

EFEITO-LEITOR E DISCURSO FAKE NEWS:  
A LEITURA TRITURADA E A LÍNGUA DE VENTO  
NAS/EM REDES DIGITAIS

READER-EFFECT AND FAKE NEWS DISCOURSE:  
THE SHREDDED READING AND THE WIND  
LANGUAGE OF/IN NETWORKS

Gerenice Ribeiro de Oliveira CORTES<sup>1</sup>

**RESUMO**

O estudo tem por objetivo analisar o funcionamento do efeito-leitor na trama discursiva das fake news, no enredamento dos lugares e posições-sujeito no discurso digital. Com respaldo teórico da Análise de discurso de filiação pecheuxtiana, o corpus discursivo foi constituído de cinco sequências discursivas, formadas por figuras (*prints*) coletadas por captura de tela, principalmente, de sites de checagem jornalística. Os resultados apontam que o funcionamento discursivo das fake news se materializa na língua de vento digital e produz efeitos de crença em uma suposta verdade, apresentada ao leitor internauta, construído imaginariamente como não interpretante; assim, projeta-se no discurso, tanto o efeito-leitor sentidos triturados, como também as posições-sujeito de leitor triturado e reproduzidor de fakes, para o internauta. A leitura-triturada, como efeito-leitor, foi pensada a partir do conceito de leitura-trituração, preconizada por Pêcheux (2016). Assim, pode ocorrer tanto a adesão do internauta ao efeito-leitor triturado, com a anuência à posição-sujeito projetada, a saber, a de reproduzidor de fakes news, como também pode haver uma posição-sujeito de antagonismo a esse efeito-leitor, qual seja, a posição-sujeito de triturador da leitura, aquele que produz gestos de interpretação e, portanto, não reproduzirá o discurso de notícias falsas.

<sup>1</sup> Doutora em Letras/Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco. Professora do Departamento de Estudos Linguísticos e Literários da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. E-mail: gcortes@uesb.edu.br.



## **PALAVRAS-CHAVE**

fake news; efeito-leitor; língua de vento digital; discurso digital; redes sociais.

## **ABSTRACT**

The study aims to analyze the functioning of the reader effect in the discursive plot of fake news, in the entanglement of places and subject-positions in digital discourse, with the theoretical support of Discourse Analysis of pecheuxtian affiliation. For the construction of the discursive corpus with five discursive sequences, a digital file was created, through screenshots, consisting of pictures collected mainly from journalistic checking sites. The results show that the discursive functioning of fake news materializes in a digital wind language and produces effects of belief in a supposed truth, presented to the internet reader, imaginary constructed as non-interpreting; thus, both the reader effect crushed senses and the subject-positions of crushed reader and reproducer of fakes news are projected in the discourse for the internet user. The shredded reading, as a reader effect, was conceived from the concept of shredding reading advocated by Pêcheux (2016). Thus, both the Internet user's adhesion to the crushed reader effect can occur, with the agreement to the projected subject position, namely, that of reproducer of fakes, as there can also be a subject-position of antagonism to this reader effect, which that the subject-position of the shredder reading is the one who produces gestures of interpretation and, therefore, won't reproduce the discourse of fake news.

## **KEYWORDS**

fake news; reader-effect; digital wind language; digital discourse; social networks.

## **1. PRIMEIROS FIOS DA TRAMA**

Neste estudo, que se respalda teoricamente nos aportes da Análise de discurso (AD) de filiação pecheuxtiana, nos propomos a refletir acerca do funcionamento do discurso de fake news em funcionamento nas mídias digitais. Especificamente, nos debruçamos sobre o processo da leitura nas redes midiáticas digitais e o funcionamento do efeito-leitor na trama discursiva das fake news, no enredamento dos lugares e posições-sujeito no discurso digital. A fraude, a mentira e a falsidade sempre existiram, mas



essa velha prática tem sido refinada na era atual, com um funcionamento de muitas sutilezas nas mídias digitais e redes sociais, que se tornaram um terreno fértil, um lugar privilegiado de produção e circulação para essa velha “arte”, mais propriamente, uma velha artimanha, que vem com novas roupagens, novas linguagens, novas técnicas usadas para a textualização da prática discursiva do engano.

Segundo Courtine (2006, p. 19), “A arte da mentira é uma arte que sabe o justo meio, é uma técnica sutil de dosagem. É necessário saber adequar a enganação à verdade, às circunstâncias, aos fins visados”. Eis portanto, o que se pode constatar no discurso das fake news, uma adequação do engano às condições de produção e, sobretudo, de circulação das tecnologias digitais, que visa atingir fins bem específicos, a exemplo da dominação econômica e ideológica.

Pêcheux destaca a impossibilidade de se analisar um discurso como um texto, fechado em si mesmo, pois, nesse processo, impõe-se a necessidade de “referi-lo ao conjunto de discursos possíveis, a partir de um estado definido das condições de produção” (PÊCHEUX, 2010, p. 78). Não se pode, portanto, pensar a leitura sem considerar o estado de condições de produção do discurso. Para esta análise, temos, pois, de levar em conta as condições de produção e de circulação dos discursos em funcionamento nas mídias digitais.

Conforme Chartier (2007a), o mundo digital instaurou grandes rupturas, a exemplo da revolução da textualidade; foi instituída uma nova ordem discursiva, que é a ordem do discurso digital (DIAS, 2018), um discurso que funciona sob condições específicas, com rupturas no modo de produção e circulação das materialidades. E os modos diferenciados de



significar produzem novos efeitos, pois “a natureza do significante intervém na produção do objeto [...] a textualidade, sua forma material, sua relação com a memória e com as condições de produção diferem quando difere sua materialidade significante” (ORLANDI, 2010, p.11).

Na esteira de Chartier (2007b), podemos afirmar que o discurso digital é constituído por um (in)tenso movimento de gestos de inscrever e apagar. Essa mídia pode também ser pensada como um palimpsesto digital (CORTES, 2015), não somente pela natureza do funcionamento das materialidades digitais que se movimentam e se revezam pelos gestos dos *clicks*, postagens e deletagens, mas, sobretudo, por ser este um espaço discursivo que se articula aos sujeitos para produzir sentidos. Um espaço digital de conflitos, afetado pela ideologia, constituído pela opacidade. O palimpsesto significa “raspado novamente”, diz respeito aos constantes movimentos do sujeito discursivo que se constitui nas raspagens e (re) inscrições dos efeitos de sentidos em seus gestos de interpretação, sendo este sujeito afetado pela memória discursiva, a qual também se constitui pelo esquecimento. Nessa direção, Arrojo argumenta que

o “palimpsesto” passa a ser o texto que se apaga, em cada comunidade cultural e em cada época, para dar lugar a outra escritura (ou interpretação, ou leitura, ou tradução do “mesmo “texto”. Assim, o texto não pode ser um conjunto de significados estáveis e imóveis, para sempre “depositados”. O que temos, o que é possível ter, são suas muitas leituras, suas muitas interpretações - seus muitos “palimpsestos”. (ARROJO, 1992, p. 23-24)

Desse modo, preconizamos o palimpsesto discursivo digital como um grande arquivo de materialidades discursivas constituído pela movência dos sujeitos, pela dispersão, pela descontinuidade de sentidos, sob as tensões



da memória. De forma que no espaço digital não há apenas um palimpsesto – embora funcione esse efeito de unidade imaginária – mas inúmeros palimpsestos, dadas as muitas possibilidades de leituras e (re)escrituras pelos distintos gestos de interpretação. Como afirma Orlandi (2001b, p. 70), “há diferentes versões de leituras [...] pois “um sentido é no meio de outros”.

E o leitor, na sua relação com as ideologias que regem o palimpsesto discursivo digital, pode consumir a leitura já pronta e projetada nas mídias, como também pode raspar os efeitos de sentidos já estabilizados para inscrever outras leituras, outros sentidos, outros gestos de interpretação. Em se tratando do funcionamento discursivo das fake news, essas raspagens são realizadas, por exemplo, a cada gesto de interpretação do leitor, com deslizamentos de sentidos ou rupturas e confrontos discursivos instaurados, como também nas possíveis reescrituras dos sentidos em/nas redes. Todavia, vale ressaltar que, assim como no palimpsesto original, não há raspagem plena, porquanto sempre haverá vestígios do interdiscurso, memórias que se atualizam nas mídias, com distintos efeitos. Como também pode ocorrer apenas um efeito de raspagem, fazendo funcionar sentidos parafrásticos do já dito.

Os gestos de raspagens das fake news também podem ser instaurados pelas agências jornalísticas de checagem dos fatos. Conforme Dela-Silva (2021, p. 5951), a era da internet e das tecnologias digitais impôs a necessidade dos serviços de checagem jornalística, tendo em vista as novas condições de circulação dos discursos que, “com o crescimento das redes sociais digitais – tais como o *Facebook*, o *Twitter* e o *Whatsapp*, por exemplo – entram em concorrência com a mídia jornalística na prática de dar a saber sobre os acontecimentos de um dado período”. Assim, a ideologia produz o efeito de uma única leitura no palimpsesto discursivo digital, trabalha



para fixar e estabilizar sentidos, mas estes podem ser ressignificados com a resistência do sujeito.

Tomando a noção de arquivo como “campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma questão” (PÊCHEUX 2010b, p. 51), o palimpsesto pode ser um conjunto de arquivos, um campo de discursividades digitais que se embatem no confronto de saberes e dizeres de distintas formações ideológicas e formações discursivas, que determinam o que pode e deve (ou não) ser dito e publicado nas redes. Logo, o palimpsesto digital é um objeto discursivo, que emerge a partir do histórico, do já dito. Parafraseando o que Maldidier (2003) declara acerca do texto, o palimpsesto discursivo digital pode também ser o espaço que permite “[...] a reescrita de todos os textos precedentes; ele traz marcas de retornos reflexivos, de remanejamentos e de retificações, de atualizações ou de apreensões, os estigmas da inquietação” (MALDIDIER, 2003, p. 38).

Nessa conjuntura, nos propomos a pensar também sobre o leitor internauta e suas relações com os discursos de notícias falsas, bem como os movimentos de adesão ou rupturas desse leitor com as posições-sujeito em funcionamento nas diversas formações discursivas. Segundo Pêcheux (2010a), as formações ideológicas comportam várias formações discursivas (FDs) que funcionam intrinsecamente no processo discursivo. O autor também acrescenta que as FDs determinam o que pode e deve (ou não) ser dito, a partir de uma posição dada em uma conjuntura que envolve as relações de lugares e de classes.

Para essa discussão, mobilizaremos a noção de efeito-leitor, a fim de melhor compreender os efeitos de sentidos produzidos entre os interlocutores envolvidos na trama do discurso das fake news, em funcionamento nas



mídias e redes digitais. Vejamos, a seguir, essa discussão no emaranhado dos movimentos analíticos.

## 2. EFEITO-LEITOR, DISCURSOS FAKES NEWS E LÍNGUA DE VENTO DIGITAL

A prática discursiva da leitura, segundo Pêcheux, se distancia da descrição hermenêutica, mas é um “trabalho do sentido sobre o sentido”, pois “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, 2008, p. 53). Portanto, a língua em sua materialidade digital é também, potencialmente, uma rede de pontos de deriva, que oferece espaços de interpretação, de gestos de leitura. Nessa perspectiva, Pêcheux (2009) sublinha que o efeito-leitor é uma noção central na teoria discursiva da leitura.

Em trabalho anterior mobilizamos a noção de efeito-leitor para analisar o discurso de divulgação científica em blogs (CORTES, 2015). Retomaremos essas discussões para a presente reflexão, visando melhor compreender o funcionamento do discurso das fake news em/na rede digital e social. A constituição do efeito-leitor se dá pelo viés do esquecimento de nº 1<sup>2</sup>, ou seja, é efeito da dissimulação necessária e constitutiva do sujeito como fonte do dizer e dos sentidos. Portanto, como aponta Pêcheux (2009), o efeito-leitor é constitutivo da subjetividade, mas suas condições de existência são dissimuladas, como também se dá com a constituição do próprio sujeito (PÊCHEUX, 2009).

<sup>2</sup> Segundo Pêcheux (2010), o esquecimento nº 1 consiste na ilusão do sujeito de ser a origem do seu dizer; já o esquecimento nº 2 diz respeito ao esquecimento enunciativo ou “efeito de ocultação parcial”, que produz a ilusão referencial da relação entre realidade e pensamento.



O efeito-leitor se enreda na trama da textualização discursiva, sendo esta determinada e regulada pelo mecanismo imaginário, afetado pela memória. De acordo o pensamento de Pêcheux, o discurso funciona em “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.” (PÊCHEUX, 2010a, p. 81, grifos do autor).

Segundo Orlandi (2001) “ao produzir um texto, o autor faz gestos de interpretação que prendem o leitor nessa textualidade constituindo assim ao mesmo tempo o efeito-leitor correspondente” (ORLANDI, 2001a, p. 22). A autora acrescenta que, à escrita (formulação) do discurso, “corresponde, pois, o efeito-leitor que o institui [...]” (ORLANDI, 2001, p. 22). Assim, a textualização do discurso envolve gestos de interpretação que produz o efeito-leitor, sendo este já engendrado na formulação do discurso, um dos três momentos indissociáveis do processo de significação, a saber, a constituição, a formulação e a circulação dos discursos, e “todos os três concorrem igualmente na produção de sentidos. Os sentidos são como se constituem, como se formulam e como circulam” (ORLANDI, 2001a, p. 22).

Em trabalho anterior (CORTES, 2015), defendemos que o efeito-leitor funciona intrinsecamente às posições-sujeito, em um jogo de relações de forças que envolve o imaginário dos sujeitos e de seus lugares – lugar social e discursivo. Ademais, o estudo mostrou que o efeito-leitor produzido na trama discursiva também projeta uma posição-sujeito para o leitor, que pode ser confirmada ou confrontada e desconstruída. Vamos, pois, retomar essa discussão para pensar sobre o funcionamento do efeito-leitor no discurso das fake news.

Para Orlandi (1988), o efeito-leitor é determinado historicamente pela relação do sujeito com a ordem social [...] “pois já está inscrito no social e a



sua identidade de leitura é configurada pelo seu lugar social e “é em relação a esse seu lugar que se define a ‘sua’ leitura. O efeito-leitor é, pois, relativo à posição do sujeito” (ORLANDI, 1988, p. 104). A autora defende também que o sujeito passa do lugar empírico e social para as posições discursivas, através das projeções imaginárias, noção de grande relevância nessa reflexão. Nas palavras da autora:

não são os sujeitos físicos nem os seus lugares empíricos como tal, isto é, como estão inscritos na sociedade, e que poderiam ser sociologicamente descritos, que funcionam no discurso, mas suas imagens que resultam de projeções. São essas projeções que permitem passar das situações empíricas – os lugares dos sujeitos – para as posições do sujeito no discurso. Essa é a distinção entre lugar e posição (ORLANDI, 2012, p. 40).

Para Orlandi (2012), as projeções imaginárias possibilitam a passagem dos lugares sociais (situações empíricas) para as posições-sujeito, mas a autora toma a noção de lugar apenas no sentido de lugar social. Entretanto, em Cortes (2015) mobilizamos também a noção de lugar discursivo preconizada por Grigoletto (2005, 2008) para pensar sobre a noção conceitual do efeito-leitor. Conforme a autora, o lugar discursivo é construído pela prática discursiva e sofre determinações do lugar social e da estrutura da língua.

Assim, tanto o lugar discursivo é efeito do lugar social, quanto o lugar social não é construído senão pela prática discursiva, ou seja, pelo efeito do lugar discursivo. [...] devemos tomar o lugar discursivo como um espaço constitutivamente heterogêneo, onde se materializam as diferentes imagens projetadas pelos interlocutores de um discurso. [...]. O sujeito do discurso, através de sua inscrição em um determinado lugar discursivo, vai se relacionar tanto com a forma-sujeito histórica e os saberes que ela abriga quanto com a posição-sujeito. Logo, o



lugar discursivo situa-se no entremeio do lugar social, da forma e da posição sujeito. (GRIGOLETTO, 2008, p. 56-57)

O entremeio é fundamental no funcionamento do lugar discursivo, que é efeito do lugar social e da prática discursiva. Dessa maneira, em nossas reflexões acerca do funcionamento do efeito-leitor, tomamos por base as considerações de Orlandi (1988, 2001a,), mas acrescentamos que:

as projeções imaginárias possibilitam a passagem dos lugares sociais (situações empíricas) para os lugares discursivos, a partir dos quais os sujeitos podem assumir distintas posições discursivas, sendo que, a partir destas, projeta-se o efeito-leitor constitutivo da leitura. Nessa trama, o efeito-leitor, não somente é produzido a partir de um lugar, melhor dizendo, das relações estabelecidas entre lugar – social e discursivo – e posições-sujeito, como também pode projetar posições-sujeito para o sujeito leitor. Logo, o efeito-leitor se constitui e funciona em um movimento intrincado de relações de lugares e posições dos sujeitos discursivos. (CORTES, 2015, p. 82)

Portanto, nossas reflexões apontam que o efeito-leitor funciona em um movimento intrincado de relações de lugares e posições dos sujeitos que envolvem a trama discursiva.

Feitas essas considerações, vamos analisar o funcionamento discursivo das fake news em nosso *corpus* discursivo, constituído a partir de um arquivo – formado pelo recurso do *print screen* (captura de tela) – a partir do qual extraímos um recorte de cinco sequências discursivas (SDs), formadas por figuras capturadas da plataforma *Youtube*, além de alguns sites de checagem jornalística, a exemplo do site “Aos fatos”.

Como temos defendido em nossas reflexões acerca das mídias digitais, tomamos as tecnologias digitais em sua opacidade, como uma arena discursiva (CORTES, 2015), na qual estão em jogo as relações de poder e a defesa dos



interesses econômicos e ideológicos, considerando que o digital funciona “como uma condição e meio de produção e reprodução das formas de existência capitalistas” (DIAS, 2018, p. 28). Nesse cenário, as materialidades discursivas das fakes News – que também agregam anúncios publicitários – se tornaram em uma fonte altamente lucrativa, conforme mostram alguns estudos realizados<sup>3</sup>.

Vejamos, a título de ilustração, um *print* do site “Aos fatos”<sup>4</sup>, que efetua a checagem de fake news e denuncia esse jogo de interesses econômicos com as notícias falsas. Da publicação, destacamos a figura abaixo, com um excerto do texto que integra a postagem:

Figura 1 – SD1: print de publicação do site “Aos fatos”



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

<sup>3</sup> Destacamos, por exemplo, dados de matéria divulgada no site “Imprensa e mídia” (19/07/2022), segundo os quais, em 2021, a publicidade no Brasil movimentou quase 20 bilhões, ficando a internet com a maior fatia desse bolo, a saber, 6,60 bilhão, cerca de 33,3% do total. Fonte: <https://imprensaemidia.com.br/publicidade-movimentou-quase-r-20-bilhoes-em-2021-no-brasil/> Acesso em 10 de agosto de 2022.

<sup>4</sup> Site de checagem de notícias falsas.



Por trás das fofocas e da aparente frivolidade estão milionárias verbas publicitárias de grandes empresas, **cada vez mais** destinadas a canais digitais, assim como uma rede de perfis capaz de pautar a internet brasileira. Para os anunciantes, a Banca Digital se define como “a forma perfeita da sua marca fazer parte das conversas mais virais do momento”. / Entre os clientes estão a Amazon, a Ambev, a Heinz e o Mercado Livre. Essas e outras empresas buscam engajamento com os “mais de 73 milhões de seguidores”, métrica de “alcance único” que a empresa de marketing de influência divulga (Site “Aos Fatos”, 25/07/2022)<sup>5</sup>.

Fica claro que o discurso das fake news é determinado por interesses do capital. Nesse processo, o internauta é interpelado ideologicamente a “cair” nas redes, visualizar a postagem, curtir, registrar seu “like” e, em seguida, compartilhar o link, que pode viralizar nas redes, pela circulação massiva. E assim são gerados os grandes lucros às gigantescas empresas da informática, a exemplo do *Google*, *Twitter* e redes do grupo *Meta*, além das empresas anunciantes e administradores dos sites monetizados, já que a “prática de tornar possível a inserção de propagandas é também chamada de *monetização dos vídeos*” (ADORNO, 2016, p. 268). Na desenfreada busca pelo engajamento das redes, com vistas ao lucro, instaura-se uma governança algorítmica (CASTRO, 2021) que funciona pelo discurso da manipulação, em um “jogo de linguagem que toma os manipuladores das informações como ponto de partida e o público que se pretende alcançar como ponto de chegada. (SILVA e DUQUE, 2019, p. 236).

Esse jogo de linguagem digital agrega recursos audiovisuais diversificados, a exemplo da corpografia (DIAS, 2016) que abrange os *emojis*, as *hashtags*,

---

<sup>5</sup> <https://www.aosfatos.org/noticias/mynd-choquei-fofoquei-publis-desinformacao/>  
Acesso em 10 de agosto de 2022.

*gifs, sticker*, além de uma escrita peculiar, como aponta Kalil Filho, ao elucidar o funcionamento das *fake news*:

a escrita, o áudio, a foto e a imagem televisiva compõem formas de vida com seus respectivos regimes de crença. A escrita traz consigo uma autoridade, mas pode deixar em aberto a autoria. O áudio, utilizado tanto no rádio, como nos trechos divulgados em aplicativos de mensagem, inicia a trajetória do efeito de sentido de realidade, seguindo, de forma ascendente, para a imagem estática e a em movimento. A foto e a imagem televisiva presentificam o que é mostrado e corroboram um regime de crença que evoca a verdade e a realidade como simulacros máximos. (KALIL FILHO, p. 215)

Todavia, na perspectiva da AD esse jogo de linguagem não é transparente, mas opaco, pois se trata de um jogo discursivo digital que visa interesses financeiros e envolve relações de poder. Ademais, temos ainda as condições diferenciadas de circulação, como já assinalado, pois esses “vídeos, imagens, textos multiplicam-se de uma forma *prêt-à-porter*, ou seja, estão prontos para serem vistos, lidos, espalhados e repetidos como certezas”. O digital, portanto, é um ambiente favorável à (re)produção do efeito de crença em uma suposta realidade e verdade que sustentam a produção e (multi)replicação dos discursos fakes.

Vale destacar da publicação do site “Aos fatos” (Figura 1), a materialidade linguística “Essas e outras empresas buscam engajamento com os **“mais de 73 milhões de seguidores”**”, métrica de “alcance único” que a empresa de marketing de influência divulga” (grifo nosso). Esses “**mais de 73 milhões de seguidores**” são, portanto, os leitores visados pelas postagens digitais dos sites que lucram com as fake news.

É difícil constatar com exatidão a origem da formulação dos discursos fakes, pois a materialidade digital, necessariamente, não precisa ser gerada



nas mídias digitais, é caracterizada por sua discursividade (DIAS, 2016). Todavia, a circulação das fake news em redes sociais diversas, funciona via compartilhamentos entre/pelos “milhões” de seguidores dessas redes que também são os leitores dessas postagens. Logo, o fator mais relevante para a rede social é o engajamento, que consiste na capacidade do site em movimentar seus seguidores em torno de suas publicações. Esses sites se tornam, portanto, em uma rede de negócios, são plataformas algorítmicas que funcionam como “espaços propícios à desinformação, em virtude da maneira como suas características tecnológicas são instrumentalizadas por seu modelo de negócios, resultando na prevalência do valor-algoritmo sobre o valor-notícia” (CASTRO, 2021, p. 91).

Desse modo, o sujeito que publica as postagens falsas pode ocupar distintos lugares sociais, até mesmo o lugar social de jornalista, *youtuber*<sup>6</sup>, influenciador digital, dentre outros; são ainda administradores de sites agenciados<sup>7</sup> patrocinados por grandes corporações empresariais. Mas o que conta no discurso é o imaginário discursivo desses lugares, também afetados pelo imaginário de liberdade das redes digitais. A partir do lugar social, o sujeito *youtuber* ou administrador de um dado perfil das redes sociais, passa a ocupar o lugar discursivo de **caçador de cliques** e, a partir desse lugar discursivo, ele pode ocupar distintas posições-sujeito, a exemplo de **divulgador de fakes** e **mercenário digital**.

---

<sup>6</sup> Denomina-se como *Youtuber* o criador de conteúdo para a plataforma norte-americana *YouTube*, site de compartilhamento de vídeos na internet.

<sup>7</sup> Conforme publicação feita pelo site “Aos Fatos”, como já mencionado anteriormente (Figura 1). Fonte: <https://www.aosfatos.org/noticias/mynd-choquei-fofoquei-publis-desinformacao/>. Acesso em 10 de agosto de 2022.

Nesse jogo de relações de lugares e posições-sujeito, há também efeitos do imaginário do leitor internauta – construído no processo discursivo das *fake news* como um sujeito não-interpretante – que não tritura os sentidos. A leitura-trituração, segundo Pêcheux (2016), consiste em “Recortar, extrair, deslocar, reaproximar: é nessas operações que se constitui esse dispositivo muito particular de leitura que se poderia designar como *leitura-trituração*” (PÊCHEUX, 2016, p. 25, grifos do autor). Essa leitura, segundo o autor, “destrinça o texto, privilegia certos elementos para ocultar outros, reaproxima o que dispersou, dispersa o que estava unido” (PÊCHEUX, 2010a, p. 278).

A partir das reflexões de Pêcheux (2016), podemos também pensar na leitura **triturada**, cujo funcionamento é o oposto da leitura trituração, que não recorta, não extrai, não desloca, não destrinça o texto. A leitura triturada pode ser também denominada de leitura líquida, que se caracteriza pela efemeridade e volatilidade da modernidade líquida (BAUMAN, 2001). Ou seja, é um processo que também produz discursividades líquidas, já trituradas, afetadas por uma memória líquida. Acerca desse funcionamento Courtine (2008) declara o seguinte:

A noção de memória foi e permanece ainda aqui um investimento interpretativo de grande alcance, tanto no que concerne às palavras quanto às imagens: *seu funcionamento no estado líquido* se fundamenta na volatilidade, na efemeridade, na descontinuidade e no esquecimento. Tudo isso evidencia a necessidade de manutenção de um quadro de reflexão histórica. Não há memória sem história. O investimento consiste, portanto, em compreender as formas inéditas de dominação que se elaboram neste momento de discursividades líquidas e em apreender os seus efeitos, ao mesmo tempo políticos e psicológicos, sobre os sujeitos que somos (COURTINE, 2008, p. 17, grifos meus).

As reflexões do autor nos levam a ponderar sobre a memória líquida como uma memória sem história, sem historicidade. O autor reconhece a era atual como um “momento de discursividades líquidas”; logo, a partir dessas considerações, é possível afirmar que as tecnologias digitais da atualidade nos impõem essas “formas inéditas de dominação”, a exemplo da governança algorítmica (CASTRO, 2021), que funciona pelas efemeridades das discursividades líquidas, desprovidas de historicidade.

Para ampliar a nossa compreensão sobre essa trama discursiva, vejamos um *print* (Figura 2) de uma publicação *fake* na plataforma *Youtube* intitulada “Ratanabá”, uma suposta cidade perdida na Amazônia.

Figura 2 – SD2: print da postagem “Ratanabá, a cidade perdida na Amazônia”



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

A postagem foi publicada no canal do *Youtube* “**Você sabia?**”<sup>8</sup> O vídeo, até então, já contabilizava com **3.074.571** visualizações, **339 mil likes** (ou gostei) e **7.629** comentários de internautas. Convém ressaltar que as visualizações e, principalmente, os *clicks* nos botões de *like* (gostei), produz significação no discurso, pois é um gesto de tomada de posição do internauta em adesão aos sentidos produzidos.

No *Twitter*, conforme mostra a figura 3, a *hashtag* **#EmRatanabá** viralizou na rede rapidamente. Vejamos:

Figura 3 – SDE3: *print* de postagem do publicações virais do *Twitter* sobre a *hashtag* **#EmRatanabá**<sup>9</sup>



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

<sup>8</sup> Esse canal do *Youtube* contava - até o dia 10/09/2022 - data de acesso a esta publicação, com **43,7 milhões** de inscritos.

<sup>9</sup> Fonte: <https://twitter.com/mfriasooficial/status/1536731028903153671>. Acesso em 10/08/2022.

No último trecho do *Twitter*, vemos que a hashtag **#EmRatanabá** “explodiu”. Silveira (2017, p. 220), considera a *hashtag* como um elemento importante da textualidade sob as condições de produção do digital, “sobretudo pelo fato de que elas operam como forma de arregimentação de discursos e estão no centro das polêmicas que circulam em grande parte dos espaços enunciativos informatizados”. Assim, a *hashtag* agrega publicações nas redes, acerca de um mesmo tema e instaura uma intensa movimentação dos sentidos e de sujeitos. Vejamos a Figura 4, com um print do site “Núcleo do jornalismo”<sup>10</sup>

Figura 4 – SD4: *print* de postagem do site Núcleo de Jornalismo sobre a *fake news* “Ratanabá”<sup>11</sup>



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

<sup>10</sup> O “Núcleo do Jornalismo” é também um site de checagem de notícias e se intitula como “Jornalismo inteligente sobre Redes sociais”. Fonte: <https://nucleo.jor.br/garimpo/ratanaba-teoria-amazonia/>. Acesso em 12/08/2022.

<sup>11</sup> Fonte: <https://nucleo.jor.br/garimpo/ratanaba-teoria-amazonia/> Acesso em 05/08/2022.

O site “Núcleo do Jornalismo inteligente sobre redes sociais” traz também um resumo acerca dessa teoria “biruta” sobre a Ratanabá, do qual extraímos o seguinte excerto: “Ratanabá seria uma cidade perdida no meio da Amazônia, descoberta recentemente por arqueólogos, onde teria vivido uma ‘civilização muito complexa’ ” [...].<sup>12</sup> A “teoria biruta” da Ratanabá mais parece uma história de ficção. Mas esse é também um efeito do discurso das fake news. Conforme Castro (2021), a ficção é dos elementos que pode ser mesclado nessas postagens:

Postagens que mesclam elementos noticiosos a ingredientes de *marketing* e entretenimento; postagens que repercutem a ponto de virarem notícia; ou postagens de usuários comuns contendo informações de interesse mais geral. Esse embaralhamento das balizas entre o que é notícia ou não pavimenta o caminho para conteúdos que se apresentam como notícias mas não seguem preceitos jornalísticos, isto é, não resultam de apuração, nem se estribam em evidências, abrindo doses variadas de ficção. (CASTRO, 2021, p. 92)

As notícias falsas ou fake news são consideradas por Indursky (2019, p. 29) como “um processo de torção discursiva realizado sob o efeito de uma identificação ideológica.” Para a autora a torção discursiva ocorre no momento do fato narrado pela mídia, que projeta um efeito de verdade a algo que, de fato, trata-se de uma falsificação. Desse modo, no caso do leitor internauta que é afetado pelo efeito-leitor projetado – o efeito de sentidos triturados – dá-se a identificação ideológica com os sentidos de uma falsificação, tida como verdade, pelo efeito de crença. Dessa maneira, esse internauta assume a posição-sujeito de leitor triturado, pelo funcionamento da leitura

---

<sup>12</sup> Fonte: <https://nucleo.jor.br/garimpo/ratanaba-teoria-amazonia/> Acesso em 05/08/2022.



parafrástica, que apenas reproduz sentidos, toma a linguagem em seu efeito de transparência e “se caracteriza pelo reconhecimento (reprodução) do sentido pelo autor” (ORLANDI, 2009, p. 56). O efeito-sentido de crença em um dado discurso como verdadeiro é abordado por Derrida (1996), ao discorrer acerca da história da mentira:

mentir seria dirigir a outrem [...] um ou mais de um enunciado, uma série de enunciados (constativos ou performativos) cujo mentiroso sabe, em consciência, em consciência explícita, temática, atual, que eles formam asserções total ou parcialmente falsas; é preciso insistir desde já nessa pluralidade e complexidade, até mesmo heterogeneidade. Tais atos intencionais são destinados ao outro, a outro ou outros, a fim de enganá-los, de levá-los a crer (a noção de crença é aqui irreduzível, mesmo que permaneça obscura) naquilo que é dito, numa situação em que o mentiroso, seja por compromisso explícito, por juramento ou promessa implícita, deu a entender que diz toda a verdade e somente a verdade. (DERRIDA, 1996, p. 9)

É importante frisar que o efeito de crença produzido nas formulações dos discursos *fakes* faz o outro “[...] entender que diz toda a verdade e somente a verdade”. Assim, a partir do efeito de crença em uma suposta verdade projetada e fixada na formulação do discurso das *fake news*, temos a produção do efeito-leitor **leitura-triturada** ou **sentidos triturados**, que passa a funcionar a partir da identificação do leitor com os sentidos de uma leitura já dada/projetada no discurso das *fakes*. Dessa forma, o efeito-leitor é também um efeito-sujeito, um efeito de sentido, projetado como uma unidade imaginária, na formulação do discurso, pois

Se temos, de um lado, a função-autor como unidade de sentido formulado, em função de uma imagem de leitor virtual, temos, de outro, o efeito-leitor como unidade (imaginária) de um sentido lido. Tanto a função-autor como o efeito-leitor atestam que no discurso o



que existem são efeitos de sentidos variados, dispersos, descontínuos, sendo sua unidade construção imaginária (onde intervêm a ideologia e o inconsciente). Vale assim dizer que o *efeito-leitor é uma função do sujeito* como uma função-autor. (ORLANDI, 2001, p. 65-66, grifo meu)

A estudiosa postula, portanto, o efeito-leitor como “unidade (imaginária) de **um sentido lido**” (grifo meu). Ou seja, o efeito-leitor é assim definido também como uma leitura possível, considerando que “O efeito-leitor se dá no reconhecimento – identificação do sujeito, gesto de interpretação – de uma leitura no meio das outras” (ORLANDI, 2001b, p. 70).

Dessa forma, em nosso entendimento, o efeito-leitor **sentidos-triturados** é construído pelo sentido de uma verdade já triturada e fixada à formulação da notícia falsa.

Vejamos a reprodução do seguinte *Twitter* de uma internauta, no site “Núcleo do Jornalismo”:

Figura 5 – SD5: *print* de postagem do site Núcleo de Jornalismo sobre a fake News “Ratanabá”<sup>13</sup>



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

<sup>13</sup> Fonte: <https://nucleo.jor.br/garimpo/ratanaba-teoria-amazonia/> Acesso em 05/08/2022.



Destacamos, a seguir, a materialidade linguística do *Twitter* (Figura 5): “descobriram uma cidade enorme na região da Amazônia chamada Ratanabá e eu tô viciada nos vídeos e documentários sobre essa nova descoberta, pq, será a maior descoberta arqueológica da história”. Na materialidade linguística digital do *Twitter* (SD5 - Figura 5), sobre a postagem da suposta Ratanabá, temos um funcionamento de adesão do internauta ao efeito-leitor leitura-triturada, pois o leitor não questiona o conteúdo dos vídeos, nos quais está “viciado”, mas absorve a leitura pronta sem gestos de interpretação. Desse modo, ocupa também uma posição-sujeito de leitor-triturado.

Conforme postulamos em Cortes (2015), o efeito-leitor, no processo discursivo, também projeta uma posição-sujeito para o leitor internauta. No discurso das fake news, o efeito-leitor sentidos-triturados funciona intrinsecamente ao efeito de crença em uma suposta verdade, sendo esta construída por um efeito de verossimilhança, pois as formulações das fake news são construídas por um hibridismo de elementos de verdades parciais com sentidos falsificados. Conforme Kalil Filho (2019), o funcionamento dos discursos das fake news envolve um regime de crença da informação que

oferece ao fazer interpretativo valores como a verdade e a certeza. Ao ler um jornal, o logotipo e a formatação da informação, a objetividade e o efeito de sentido de imparcialidade fornecem ao enunciatário um leque de valores que opera, de antemão, um fazer persuasivo direcionado à verdade e à certeza. Trata-se do regime de crença da informação, oposto, por exemplo, ao regime de crença da ficcionalidade, acionado em contos literários. (KALIL FILHO, 2019, p. 214)

A partir das considerações do autor, podemos pensar em um regime de crença próprio das redes sociais que integram as condições de produção do discurso das notícias falsas.



Nessa trama, o efeito-leitor leitura-triturada projeta a posição-sujeito de reprodutor de fakes para o internauta, seguidor das redes. Nesse jogo de relações e de embates ideológicos pode ocorrer tanto a adesão do internauta ao efeito-leitor triturado, com a anuência à posição-sujeito projetada, a saber, a de reprodutor de fakes. Mas também pode haver uma posição-sujeito de antagonismo a esse efeito-leitor, qual seja, a posição-sujeito de triturador da leitura, aquele que produz gestos de interpretação e, portanto, não reproduzirá o discurso da falsificação.

A máquina é o computador, mas quem alavanca os compartilhamentos pelos gestos de *clicks* é o leitor de fakes, que ali também se transforma em extensão dessa máquina que, ao funcionar em conjunto com outros internautas, se tornam em uma maquinaria de automatização discursiva (DIAS, 2019). Dessa forma, a maquinaria discursiva digital, em nosso entendimento, funciona não somente pela tecnologia, mas pelos posicionamentos discursivos dos internautas, os quais, quando interpelados ideologicamente, podem ser enredados e “presos” nessa rede de fakes, se tornam “viciados” nas novidades digitais e notícias falsas, conforme mostra o *Twitter* (Figura 5): **“tô viciada nos vídeos e documentários sobre essa nova descoberta”** [...]. Nesse caso, havendo a adesão ao efeito-leitor sentidos-triturados, o internauta pode também ocupar a posição-sujeito de máquina reprodutora dos discursos fakes, pelos gestos de compartilhamento efetuados.

Na plataforma *Youtube*, por exemplo, são publicados inúmeros vídeos de discursos fakes que, posteriormente são compartilhados pelo envio de *links*, como também os próprios vídeos são compartilhados – na íntegra ou parcialmente – após *downloads* efetuados mediante o uso de aplicativos



próprios, a exemplo do *Whatsapp*<sup>14</sup>. É importante observar que os vídeos e postagens apagadas, uma vez constatados como fake news pela checagem jornalística, continuam a circular massivamente no *Whatsapp*, o que dificulta bastante o controle da circulação desses discursos falsos.

Assim, a interpelação ideológica do internauta em sujeito divulgador das fake news se dá pelo efeito de crença em uma suposta verdade, que funciona intrincadamente ao efeito-leitor sentidos-triturados. Esse modo de circulação discursiva peculiar das notícias falsas nas mídias digitais nos remete a um redemoinho, que produz um impetuoso vento digital; por isso a materialidade digital das fake news pode também ser pensada como uma “língua de vento” (DEBRAY, 2008), nesse caso, uma língua de vento digital, que faz circular/ “arrastar” as fakes *news* de forma muito veloz, impulsionadas pelo efeito-leitor sentidos-triturados, sem peso, que se sustenta pelo efeito de crença e de verdade. A língua de vento é postulada por Debray (2008) como:

Fala flutuante, sem ancoragem na materialidade sensível ou histórica; sintaxe sem semântica em que os signos jogam entre eles, no ar. A noção mesma de referente ou de realidade tendo desaparecido do horizonte, esta língua não tem outro índice de verdade além dela mesma. Quem fala tem sempre razão de dizer isto que se diz no momento em que é dito, tem razão quem tem a última palavra [...]. (DEBRAY, 2008, *apud* ADORNO, 2016, p. 276)<sup>15</sup>

As considerações de Debray (2008) sobre a língua de vento se aplicam, portanto, na formulação e circulação do discurso das fake news, um discurso

---

<sup>14</sup> O WhatsApp Messenger, que pertence ao Meta, é um aplicativo de troca de mensagens e de chamadas de vídeo e de voz, usado por mais de 2 bilhões de pessoas em mais de 180 países. Fonte: [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.whatsapp&hl=pt\\_BR&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.whatsapp&hl=pt_BR&gl=US).

<sup>15</sup> Tradução de Guilherme Adorno.



que se impõe como a última palavra, e que não tem outro índice de verdade além dele mesmo. A língua de vento, conforme Pêcheux (2011, p. 22), é uma língua que serve ao “logro publicitário da linguagem comercial e política”. É também uma língua ligeira, a língua da propaganda:

E nesse espaço da modernidade capitalista, marcada pela lógica da administração (a língua de madeira do Estado) e pela “língua de vento” da propaganda, que a linguagem foi instituída como “instrumento de comunicação [...]”; a era dos comunicados é, ao mesmo tempo, a da comunicação das ordens e a dos delírios comunicados. (PÊCHEUX, 2011, p. 22)

Os “delírios comunicados” da modernidade capitalista funcionam hoje, na era das tecnologias digitais, com os “delírios” digitais das fake news pela língua de vento digital. Dessa maneira, a fala flutuante ou língua de vento da propaganda estabelece relações parafrásticas com a língua líquida, triturada, cuja memória é também líquida, flutuante e “sem ancoragem histórica”.

Assim, o discurso das *fake-news*, materializado na língua de vento digital, projeta o efeito-leitor de sentidos-triturados e líquidos, sem peso de memória, e rapidamente se replicam e se multiplicam pelo compartilhamento em/nas rede digitais.

### 3. GESTOS DE (IN)CONCLUSÃO

Buscamos mostrar, neste estudo, o funcionamento dos discursos das fake news nas redes digitais e sociais pelo viés do efeito-leitor, intrincadamente ao jogo de relações imaginárias dos lugares e posições dos sujeitos na trama discursiva.



Vimos que os sujeitos *youtubers*, administradores dos sites e perfis das redes sociais, a partir desse lugar social, ocupa o lugar discursivo de caçador de cliques; e, a partir desse lugar discursivo, pode ocupar distintas posições-sujeito, a exemplo da posição-sujeito divulgador de fake news e mercenário digital, já que as redes divulgadoras das notícias falsas, assim como as redes sociais em geral, são plataformas algorítmicas que movimentam uma grande rede de negócios digitais.

A leitura-triturada, enquanto um efeito-leitor em funcionamento no discurso das *fake news*, foi pensada a partir do conceito de leitura-trituração preconizada por Pêcheux (2016). Nesse processo discursivo, a projeção ou antecipação imaginária do lugar do leitor como não-interpretante, que não tritura os sentidos, coloca o sujeito-autor no lugar de escuta, o que lhe permite também antecipar uma dada leitura ao texto, que é o efeito-leitor sentidos-triturados, uma leitura parafrástica que repete e compartilha as notícias falsas, sem questionamentos.

O discurso das fake news – constituído pela língua de vento digital – projeta um efeito de crença no discurso, como uma verdade. Nessa trama, projeta-se no discurso, tanto o efeito-leitor de leitura-triturada/sentidos triturados, como também as posições-sujeito de leitor triturado e reproduzidor de fakes, para o internauta.

Assim, pode se instaurar tanto a cumplicidade ou o confronto com o efeito-leitor e as posições-sujeito projetadas, conforme a movimentação dos sujeitos e dos sentidos no discurso. Em caso de adesão ao efeito-leitor sentidos-triturados, o internauta, afetado pelo efeito de crença e pela língua de vento digital, arrasta as notícias falsas e as espalham rapidamente pelas redes.

Mas também pode se instaurar os confrontos discursivos nas redes, já que o internauta pode romper com o efeito-leitor sentidos-triturados,



mediante a posição-sujeito de leitor triturador, interpretante, com outro efeito-leitor, outras leituras, outros sentidos, que podem barrar a circulação dos discursos das *fake news*.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Guilherme. Os vlogs e a identificação paradoxal dos criadores de discurso. **Línguas e Instrumentos Linguísticos**, Campinas, SP, n. 37, jan-jun 2016.

ARROJO, Rosemary. **Oficina de tradução**. São Paulo: Ática, 1992. 85 p.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. 279 p.

CASTRO, Julio C. L. Plataformas algorítmicas e economia da desinformação. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 18, n. 2, jul./dez. 2021.

CHARTIER, Roger. A escrita na tela: ordem do discurso, ordem dos livros e maneiras de ler. In.: RETTENMAIER, M.; RÖSING, T. M. **Questões de leitura no hipertexto**. Passo Fundo: UPF, 2007a.

CHARTIER, Roger. **Increver e apagar**: cultura escrita e literatura. São Paulo: UNESP, 2007b. 335p.

CORTES, Gerenice R. de O. **Do lugar discursivo ao efeito-leitor**: a movimentação do sujeito no discurso em blogs de divulgação científica. 2015. Tese (Doutorado em Letras) — Departamento de Letras, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

COURTINE, Jean-Jacques. O mentir verdadeiro. In: SWIFF, Jonathan. **A arte da mentira política**. Trad. Mônica Zoppi-Fontanma e Roberto L. Baronas. Campinas: Pontes, 2006. 55p.



COURTINE, Jean-Jacques. A política como espetáculo. In: GREGOLIN, Maria do Rosário (org.). **Discurso e mídia: a política como espetáculo**. São Paulo: Claraluz, 2003.

DELA-SILVA, Silmara. “Checar fatos e desmentir boatos”: *fake news* e discurso jornalístico no Brasil. **Fórum linguístico**, Florianópolis, v. 18, n. 2, p. 5949-5961, abr./jun. 2021.

DERRIDA, Jacques. História da mentira: prolegômenos. **Estudos Avançados**, v. 10, n. 27, 1996, p. 7-39.

DIAS, Cristiane. O sentido da automatização na análise de discurso: sobre a maquinaria dos sentidos. **Língua e Instrumentos Linguísticos**, Campinas, SP, n. 44, p. 198-221, jul./dez. 2019.

DIAS, Cristiane. **Análise do discurso digital: sujeito, espaço, memória e arquivo**. Campinas, SP. Pontes, 2018.

DIAS, Cristiane. A análise do discurso digital: um campo de questões. **Revista Eletrônica de Estudos do Discurso e do Corpo (REDISCO)**, Vitória da Conquista, v. 10, n. 2, p. 8-20, 2016.

GADET, Françoise; PÊCHEUX, Michel. **A língua inatingível: o discurso na história da linguística**. Campinas, SP: Pontes, 2004.

GRIGOLETTO, Evandra. **O discurso de divulgação científica: um espaço discursivo intervalar**. 2005. Tese (Doutorado em Letras) — Instituto de Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

GRIGOLETTO, Evandra. Do lugar discursivo à posição-sujeito: os movimentos do sujeito-jornalista no discurso de divulgação científica. In: MITTMANN, S.; GRIGOLETTO, E.; CAZARIN, E. (org.) **Práticas discursivas e identitárias: sujeito e língua**. Porto Alegre: Nova Prova, 2008.



KALIL FILHO, Marcos da V. *Fake news* e democracia: contribuições da semiótica discursiva acerca da verdade e da informação na internet. **Caderno de Letras da Universidade Federal Fluminense**, Niterói, v. 30, n. 59, p. 205-219, 2019.

MALDIDIER, D. **A inquietação do discurso**: (re)ler Michel Pêcheux hoje. Campinas, SP: Pontes, 2003. 110 p.

MARIANI, Bethania. Discursividades prêt-à-porter, funcionamento de fake news e processos de identificação. **Entremeios**. Pouso Alegre, v. 17, n. 2, p. 3-18, jul./dez. 2018.

MARIANI, Bethania; DELA-SILVA, Silmara. Discurso político: processos de significação em tempos de *fake news*. Uma entrevista com Freda Indursky. **Caderno de Letras da Universidade Federal Fluminense**, Niterói, v. 30, n. 59, p. 13-31, jul./dez. 2019.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e leitura**. São Paulo: Cortez, 1988.

ORLANDI, Eni P. Divulgação científica e o efeito leitor: uma política social urbana. In: GUIMARÃES, E. (org). **Produção e circulação do conhecimento**: estado, mídia, sociedade. Campinas, SP: Pontes, 2001a.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e texto**: formulação e circulação dos sentidos. Campinas, SP: Pontes, 2001b. 218 p.

ORLANDI, E. P. Historicidade e sociedade: o sujeito na contemporaneidade. In: INDURSKY, F.; FERREIRA, M. C. L.; MITMANN, S. (orgs.). **O discurso na contemporaneidade**: materialidades e fronteiras. São Carlos: Claraluz, 2009.

ORLANDI, Eni P. Análise de discurso. In: ORLANDI, E. P.; LAGAZZI-RODRIGUES, S. **Introdução às ciências da linguagem**: discurso e textualidade. Campinas, SP: Pontes, 2010.



ORLANDI, E.P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 10. ed. Campinas, SP: Pontes, 2012.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento? Campinas, SP: Pontes, 2008 [1983].

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Unicamp, 2009 [1975].

PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso: (AAD-69). In.: GADET, F.; HAK, T. **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campina, SP: Unicamp, 2010a.

PÊCHEUX, Michel. Ler o arquivo hoje. In.: ORLANDI, E. (org.). **Gestos de leitura**: da história no discurso. Campinas: Unicamp, 2010b [1982].

PÊCHEUX, Michel. Foi “propaganda” mesmo que você disse? In.: ORLANDI, E.P. (Org.) **Análise de Discurso**: Michel Pêcheux. Campinas, SP: Pontes, 2011a [1979].

PÊCHEUX, Michel. Abertura do Colóquio. In: CONEIN, Bernard *et al* (org.). **Materialidades discursivas**. Trad. Débora Massmann. Campinas, SP: Unicamp, 2016. 336p.

SILVA, Eduardo A.; DUQUE, Paulo H. A manipulação informativa e seu *modus operandi* no enquadramento ideológico nas redes sociais. **Caderno de Letras da Universidade Federal Fluminense**, Niterói, v. 30, n. 59, p. 235-248, 2019.

SILVEIRA, Juliana da. *Hashtag* e argumentação: proposta para o ensino de escrita e leitura em textualidades digitais. In: **Papéis**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Linguagem da UFMS, Campo Grande, MS, v. 21. n. 41, p. 218-234. 2017.

