


Efeitos de sentidos do discurso de uma Big Tech sobre o PL das Fake News


Meaning effects in a Big Tech's discourse on the PL of Fake News bill

Efectos de sentido en el discurso de una Big Tech sobre el PL de las Fake News


Eber Fernandes de Almeida Júnior¹

 0000-0002-1339-2328

Bruno Roncada²

 0009-0008-9663-4257

Christiano Titoneli Santana³

 0009-0004-6096-5805

Resumo: O algoritmo é a figura privilegiada atualmente para observarmos a determinação das práticas enunciativas midiáticas das Big Techs, o papel delas como sujeitos discursivo-ideológicos que trabalham simbolicamente para estabilizar uma série de evidências semânticas que naturaliza a formação social em que se encontram sujeitos. À luz da Análise de Discurso materialista, proposta por autores como Michel Pêcheux e Eni Orlandi, analisamos discursivamente distintas nomeações jornalístico-midiáticas para o Projeto de Lei 2630/2020 acerca da regulamentação das mídias digitais, levando-se em consideração a respectiva técnica informacional. A empresa *Google* (se) autorizou, em abril de 2023, enunciados assertivos acerca do projeto, mediatizado como “PL das Fake News”, em seu endereço principal: “o PL das Fake News pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira no Brasil” e “o PL das Fake News pode piorar sua internet”. Tal nomeação deriva de um processo de transposição do jurídico para o jornalístico pela compreensão de efeitos de sustentação. Nosso objetivo é apontar a produção de efeitos de sentidos para o PL 2630/2020 em dizeres jornalísticos e interpretar quais dentre eles sustentam os dizeres de uma Big Tech como o *Google*.

Palavras-chave: Análise do Discurso. Mídia. Política.

Abstract: The algorithm stands as a privileged entity for scrutinizing the determination of media enunciative practices by Big Tech companies, which function as discursive-ideological

¹ Mestre em Estudo de Linguagem. Universidade Federal Fluminense. E-mail: eberjunior@id.uff.br

² Mestre em Estudos de Linguagem. Universidade Federal Fluminense. E-mail: brunoroncada@id.uff.br

³ Doutor em Estudos de Linguagem. IFNMG. E-mail: christianio.titoneli@gmail.com.

subjects, symbolically working to stabilize a range of semantic evidences that naturalize the social framework to which they are subject. In light of Materialist Discourse Analysis, as proposed by scholars such as Michel Pêcheux and Eni Orlandi, we discursively analyze different journalistic-media denominations for the Legislative Bill 2630/2020 regarding the regulation of digital media, taking into account the respective informational technique. In April 2023, Google authorized assertive statements about the Legislative Bill, dubbed the "Fake News Bill," on its main platform. Statements such as "the Fake News Bill may increase confusion about what is true or false in Brazil" and "the Fake News Bill may worsen your internet" were pronounced. This naming process involves the transposition of legal discourse into journalistic discourse through an understanding of sustaining meaning effects. Our goal is to highlight the production of meaning effects for Bill 2630/2020 (in Brazil) in journalistic expressions and interpret which of these support the statements of a Big Tech entity like Google.

Keywords: Discourse Analysis. Media. Politics.

Resúmen: El algoritmo es la figura privilegiada en la actualidad para observar la determinación de las prácticas enunciativas de las Big Techs, su papel como sujetos discursivo-ideológicos que trabajan simbólicamente para estabilizar una serie de evidencias semánticas que naturalizan la formación social en la que se encuentran inmersos. A la luz del Análisis del Discurso materialista, propuesto por autores como Michel Pêcheux y Eni Orlandi, analizamos discursivamente diversas denominaciones periodístico-mediáticas para el Proyecto de Ley 2630/2020 sobre la regulación de los medios digitales, teniendo en cuenta la técnica informativa respectiva. La empresa Google autorizó, en abril de 2023, enunciados afirmativos sobre el proyecto, mediado como "PL de las Fake News", en su sitio principal: "el PL de las Fake News puede aumentar la confusión sobre lo que es verdad o mentira en Brasil" y "el PL de las Fake News puede empeorar su internet". Esta denominación se deriva de un proceso de transposición de lo jurídico a lo periodístico a través de la comprensión de efectos de sustentación. Nuestro objetivo es señalar la producción de efectos de sentido para el PL 2630/2020 en expresiones periodísticas e interpretar cuáles de ellos respaldan las expresiones de una Big Tech como Google.

Palavras clave: Análisis del discurso materialista; medios de comunicación. Política.

Introdução

Diariamente, são efetuadas 99.000 buscas por segundo no *Google*, isto é, um saldo final de 8,5 bilhões de pesquisas ao dia. A adesão massiva ao respectivo domínio na web se reflete no estatuto sócio-econômico da empresa homônima, que lidera 91% do mercado de dados⁴. Além de ferramenta de buscas e empresa dominante no espaço digital, *Google* projeta-se como sujeito enunciativo: seleciona páginas disponíveis, na web, promove anunciantes e elege eventos "dignos" de

⁴ Todos os dados sobre o número de buscas e a fatia da empresa no mercado de dados foram retirados do seguinte endereço: <https://techjury.net/blog/how-much-data-is-created-every-day/>. Acesso em: 05 de set. de 2023.



comentário e comemoração⁵. Em outras palavras, uma seleção algorítmica de textualidades e acontecimentos ocorre nos rituais das práticas digitais. Nem sociológico nem ontológico, esse sujeito possui história (d)e linguagem, logo, inscrito em discursos de uma formação social.

A Análise do Discurso Materialista (AD) entende o supramencionado *status quo* como efeito das condições de produção das práticas sociais e discursivas em/por sujeitos, que se inscrevem nelas como tomadas de posição na história e na língua, por sua vez, determinadas pela Ideologia e pelo Inconsciente como estruturas-funcionamento (Pêcheux, [1975] 2014). A língua, assim, comparece na teoria discursiva como a base significativa sobre a qual processos discursivos determinados – diga-se, dialeticamente – se desenrolam por consensos ou dissensos em relações de aliança, ou polêmica ou, ainda, denegação em relação ao dizer. A língua como componente opaco da prática discursiva é a materialidade sobre a qual sujeitos trabalham evidências ideológicas representativas das relações de forças no par dominação-resistência, na forma de efeitos ilusórios de estabilidade semântico-referencial.

Em suma, a partir dessa abordagem teórico-metodológica, tributária de certa leitura da Teoria Discursiva em uma relação dialética – jogada à luz de uma concepção de sujeito psicanalítica – com a Linguística e com o Materialismo Histórico, o discurso é o indício constitutivo da ausência de outro(s) discurso(s), efeitos de sentidos (Pêcheux, [1969] 2010). Há discurso por/para sujeitos (Orlandi, [1999] 2020). É pela existência sócio-histórica do outro que podemos compreender discursivamente que um enunciado pode sempre tornar-se outro (Pêcheux, [1983] 2015)

Neste texto, propomos apresentar determinadas noções teórico-metodológicas da AD, de modo a analisar nomeações linguisticamente divergentes sobre o Projeto de Lei 2630/2020, tal como construído pelo discurso jurídico e retomado como efeito de pré-construído em discursos jornalístico-midiáticos no ano de 2023. Conforme Roncada, Fernandes de Almeida

⁵ *Google* utiliza seu principal endereço para projetar, por exemplo, personalidades, datas comemorativas e lugares, dignos de solenidade, usualmente, na celebração de centenários.

Júnior e Titoneli Santana (2023, p. 79), ao analisarem o funcionamento das nomeações jornalísticas para Propostas de Emenda à Constituição (PEC), a atribuição de numerais como complemento nominal de textos de tal natureza, pelos rituais jurídico-políticos, tem sua contraparte jornalístico-midiática dita “por uma linguagem menos bordada em algarismos”, que “(re)textualiza modos de nomeação de caráter didático para a PEC”. Defendemos que o efeito de didatismo desse funcionamento comparece similarmente nas contrapartes jornalístico-midiáticas de/para os Projetos de Lei (PL) – a saber: a fórmula *PL de/sobre X*, sendo X ocupado por uma determinação nominal não numérica. Portanto, partimos de um acontecimento, a repercussão do referido projeto de lei, e o modo como foi trabalhado simbolicamente por dizeres do *Google*. A definição de pré-construído, que implica o funcionamento do interdiscurso como complexo dos discursos possíveis, será conceituado mais à frente.

Em 27 de abril de 2023, *Google* reserva espaço em seu domínio principal para destacar certos enunciados: “o PL das Fake News pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira no Brasil” e, sua variante, “o PL das Fake News pode piorar sua internet”, que constituem nosso *corpus*. Ao clicar em um deles, localizados abaixo dos botões de busca, o leitor é direcionado para publicações⁶ com o mesmo efeito de polemizar o *PL das Fake News*, escrita pelo diretor de relações governamentais e políticas públicas da empresa no Brasil, assim autodenominado textualmente. A designação “PL das Fake News” aponta para um dos modos midiático-jornalísticos de circulação deste objeto discursivo e, inclusive, a própria maneira como é simbolizado juridicamente: o Projeto de Lei 2630/2020⁷ do discurso jurídico desliza sentidos em *PL das Fake News*, do discurso jornalístico,

⁶ O texto se encontra no Blog Oficial do Google, na seção “novidades da empresa”, disponível em: <https://www.google.com/url?q=https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/como-o-pl-2630-pode-piorar-a-sua-internet/&sa=D&source=docs&ust=1699607148071292&usq=AOvVaw35WflcsKBRcq89St31IFgC>. Acesso em: 10 de nov. de 2023.

⁷ Interessante se faz destacar que no site do Senado, como condição de circulação midiática, o projeto é nomeado *PL das Fakes News*, enquanto que em seu documento, não. Disponível, respectivamente, em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>; Acesso em: 10 de nov. de 2023. https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8110634&ts=1697571574911&disposition=inli ne&_gl=1*2oef1x*_ga*MTQ1Mjc2ODc1Ni4xNjk5NTc2NDMw*_ga_CW3ZH25XMK*MTY5OTU3NjQzM C4xLjAuMTY5OTU3NjQzM C4wLjAuMA. Acesso em: 10 de nov. de 2023.

uma vez que a prática de didatização como relato explicativo dos fatos e a nomeação destes, característicos das práticas jornalísticas, atravessa o modo de (se) dizer da lei.

Outra possibilidade em circulação pelo discurso jornalístico é *PL da Censura*, que inscreve uma relação polêmica entre discursos em conflito, uma cisão nos sentidos em disputa para o PL, embora dois nomes distintos em sua especificidade linguística possam corresponder a um mesmo efeito discursivo em determinadas condições de produção. Língua e discurso se reclamam, mas possuem ordens diferentes. Formulações linguísticas de qualquer tipo não possuem relação de sentidos *a priori*, mas sempre determinadas pelas condições de produção em que sujeitos tomam posição (Pêcheux, [1975] 2014).

O *PL da Censura* se inscreve em um modo de existência discursivo, fora do efeito de acordo político produzido, por se tratar de um texto assumido pelo senado brasileiro como *PL das Fake News*. Portanto, tal nomeação pertence propriamente ao discurso midiático. Vale destacar que o primeiro endereço na ordem de seleção operada pela busca da referida designação⁸ no site do *Google* figura uma espécie de placar, que marca supostamente o número de votos contra e a favor do projeto.

Assim, a pergunta que fica é se o enunciado da Big Tech instaura uma posição discursiva que antagoniza o par *PL das Fake News / PL da Censura* ou produz um efeito de equivalência sobre tais nomeações, isto é, uma palavra por outra em um mesmo processo discursivo, fazendo com que elas (re)produzam o mesmo efeito a partir de uma determinada tomada de posição. Logo, que matrizes de sentidos (re)produzidas e postas em circulação pelos discursos de caráter jornalístico na/da mídia sustentam discursivamente o(s) dizer(es) da Big Tech em seu endereço de entrada para seus usuários?

Primeiramente, tocaremos em pontos relativos às condições de produção que tomam parte na análise do material constitutivo do *corpus* deste trabalho. Em seguida, faremos a exposição de conceitos e noções teóricas pertinentes para nossos objetivos, descrevendo o processo de constituição do *corpus* e reformulando as questões enumeradas acima a partir do dispositivo teórico da AD.

⁸ Disponível em: <https://www.pldacensura.com/>. Acesso em: 10 de nov. de 2023.

Das condições de produção em torno do PL 2630/2020

O PL 2630/2020 visa regulamentar as práticas midiáticas de disseminação de informações falsas, recorrentes a partir do advento das mídias digitais e redes sociais no decorrer do séc. XXI. Consoante Adorno e Silveira (2019, p. 201), termos como ‘Pós-verdade’ e/ou ‘Fake News’ são sintomas de uma relação de forças em certo estado das condições de produção, ou seja, essas “[...] denominações fazem trabalhar os sentidos de verdade e mentira, real e ficção, atual e virtual” em circulação na web, ao mesmo tempo, em que atualmente se transformam as práticas jornalísticas de produção e distribuição de notícias. Disputar a “verdade” de um discurso implica imputar a “mentira” a outro, opondo “real” a “ficção”.

O projeto defende, em suma, a transparência dos provedores de internet prestadores de serviços, no Brasil, a fim de assegurar o controle não somente da difusão de *fake news*, mas também de discursos de ódio⁹. A regulamentação da mídia prefigurou o palco para a difusão de matérias sobre o PL nas redes sociais e sites de busca. No entanto, há suspeitas de que a leitura algorítmica pelos critérios do *Google* privilegiou conteúdos contrários ao PL¹⁰ e reduziu o alcance de matérias que, senão defendiam o projeto, ao menos, supunham uma possibilidade polêmica na interlocução sobre o tema, na forma do debate público. Por determinação da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacom) em medida cautelar, o enunciado foi retirado da plataforma sob acusação de fazer circular propaganda contra o PL 2630/2020¹¹.

⁹ Vale pontuar a lucratividade do *Google* em anunciar produtos revisionistas que discursam ódio contra minorias e alguns grupos políticos. Sobre isso, ver: FINGER, V. História, Mídia Digital e Anti-Ciência: a quimera narrativa do canal Brasil Paralelo. *Historiæ*, [S. l.], v. 12, n. 2, p. 83–104, 2022. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/hist/article/view/13477>. Acesso em: 8 de set. 2023.

¹⁰ Para aprofundamento sobre a suspeição relatada, ver matéria do portal G1 que se refere a estudo desenvolvido pelo NetLab/UFRJ, disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2023/05/01/mpf-questiona-google-sobre-possivel-favorecimento-de-conteudos-contrarios-ao-pl-das-fake-news-em-resultados-de-busca.ghtml>. Acesso em: 10 de nov. de 2023.

¹¹ Sobre a decisão do governo, ver matérias da CNN Brasil e do portal G1, disponíveis em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/google-retira-mensagem-contra-pl-das-fake-news-da-pagina-inicial/>. Acesso em: 06 de nov. de 2023; e <https://g1.globo.com/politica/noticia/2023/05/02/governo-manda-google-sinalizar-como-publicidade-material-feito-pela-empresa-contra-pl-das-fake-news.ghtml>. Acesso em: 10 de nov. de 2023.

Contudo, sob o fator de mercantilização da informação no capitalismo contemporâneo, este circunstancia a disputa simbólica por sentidos através do mecanismo dominante da fetichização da mercadoria em práticas de uma formação social que se quer/impõe globalizada. A troca venal da informação revitaliza um dos eixos fundamentais do desenvolvimento do complexo capitalista: a lucratividade, que determinará os sentidos dos dizeres produzidos na mídia digital, plataforma porta-voz de dizeres corporativistas e neoliberais.

A infraestrutura que passa a constituir o domínio digital da internet em seus primórdios se modifica pela presença de uma técnica informacional distributiva de conteúdos: o algoritmo, que, nos rituais práticos de uso das tecnologias de informação, se configura como a maneira predominante de fazer circular os jornais – e com isso provocando uma reconfiguração do funcionamento, sobretudo, das práticas políticas.

O algoritmo funciona como código operador do processamento de softwares conhecidos como motores de rastreo, que, conforme critérios previamente programados, em frações de segundos, produzem análises de endereços disponíveis que atendam às palavras-chave ativadas pela escrita de usuários, em entradas linguísticas no sistema de buscas. Assim, é o caso das condições de manipulação dessa técnica em nosso *corpus*, sendo que “programação prévia” aponta para tomada de posição do elaborador da linguagem do software.

Há, pois, três vias de uma relação complexa, tanto técnica quanto ideológica, que sobre determinam a enunciação e a leitura, materializadas por tal ferramenta na mídia digital: as buscas por palavras-chave, que refletem a prática de uso das ferramentas disponibilizadas pelas Big Tech, sendo o *Google* uma das principais; a forja de critérios algoritmizados pelo site de buscas, que reflete o pendor ideológico de quem detém a propriedade da ferramenta, jurídica e digitalmente; e a estada ativa de endereços digitais que podem ou não atender aos critérios “automáticos” do processamento informático de um site de buscas, como se esses não estivessem pré-programados por uma posição ideológica, na estrutura de uma relação de forças.

Detectamos diferentes formulações postas em circulação pelo *Google* que corroboram nossa elaboração analítica acerca da sobredeterminação técnico-ideológica das ferramentas de busca. Sobre o PL, seis dessas formulações se destacam: “Acaba protegendo quem produz desinformação”, “Coloca em risco o acesso e a distribuição gratuita de conteúdo na Internet”, “Dá amplos poderes a um órgão governamental para decidir o que os brasileiros podem ver na internet”, “Traz sérias ameaças à liberdade de expressão”, “Prejudica empresas e anunciantes brasileiros” e “Dificulta o acesso dos brasileiros à Busca do *Google* ao tratar buscadores como redes sociais”¹².

Essas formulações se constituem por um discurso transversal de regulamentação da internet a partir de 1994, nos Estados Unidos, motivado por uma defesa do público infantil. Proposta em 1995 e aprovada em 1996, a Lei de Comunicações aprovada durante o governo Bill Clinton destacava a criminalização da distribuição de material pornográfico e determinava a isenção de responsabilidade das empresas de tecnologias pela atividade de postagem de conteúdo por seus usuários. Essa reprodução jurídica do direito à privacidade de empresas privadas ainda segue em vigor. A lei americana serviu de base para a sanção, em 2014, do Marco Civil da internet brasileira por meio da Lei 12.965¹³, que isenta exatamente plataformas digitais como *Google*, *Telegram*, *Instagram*, *Facebook*, dentre outras, de responsabilidade pela sua atividade no país. De 1996 a 2014, a internet passa, como dissemos, de mera rede de comunicação digital à estrutura produtiva de informações – ela se torna a forma de apreender ilusoriamente o “mundo” em escala global, embora possua um real de exclusão de várias pessoas ao seu acesso. A lucratividade em viralizações de “conteúdo” pré-determinado é o fundamento das relações permitidas pelas Big Techs, - relações em que anunciantes podem lucrar econômica e politicamente com isso. São essas as bases das condições para se regulamentar as mídias.

¹²

Disponível

em:

<https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/como-o-pl-2630-pode-piorar-a-sua-internet/>. Acesso em: 07 de set. de 2023.

¹³ Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm. Acesso em: 10 de nov. de 2023.

Por efeito da estrutura técnico-ideológica na vida política contemporânea de vários países, influenciando, inclusive, em eleições de diversas nações¹⁴, uma onda de propostas de regulamentação, assim, teve início, donde podemos mencionar primeiramente o *Netzwerkdurchsetzungsgesetz* (NETZDEG)¹⁵, de 2017. Essa lei determina que as empresas de tecnologia removam imediatamente qualquer material tipificado como ilegal. Não discutiremos em detalhes aspectos das referidas leis desde 1994, nem problematizaremos suas consequências, mas precisaremos uma observação como gesto de interpretação em relação à reprodução/transformação desse discurso: do efeito de retomada da lei americana em outros países, estes passam atualmente a sanar as interferências das empresas do Vale do Silício em sua política nacional. Sintetizamos a relação de forças entre Big Techs e Estados-nação em posições-sujeito *globalizante* e *nacionalizante*. Sobre isso voltaremos mais à frente.

Quanto à tomada de posição do *Google*, o efeito de contraposição ao PL é enformado em um espaço que normalmente não o seria: abaixo dos botões de *pesquisa google* e *estou com sorte*, centralizados no site da ferramenta. Não temos registro de posicionamentos tão explícitos da empresa sobre questões do tipo – embora, dir-se-ia, suas intervenções fossem feitas pela técnica algorítmico-ideológica do seu código. Os dois enunciados inscritos pelo *Google* a respeito da regulamentação da mídia abrem o funcionamento para o hipertexto, sob a forma de um enunciado que leva a outro (de um blog da empresa). Ela joga com a centralidade da informação acerca da intervenção política no funcionamento da mídia em território nacional. E realimenta-se de uma memória das práticas em que, na ordem do dia, deve-se dar atenção exclusiva a assuntos de extrema urgência, que são somente comunicados como tais e em tais circunstâncias.

Google é uma empresa multinacional pertencente ao conglomerado Alphabet Inc. Além de ferramentas de buscas, ela oferece também serviços de tradução computacional de línguas pelo *Google Translator*; de armazenamento de dados, pelo

¹⁴ Para saber mais sobre a influência das empresas de tecnologia em resultados eleitorais e no processo democrático, ver os documentários *Privacidade Hackeada* (2019), de Karim Amer e Jehane Noujaim, e *Dilema das Redes* (2020), de Jeff Orlowski, ambos disponíveis no Netflix.

¹⁵ Disponível em: <https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/BJNR335210017.html>. Acesso em: 10 de nov. de 2023.

Google Drive; rastreamento geográfico e visualização de mapas, pelo *Google Maps*; de compartilhamento de vídeos, pelo Youtube etc, que se instalam pelas “condições de uso e privacidade” conforme as políticas de acesso postas pela empresa. Produz-se um efeito de sentido para a relação entre empresa e usuário: o de um serviço prestado, que auxilia o usuário na própria vida, sua vida prática. Com isso, conseguimos justificar a pertinência da questão, uma vez que

A rápida ascensão das plataformas digitais produziu um Estado do bem-estar privatizado, paralelo e praticamente invisível, no qual muitas de nossas atividades cotidianas são fortemente subsidiadas por grandes empresas de tecnologia (interessadas em nossos dados) ou, no caso de organizações menores e *startups*, financiadas por investidores de risco confiantes de que as perdas no curto prazo vão lhes assegurar o domínio no longo prazo (Morozov, 2018, p. 146).

O “serviço” oferecido pelas Big Techs se paga pelo preço dos dados dos usuários, que ao consumi-lo trabalham para o aprimoramento do algoritmo dos sistemas operacionais da empresa. Nessas condições de produção, onde próteses se instalam sobre o corpo e satélites, sobre o globo, a interface não se limita a uma tela de vidro. Ela é/faz linguagem na história e atesta que toda prática é política.

Do interdiscurso às nomeações de um texto da Lei: fundamentação teórico-metodológica

Uma análise discursiva que se quer materialista postula a não cisão entre teoria e método, na medida em que a especificidade material do objeto analítico se configura à luz de um lugar de medição epistemológica constitutivo do quadro teórico em que a própria análise se inscreve, a saber:

Ele reside a nosso ver, na articulação de três regiões do conhecimento científico:

1. o materialismo histórico, como teoria das formações sociais e de suas transformações, compreendida aí a teoria das ideologias;
2. a linguística, como teoria dos mecanismos sintáticos e dos processos de enunciação ao mesmo tempo;
3. a teoria do discurso, como teoria da determinação histórica dos processos semânticos.

Convém explicitar ainda que essas três regiões são, de certo modo, atravessadas e articuladas por uma teoria da subjetividade (de natureza psicanalítica) (Fuchs; Pêcheux, [1975] 2010, p. 160).

O Materialismo Histórico faz entrada por meio de uma leitura de Louis Althusser (1970) a respeito do conceito de ideologia; a Linguística, a respeito da descrição do material empírico que resultará no *corpus discursivo*, sendo isto o pressuposto para que a análise discursiva se dê; a Teoria do Discurso, a respeito da rejeição epistemológica ao subjetivismo quanto à própria noção de sujeito – na introdução, apresentamos essa noção como posição na estrutura de uma relação histórica de forças. Junto ao conceito de Ideologia, o conceito de Inconsciente descentraliza a noção de sujeito em duas frentes: ele não conhece o que pensa/diz por determinações processuais na história (exterioridade) e pelo *recalque* de tais determinações (interioridade). Esse funcionamento conjunto se sintetiza no dispositivo teórico como uma teoria não subjetivista da subjetividade (Pêcheux, [1975] 2010).

A língua em sua não transparência e o sujeito em seu (des)conhecimento do processo que o produz, estão subordinados à Ideologia¹⁶ como mecanismo que naturaliza *evidências semântico-subjetivas* e que se realiza pela *interpelação* do sujeito a uma prática, a um discurso. Para Althusser ([1970] 1996), ela representa a mediação imaginária do sujeito com as condições reais de sua existência material, possuindo, assim, existência material, isto é, ela se realiza nas práticas e nas representações que se fazem (d)as classes (posições-sujeito) de/em uma relação de forças, e isto através dos Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE). Os AIE são discriminados em relação aos Aparelhos Repressivos de Estado (ARE): há os que funcionam pela produção do consenso e os que realizam a repressão direta do sujeito, e tais aspectos aparecem de forma gradual a depender do tipo de aparelho. Sendo o aparelho o lugar do conflito, os AIE sediam as práticas e representações de classe que denominamos, teoricamente, formações ideológicas, que se articulam por relações de dominação/resistência.

Tanto os AIE quanto às formações ideológicas são conceitos teorizados como complexos dialéticos em que um elemento da categoria se sobrepõe sobre os demais. Por exemplo, na formação social capitalista temos como motivo de nossa

¹⁶ Ideologia, com inicial maiúscula, se distingue de ideologias, no plural. Estas são historicamente representáveis; aquela, não, conforme Althusser (1970).

análise a relação entre os rituais práticos do AIE da Jurisdição e o AIE da Informação. E na atual conjuntura, ainda domina a formação ideológica capitalista, uma vez que essa estrutura produtiva se reproduz e se justifica ideologicamente como o *natural*, o *normal*, para o sujeito inscrito nela.

Dissemos que a língua é opaca, porém, no discurso ela recebe um direcionamento semântico afetado pelo funcionamento da Ideologia. Em outras palavras, esta não reside em um elemento linguístico/significante x marcado textualmente, mas no processo que o produziu (Orlandi, 2007). Assim, a noção de *conteúdo* não se faz pertinente, pois uma palavra, expressão ou proposição terá sentidos se e somente se inscrita em uma dentre outras formações discursivas, que representam as formações ideológicas no/pelo dizer (Pêcheux, [1975] 2014).

Aquilo que pode/deve ser dito a partir de uma posição-sujeito em certas condições de produção produz “o sistema de relações de substituição, paráfrases, sinonímias etc., que funcionam entre elementos linguísticos – ‘significantes’ – em uma formação discursiva dada” (Pêcheux, [1975] 2014, p. 148). Daí suspendermos na introdução uma implicação polêmica automática entre *PL das Fake News* e *PL da Censura*, sendo que tais nomeações podem produzir um mesmo efeito, ou seja, estarem sujeitas pelo efeito de sinonímia produzido em uma mesma formação discursiva. Também já mencionamos o trabalho de uma formação discursiva: sobre a regulamentação das práticas midiáticas. Tal formação discursiva, até o atual momento em que se discute o PL 2630/2020, determina duas posições-sujeito, *globalizante* e *nacionalizante*, denominadas de tal maneira pelas razões já conferidas anteriormente.

Por continuidade da leitura da teoria discursiva à luz das categorias dialéticas do Materialismo Histórico junto à concepção de sujeito, como aquele que não dá origem ao que diz, as possíveis formações discursivas constituídas e em circulação em uma formação social também se demonstram como um “complexo com dominante”. Pêcheux ([1975] 2014) o denomina interdiscurso. Diante disso, o postulado dessa noção é que o dizer do sujeito voltado para si mesmo, o intradiscurso, é efeito do interdiscurso como exterioridade constitutiva. Assim, não há dizer fora de um processo em que uma suposta origem se tornou esquecida e

irrepresentável. O efeito direto disso é o sujeito se pensar/dizer-se a origem de suas opiniões, pensamentos etc. Esse é o efeito-sujeito.

O interdiscurso como exterioridade apagada para o sujeito se dissimula de duas formas para ele: esquecimento nº 1 e esquecimento nº 2. Para Pêcheux ([1975] 2014), este resulta no fato de que para se produzir efeitos de sentidos sobre um elemento linguístico x, faz-se necessário o esquecimento de tipo pré-consciente do processo em que y coexiste como possibilidade. Assim, temos que se diz *da Censura* para não se dizer *das Fakes News*. Determinado por uma matriz de sentidos produz-se uma ilusão referencial na enunciação (Orlandi, [1999] 2020), em que ou se diz x ou se diz y para a construção da *referência discursiva* – e aqui não se trata de haver correlação ou não entre pensamento/linguagem/mundo tal como nas semânticas formalistas. Já o esquecimento nº 1, especificamente ideológico e de tipo inconsciente, resulta na impossibilidade do sujeito se ver/dizer fora da formação discursivo-ideológica que o assujeita.

O interdiscurso, assim, como memória do dizer (já-dito) demonstra-se analiticamente pela entrada de duas noções: o efeito de pré-construído e discurso-transverso. O efeito de pré-construído constituiria a evidência semântico-subjetiva como efeito de realidade, como aquilo que “irrompe no enunciado como se tivesse sido pensado ‘antes, em outro lugar, independentemente” (Pêcheux, [1975] 2014, p. 142).

Ligado à proposição do conceito de esquecimento nº 1, tal efeito corresponde ao “sempre-já-ai” da interpelação ideológica, que “fornece-impõe’ a ‘realidade’ e seu ‘sentido’ sob a forma da universalidade (o ‘mundo das coisas’)” (Pêcheux, [1975] 2014, p. 151). Ao contrário das concepções logicistas de linguagem em que se procura determinar um *valor de verdade* para uma expressão determinada, o efeito de pré-construído se constitui como a própria determinação, já orientado à produção de sentidos e relacionado diretamente à figura gramatical dos nomes próprios. O pré-construído remete “àquilo que todo mundo sabe” o que é (Pêcheux, [1975] 2014, p. 158), linearizando-se por dissimulação no intradiscurso como elemento de saber universal. Importante se faz avaliar que

Nem todo o já-dito do interdiscurso é pré-construído. Mas todo pré-construído é já-dito e possui um traço consensual universal, podendo aparecer compartilhado em formações discursivas antagônicas. O pré-construído marca o que se repete materialmente, mas não é interior, não está na palavra. Na linearidade do discurso, o pré-construído é uma determinação saturada (Garbin, [2001] 2020, p. 241).

Os pré-construídos se importam por meio da metáfora como fenômeno semântico. Chama-se discurso-transverso o processo de sustentação que estabelece possibilidade de paráfrase que os circunda e os reconecta (Pêcheux, [1984] 2015, p. 158). Ligado ao funcionamento do esquecimento nº2, o discurso-transverso constitui a articulação de formulações que se entrelaçam pelo “*sujeito em sua relação com o sentido*” na forma de um saber lateral, pensado de outro lugar, mas que articula os elementos de saber no intradiscurso (Pêcheux, [1975], 2014, p. 151). Os pré-construídos, como elementos do interdiscurso, correspondem à resposta discursiva à questão colocada sobre os fenômenos linguísticos designados como *metáfora* e os discursos-transversos, como *metonímia*, ou seja, enquanto *relação da parte com o todo* dos elementos de saber correferenciados no fio do discurso.

Isso nos conduz, pela AD, a seguirmos o indício de que

Todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro [...] toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico-sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar a interpretação (Pêcheux, [1981] 2015, p. 53).

Mostrar que o sentido pode ser outro é um dos motivos da análise. É o que faremos após detalhar o processo de constituição do corpus.

Do método à constituição do *corpus*: primeiras entradas analíticas

A constituição de um *corpus* em AD deriva de dois pontos. O primeiro consiste na descrição; o segundo, na interpretação dos enunciados linguísticos de base para se compreender um processo discursivo determinando (Pêcheux, [1983] 2015). No entanto, toda descrição é resultado de uma interpretação e vice-versa. Portanto, o gesto de análise emerge a partir das questões de ordem discursivo-ideológica postas pela análise sobre uma série de recortes que constituirão sequências de um

discurso possível, mais especificamente de uma formação discursiva, como definimos a seção teórico-metodológica.

Nosso *corpus* se constitui, assim, de dois enunciados que representam sequências de um discurso inscrito em uma posição-sujeito, que o sustenta e o retoma. As questões em torno do que foi desenvolvido teoricamente até aqui e que norteiam o processo de elaboração da análise são: a) Que efeitos de sentidos são produzidos para o *PL das Fake News* na mídia, sendo o *Google* o sujeito da enunciação? b) Levando-se em conta a constituição de uma formação discursiva sobre regulamentação midiática que instala duas posições-sujeito, os dizeres do *Google* refletem efeitos de um saber discursivo *globalizante* ou *nacionalizante*, como o definimos? c) Como o efeito de pré-construído para tal nomeação se articula a efeitos de sustentação no dizer do *Google* sobre o referido projeto?

O discurso da Big Tech sobre o PL 2630/2020: análises

Vejam, agora, nessa seção, as sequências discursivas (SD), isto é, pontos de encontro entre memória (interdiscurso) e atualidade (intradiscurso) constituídas pelos enunciados “o PL das Fake News pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira no Brasil” e sua variante, “o PL das Fake News pode piorar sua internet”, inscritos – e, como vimos anteriormente, *des-inscritos* – no site da ferramenta de buscas *Google*, conforme consta na imagem a seguir:

Figura 1 - SD1 - Primeira formulação



Fonte: printscreen da página (por computador) em 01 de maio de 2023.

Figura 2 - SD2 - Segunda formulação

Entretextos, Londrina, v. 23, n. 4, p. 388-408, 2023



[Licença CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Fonte: printscreen da página (por celular) em 01 de maio de 2023.

O enunciado “O PL das Fake News pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira no Brasil” (SD1), representado na figura acima, configurava um link na página principal do site de busca que direcionava a um *post* do blog do *Google Brasil*, de 27 de abril de 2023. Em relação ao enunciado que aparecia na página principal, o título da postagem diverge apenas na supressão do artigo definido “O” no início da oração: “PL das Fake News pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira”¹⁷ (SD2). Ambos silenciados, isto é, retirados do endereço atualmente. Nesse caso, um efeito de distinção se produz: por um lado, a marca do artigo “O” aponta para um objeto individualizado, específico (SD1); por outro, desliza para o sentido possível de que regular a mídia pode “piorar” a relação prática do usuário com ela. Utilizaremos o título-enunciado para análise.

Em momento anterior deste trabalho, expusemos a circulação de dois tipos de nomeações para o PL 2630/2020: *PL das Fake News* e *PL da Censura*. Podemos pensar em tais nomeações como constituintes de uma memória discursiva a respeito do projeto. Eni Orlandi ([1999] 2020, p. 29) define memória discursiva como “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 da palavra”.

Conforme vimos, o *Google* produz um enunciado que retoma o dizer *PL das Fake News*. A questão que fica, e que já adiantamos neste trabalho, é se esse dizer

¹⁷ Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/pl2630-2/>. Acesso em: 09 de nov. de 2023.

está operando em uma mesma direção de sentido que outros discursos que se utilizam da mesma expressão. Ou, alternativamente, se nessa reprodução há um deslocamento que direciona para uma matriz de sentido que dialoga mais com dizeres que se constituem linguisticamente como *PL da Censura*.

Se tomarmos a parte final do enunciado, “aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira”, percebemos a retomada de dizeres que colocam como um problema a mistura entre informações checadas/verdadeiras e informações falsas na internet – regulamentar a mídia pode *relativizar/acabar com a verdade* (paráfrases possíveis do segmento da SD2), constituída pelo tecno-ideológico. Ou seja, as *fake news* são, inexoravelmente, algo a ser combatido. Reafirmar isso é necessário para que o argumento do *Google* – e nos parece que qualquer outro discurso – constitua-se legítimo.

Semanticamente, *PL das Fake News* também atende ao pressuposto jornalístico da neutralidade, que constitui uma imagem do fazer jornalístico. *PL das Fake News* não carrega o valor simbólico de *PL da Censura*, que coloca o projeto de lei como algo a ser combatido, a partir de dado recorte da memória discursiva. Ao contrário, a nomeação escolhida pelo *Google* retoma o dizer de caráter globalizante, que se vende universal, de que as notícias falsas precisam ser eliminadas. E nos parece crucial, neste caso, que o sujeito projete no discurso uma imagem sobre ele, na condição de empresa que está atuando para a erradicação da circulação das *fake news*. Ou seja, opera aqui o jogo das formações imaginárias, que representa as projeções no dizer que o sujeito faz sobre si, sobre o outro e sobre o objeto do discurso, como pontua Pêcheux ([1969] 1997) desde suas formulações iniciais sobre a Análise do Discurso materialista.

Dito isso, consideramos que o trecho “PL das Fake News” (SD1 e SD2) funciona discursivamente como um ponto de ancoragem para o leitor, produzindo efeitos de recontar e transmitir uma informação pretensamente isenta de qualquer intervenção, no exato momento em que ela acontece. O funcionamento ideológico da escrita jornalística produz no leitor efeitos de sentidos de como se houvesse uma suspensão de interesses econômicos da Big Tech em relação ao seu público. Isto é, cria-se ilusoriamente no enunciado um efeito de aviso e de utilidade pública, ao

mesmo tempo em que se projeta como porta-voz oficial e incontestável de um fato para o seu público-leitor, os usuários.

Com o desfecho do enunciado em “pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira” (SD1), consideramos que, no nível da materialidade linguístico-enunciativa, o verbo “poder” marca um fazer jornalístico, preocupado também em modalizar a informação como possibilidade real, sob efeitos de uma técnica de escrita que não deve pôr-se como impositiva, porém, comprometida em relatar os acontecimentos como são. Enquanto discurso transversal, que reconecta as partes do intradiscurso, produzem-se a partir dessa prática jornalística efeitos de didatização ao buscar tornar compreensível e inteligível a informação para o público, constitutivamente dissimulando a opinião do *Google* sob efeitos de uma notícia, ou seja, *aquilo que não se comunica* nesse processo. Alinhado a isso, o julgamento político-ideológico da *Big Tech* de que o PL “pode aumentar confusão sobre o que é verdade ou mentira” (SD1) toma corpo enquanto possível consequência de um fato noticioso – efeitos estes produzidos pela escrita jornalística.

Ao final da postagem sobre a qual estamos nos debruçando analiticamente – especificamente seu título – um segundo link se faz presente. Ele direciona para outra postagem, também do blog do *Google* Brasil, e também de 27 de abril de 2023, com o seguinte título: “Como o PL 2630 pode piorar a sua internet” (SD2)¹⁸.

Aqui há a individualização de um problema que afeta a sociedade. O PL que discute notícias falsas passa a atrapalhar não somente a sociedade, como também a vida pessoal do indivíduo-usuário. Tal projeção de imagem sobre o projeto de lei parece-nos uma forte indicação das condições de produção de tal enunciado, que incluem um contexto sócio-histórico e ideológico de individualização das lutas e discussões políticas, sociais e econômicas.

Interessante observar que dentre os seis pontos que o artigo coloca como razões para ser contra o projeto de lei, o título do terceiro argumento é o seguinte:

¹⁸ Disponível em:

<https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/como-o-pl-2630-pode-piorar-a-sua-internet/>. Acesso em: 09 de nov. de 2023.

“Dá amplos poderes a um órgão governamental para decidir o que os brasileiros podem ver na internet”¹⁹.

Há nesse enunciado uma retomada de dizeres que colocam o governo como entidade que não é digna de confiança. Isso dialoga com a oposição que trouxemos em momento anterior deste trabalho entre Estados-nação e Big Techs. Os governos não seriam dignos de confiança, mas as Big Techs sim? O governo, neste argumento, é projetado como entidade repressora, ou seja, promotora de censura. Daí, podemos compreender que toda construção semântico-subjetiva pela enunciação aponta para um efeito de sentido condizente com formulações como *PL da Censura*, sua possibilidade de paráfrase, nas fronteiras da formação discursiva na qual a Big Tech se inscreve.

Essa reflexão nos direciona para uma regularidade que localizamos na materialidade linguístico-discursiva, enquanto efeitos da escrita jornalística produzidos nos dois títulos-enunciados. A partir da análise dos dois títulos, é possível categorizar três movimentos que se instauram sob efeitos de uma notícia supostamente neutra e distanciada de quem a enuncia. Compreendemos os dois títulos constituídos em três movimentos: movimento 1 [Efeitos de neutralidade a partir da nomeação do PL] + movimento 2 [efeito de suspeição do PL] + movimento 3 [efeitos ideológicos de consequência, em que dissimulam o direcionamento político-ideológico do dizer do enunciador].

No movimento 1, conforme já apresentado, temos *PL das Fake News* e *PL da Censura*, que, apesar de serem nomeações diferentes, ambas foram discursivizadas em confluência com o mesmo direcionamento político-ideológico das Big Techs. No movimento 2, o verbo “pode” traz, discursivamente, certos efeitos de suspeição – um efeito de dúvida – em torno da legitimidade do projeto, encobertos por efeitos de evidência de um verbo modalizador com sentidos como possibilidade, viabilidade, capacidade, entre outros. No movimento 3, “aumentar a confusão” (SD1) e “piorar a internet” (SD2) configuram-se como efeitos noticiosos de consequência do PL, ao passo que projeta-se a Big Tech *Google* enquanto uma portadora de informações

¹⁹ Conforme link disponibilizado na nota de rodapé anterior.

que preza pelo bem-estar público e com a qualidade da informação, apagando outros efeitos de sentidos, como preocupação com prejuízos econômicos, sua influência política, seu monopólio e poder de mercado.

Considerações finais

Como preconiza a Análise do Discurso materialista, a língua não é transparente. Assim, nosso gesto analítico aponta especificamente para essa opacidade. Logo, a PL das Fake News pode operar semanticamente de forma semelhante a *PL da Censura*, porque, em determinadas condições de produção, revelam constituírem a mesma formação discursiva (FD) numa interdiscursividade demonstrável. Referimo-nos a uma formação discursiva que poderíamos chamar de FD *anti-PL2630/2020*, sustentada por dizeres sobre regulamentação advindo de um lugar em que se vende globalizante – na medida em que o global é efeito de uma projeção de uma classe sobre o mundo, a(s) Big Tech(s). A direção do sentido se mantém, ainda com nomenclaturas distintas para o mesmo projeto de lei.

As discussões travadas neste trabalho não buscam, de forma alguma, neutralizar gestos analíticos novos e/ou divergentes aos que aqui empreendemos. Neste momento, “criamos” apenas um efeito de fechamento, que, de fato, não passa de um efeito. Nossa expectativa é que tenhamos conseguido lançar um pouco mais de luz sobre a opacidade não apenas da língua, mas, especificamente, do discurso digital em sua relação com a discursividade jornalístico-midiática.

Referências

ADORNO, G.; SILVEIRA, J. Pós-verdade e fake news: equívocos do político na materialidade digital. In: GRIGOLETTO, E.; DE NARDI, F.S.; SOBRINHO, H.F.S. (org.). *Sujeito, sentido, resistência: entre a arte e o digital*. Campinas: Pontes Editores, 2019. p. 201- 218.

ALTHUSSER, L. Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado (notas para uma investigação). In: Theodor Adorno...[et. al.]; ZIZEK, S (Org.). *Uma mapa da ideologia*. Trad. Vera Ribeiro. 1ª Ed. Rio de Janeiro, RJ: Contraponto, [1970] 1996, p. 105-142.



MOZOROV, E. *Big tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo, SP: Ubu Editora, 2018.

FUCHS, C; PÊCHEUX, M. A propósito da análise automática de discurso: atualização e perspectivas. Trad. Péricles Cunha. In: GADET, F.; HAK, T. (org.). *Por uma análise automática do discurso*. 3. ed. Campinas: Editora da Unicamp, [1975] 1997, p. 159-250.

GARBIN, S.R. Pré-construído. In: LEANDRO-FERREIRA, M. C (Org.). *Glossário de termos do discurso: edição ampliada*. 1 ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2020, p. 139-146.

ORLANDI, E. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. 13. ed. São Paulo, SP: Pontes, [1999] 2020.

ORLANDI, E. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. 5. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2007.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso (AAD-69). Trad. Eni Puccinelli Orlandi. In: GADET, F.; HAK, T. (org.). *Por uma análise automática do discurso*. 3.ed. Campinas: Editora da Unicamp, [1969] 1997, p. 59-158.

PÊCHEUX, M. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. 5. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, [1975] 2014.

PÊCHEUX, M. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, [1983] 2015.

RONCADA, B.; FERNANDES DE ALMEIDA JÚNIOR, E.; TITONELI SANTANA, C. Os diferentes nomes para a PEC 32/2022 na mídia. *Rizoma*, [S.l.], v. 12, n. 1, p. 77-95, 31 jul. 2023. DOI: <https://doi.org/10.17058/rzm.v12i1.18426>. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/18426>. Acesso em: 24 dez. 2023.

Recebido em: 10 nov. 2023.

Aprovado em: 24 dez. 2023

Revisora de língua portuguesa: Juliana de Barros Souto
Revisor(a) de língua inglesa: Pedro Americo Rodrigues Santana
Revisora de língua espanhola: Daiane Aparecida Martins

