fato* ou como *fake* pelo serviço de *fact-checking* e isso produz movimento nos sentidos em curso. Ademais, produz-se também, com as *hashtags*, um armazenamento desses dizeres, em um arquivo digital que é, como todo arquivo, labiríntico, marcado pela incompletude, por tantos dizeres que são silenciados.

## Referências

- BARROS, M. O livro sobre nada. *In: Livro sobre Nada*. Rio de Janeiro: Record, 1996.
- BARONAS, R. L. Apresentação. *In: SWIFT, J. A arte da mentira política: precedido pelo texto “O mentir verdadeiro” de Jean-Jacques Courtine*. Campinas: Pontes, 2006, p. 7-11.
- 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.
- DENICOLI, Sérgio. “No Brasil, esta pode ser a eleição das fake news” diz especialista brasileiro em análise de dados. Entrevista concedida a Marta Santos Silva. *Eco*, 06 out. 2018. Disponível em: <https://eco.sapo.pt/entrevista/no-brasil-esta-pode-ser-a-a-eleicao-das-fake-news-diz-especialista-brasileiro-em-analise-de-dados/>. Acesso em: 3 jun. 2019.
- DIAS, C. A análise do discurso digital: um campo de questões. *Caderno de Estudos do Discurso e do Corpo*, v. 10: 8-20, 2016.
- FATO ou FAKE: as checagens das eleições. G1. 27 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/27/fato-ou-fake-as-checagens-da-eleicao.ghtml>. Acesso em 2 mai 2019.
- FOUCAULT, M. *A verdade e as formas jurídicas*. Tradução Eduardo Jardim e Roberto Machado. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2013 [1973].
- JORNAL Nacional entrevista Jair Bolsonaro 28/08/2018. 28 ago. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uVGQ2vzJW7E>. Acesso em: 7 maio 2019.
- MARIANI, B. Discursividades prêt-à-porter, funcionamento de fake news e processos de identificação. *Entremeios*. Seção Estudos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem (PPGCL), Universidade do Vale do Sapucaí, Pouso Alegre (MG), v. 17, p. 3-18, jul. - dez. 2018. Disponível em: <http://www.entremeios.inf.br/index.php?entremeios=current>. Acesso em: 16 abr. 2019.
- ORLANDI, E. *Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos*. Campinas, SP: Pontes, 2012.
- ORLANDI, E. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 4ª reimpressão da 6ª edição. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2015 [1990].
- ORLANDI, E. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

ORLANDI, E. Texto e discurso. *Organon*, Porto Alegre, Rev. do Inst. Letras/UFRGS, v. 9, n. 23: 63-68, 1995.

PÊCHEUX, M. Foi “propaganda” mesmo que você disse?. In: ORLANDI, E. *Análise de Discurso*: Michel Pêcheux. Campinas, SP: Pontes, 2014a [1979].

PÊCHEUX, M. *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Tradução Eni P. Orlandi. 5ª edição. Campinas, SP: Unicamp, 2014b [1975].

PEREIRA, A.L., QUEIROZ, M.C., RAPOSO, T.A. Desafios, vivências e experiências em sala de aula: as propagandas nazistas. In: *Congresso Nacional de Práticas Educativas*, Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2017. Disponível em: [http://www.editorarealize.com.br/revistas/coprecis/trabalhos/TRABALHO\\_EV077\\_MD1\\_SA6\\_ID1009\\_14092017235704.pdf](http://www.editorarealize.com.br/revistas/coprecis/trabalhos/TRABALHO_EV077_MD1_SA6_ID1009_14092017235704.pdf). Acesso em: 25 abr. 2019.

PETROLA, J. I. *Fake news* e a disputa entre grande imprensa e redes sociais na campanha eleitoral de 2018 no Brasil. In: Cristina Costa; Patrícia Blanco (Orgs.). *Liberdade de Expressão e campanhas eleitorais – Brasil 2018*. São Paulo: ECA-USP, 2019, p. 110-136. Disponível em: [http://www.obcom-usp.com.br/ebook\\_eleicoes/ebook0.html](http://www.obcom-usp.com.br/ebook_eleicoes/ebook0.html). Acesso em: 14 mai. 2019.

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

TSE diz que “kit gay” não existiu e proíbe Bolsonaro de disseminar notícia falsa. Congresso em Foco. 16 out 2018. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/eleicoes/tse-diz-que-kit-gay-nao-existiu-e-proibe-bolsonaro-de-disseminar-noticia-falsa/>. Acesso em: 7 maio 2019

## #FATO OU #FAKE: EFFECTS OF TRUTH AND THE POLITICS OF SILENCE

### ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze the processes of production of meaning, circulation and checking of fake news. We consider that the operation of discursive paraphrases of the fake news produced by dispersed subjects allows the production of a truth effect and the erasure of other senses.

KEYWORDS: meanings; effects of truth; silence.