Revista Investigações, Recife, v. 35, n. 2 - Dossiê: Tecnologias e mídias: discursividades e(m) disputa(s) -, p. 1 - 18, 2022
https://periodicos.ufpe.br/revistas/INV/index
https://doi.org/10.51359/2175-294x.2022.254257

Robôs e *fake news*: disputa de sentidos na prática jornalística

Silmara Dela Silva[*]
Fernanda Luzia Lunkes[**]
Ceres Ferreira Carneiro[***]

Resumo: O presente estudo tem como foco o funcionamento discursivo da mídia, a partir de seu enlace com a tecnologia no discurso jornalístico. Da perspectiva teórico-metodológica da análise do discurso de base materialista, volta-se aos modos como se constituem efeitos de sentidos para o robô *Fátima*, desenvolvido pela agência de checagem de notícias *Aos Fatos*. Em um contexto sócio-histórico de ampla circulação de *fake news, Fátima* é um *chatbot*, cujas práticas automatizadas produzem efeitos de sentidos para o jornalismo. Em seu processo de humanização, no entanto, também não deixa de produzir efeitos nas relações entre os sujeitos.
Palavras-chave: Análise do discurso. Discurso jornalístico. Robôs. *Fake news*.

Abstract: This article focuses on the discursive functioning of the media, from its link with technology in journalistic discourse. From the theoretical-methodological perspective of materialist discourse analysis, it aims to analyze the ways in which effects of senses are constituted for the robot *Fátima*, developed by the news checking agency *Aos Fatos*. In a socio-historical context of wide circulation of fake news, *Fátima* is a chatbot, whose automated practices produce meaning effects for journalism. In its humanization process, however, it also does not fail to produce effects on the relationships between subjects.
Keywords: Discourse analysis. Journalistic Discourse. Robots. Fake News.

Résumé: Cet article porte sur le fonctionnement discursif des médias, en relation avec la technologie dans le discours journalistique. Du point de vue théorique et méthodologique de l'analyse matérialiste du discours, analyse le processus de constitution d'effets de sens pour le robot *Fátima*, développé par l'agence de vérification des informations *Aos Fatos*. Dans un contexte socio-historique de large diffusion de fausses nouvelles, *Fátima* est un *chatbot*, dont les pratiques automatisées produisent des effets de sens pour le journalisme. Mais dans son

[*] Professora Associada II do Departamento de Ciências da Linguagem, Instituto de Letras da Universidade Federal Fluminense (UFF), credenciada ao Programa de Pós-graduação em Estudos da Linguagem da mesma universidade. http://orcid.org/0000-0001-5231-6662 / E-mail: silmaradela@gmail.com.
[**] Professora da Universidade Federal do Sul da Bahia (UFSB) e do Profletras da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). http://orcid.org/0000-0002-7530-2500 / E-mail: flunkes@gmail.com.
[***] Professora Adjunta de Linguística do Departamento Estudos de Linguagem da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). http://orcid.org/0000-0002-7431-3881 / E-mail: cerescarneiro@gmail.com.

Este artigo está licenciado sob forma de uma licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional, que permite uso irrestrito, distribuição e reprodução em qualquer meio, desde que a publicação original seja corretamente citada.
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR.

processus d'humanisation, elle ne manque pas non plus de produire des effets sur les relations entre les sujets.
Mots clés: Analyse du discours. Discours journalistique. Robot. Fausses nouvelles.

Introdução

Neste artigo, tratamos do funcionamento discursivo da/na mídia, em seus modos de constituir, formular e fazer circular sentidos, mobilizando uma reflexão teórico-analítica sobre o enlace entre mídia e tecnologia que (se) marca (n)o discurso jornalístico brasileiro na conjuntura pandêmica provocada pelo vírus SARS-CoV-2. Especificamente, voltamo-nos à análise do discurso sobre a produção automatizada de notícias a partir do uso de robôs nas práticas jornalísticas.

Para tanto, tomamos para análise processos de produção de sentidos para o robô denominado *Fátima*, produzido pela empresa jornalística independente *Aos Fatos*. Interessa-nos a iniciativa da agência *Aos Fatos* de criar esse robô, cuja prática de checagem aponta para questões técnico-tecnológicas e, também, discursivas. Isso porque possibilita-nos salientar os processos de circulação do discurso, os quais, conforme afirma Dias (2018), configuram-se como perspectiva privilegiada para se refletir sobre a constituição discursiva em relação à sua formulação, tensionados no jogo entre o que pode ou não comparecer em relação a um determinado acontecimento.

Na atual conjuntura sócio-histórica, tem sido uma prática de muitas empresas a substituição de atendentes por robôs, personificando-os por meio de nomes e formas. Do atendimento automatizado via telefone ao assistente virtual em *sites* e *apps*, são variados os movimentos de robotização que se estabelecem como práticas e que não deixam de produzir efeitos nas relações entre os sujeitos. Os robôs, chamados *chatbots*, são programas de computador que buscam justamente simular a interação humana, geralmente valendo-se de Inteligência Artificial para isso[1].

[1] O percurso de criação dos *chatbots* remonta aos estudos de Allan Turing, que, na década de 1950, já se dedicava à produção de uma máquina que pudesse se comunicar com humanos (CHATBOTS, 2017).

No caso de *Fátima*, temos a mobilização de um robô para o trabalho de checagem de notícias em circulação na mídia, em um contexto sócio-histórico de ampla circulação de *fake news*. Com Pêcheux (1997 [1969], p. 79), sabemos que o contexto sócio-histórico é parte das condições de produção dos discursos, que somente podem ser analisados em relação "ao *conjunto de discursos possíveis*"[2] em uma dada formação social. A criação de um robô para realizar o trabalho de verificação de uma notícia, de modo a assegurar ou não a sua legitimidade, produz sentidos em meio a dizeres que constituem o jornalismo como prática e, também, em relação ao uso de robôs associados à própria prática de circulação de *fake news* no cenário brasileiro[3].

Buscamos, assim, analisar o modo como se produzem sentidos para *Fátima,* em um percurso que compreende: i) a reflexão sobre a prática jornalística em relação à tecnologia; ii) as *fake news* e os seus efeitos no discurso jornalístico; iii) e os dizeres de/sobre *Fátima*, que, em sua atuação na busca por garantir maior credibilidade ao fazer jornalístico, promove ressignificações acerca de "quem" diz "a verdade" nas práticas discursivas jornalísticas atuais.

A prática jornalística e(ntre) tecnologia(s)

Orlandi (2016) aponta para a possibilidade construída em torno do trabalho intelectual e do possível trabalho de interpretação a partir das novas tecnologias de linguagem, ponto incontornável ao analista de discurso que se volta à mídia e(m) seus funcionamentos. Tal movimento teórico-analítico discursivo, ao imprimir a perspectiva materialista aos gestos de interpretação, demanda tomadas de posição próprias ao percurso empreendido. Conforme Dias (2018), trata-se de considerar a historicidade, mobilizando, assim, as condições de produção das tecnologias a fim de colocar em

[2] Grifo do autor.
[3] Uma análise do uso de robôs em redes sociais, em atuação durante as eleições presidenciais de 2018 no Brasil e no governo Bolsonaro, é realizada por Vinhas (2021).

suspenso o imaginário de saturação e transparência da/na tecnicidade e levantar questões acerca dos efeitos produzidos pela técnica em uma determinada formação social e na existência material dos sujeitos.

Podemos, assim, trazer o trabalho de DalBen (2019), que tece considerações em torno da relação entre a prática jornalística e a(s) tecnologia(s) a partir da análise de três robôs: *Fátima*, *Rosie* e *Rui Barbot*[4]. Para tanto, a autora mobiliza algumas condições de produção, recuperando que a produção automatizada de textos jornalísticos é realizada desde os anos de 1970. Nessa década, a atuação da Inteligência Artificial voltava-se especialmente à publicação de notícias breves, com textos cujas estruturas eram pré-determinadas – por jornalistas, vale salientar –, tratando de assuntos diversos, como esportes, finanças, eleições, trânsito, fenômenos climáticos, entre outros.

A autora se afasta de uma perspectiva dominantemente tecnocêntrica, a qual, especialmente nos últimos anos, tem possibilitado a (re)emergência de tensões, a exemplo do temor quanto ao futuro do jornalista e(m) sua prática quando articulada com/por tecnologias. DalBen (2019, p. 6) defende que a atuação do jornalista passa a ser reconfigurada a partir da articulação com uma complexa rede que envolve, em suas palavras, além dos jornalistas, "empreendedores, programadores, analistas de dados, computadores, softwares, algoritmos, textos, bancos de dados".

A autora ressalta, assim, um movimento em curso desde a década de 1990, que incide na multidisciplinaridade da/na prática jornalística, colocando em questão um aspecto original na aplicação da Inteligência Artificial no Brasil pela possibilidade de "apuração e suporte para o trabalho realizado pelos jornalistas" (DALBEN, 2019, p. 17). Pode-se depreender, nas formulações de DalBen até aqui apresentadas, que ainda está em questão uma prática jornalística voltada ao que se compreende amplamente enquanto informação.

Gallo, Silveira e Pequeno (2021, p. 254), filiando-se à perspectiva discursiva, tratam dessa questão enquanto "efeito de informação" e explicam que:

[4] Como Fátima, os robôs *Rosie* e *Rui Barbot* também atuam na prática jornalística, mas em funções diferenciadas. Enquanto Fátima promove a checagem de notícias, "a robô Rosie da Operação Serenata de Amor e o robô Rui Barbot do *Jota*, [...] geram alertas a partir do processamento de grandes volumes de dados abertos disponibilizados por instituições públicas" (DALBEN, 2019, p. 3, grifo do autor).

> [...] esse efeito se verifica quando um enunciado se produz em uma determinada discursividade, e que dela é retirado para ser transportado para outra discursividade, perdendo, nesse movimento, sentidos pré-construídos. Uma vez inserido na nova discursividade, outros sentidos pré-construídos serão mobilizados para a interpretação do enunciado transposto, que aí é interpretado, por essa razão, como 'informação' [...].

Na informação jornalística, conforme ainda apontam os autores, a produção de tal efeito deve-se a "determinadas condições de legitimidade" (GALLO; SILVEIRA; PEQUENO, 2021, p. 255) que, por sua vez, são postas em suspenso quando se coloca em questão o espaço digital:

> No momento em que o jornal, legitimado, ocupou um lugar no espaço do digital, a sentença estava dada. Aquilo no qual todo jornalista precisa acreditar para trabalhar: de que sua legitimidade se baseia nos fatos, na apuração, no levantamento dos dados, era efeito de uma longa narrativa institucional que se recusou a admitir a relação entre a materialidade do discurso – da história, da língua e da técnica – e o poder de determinar o que é um fato. (GALLO; SILVEIRA; PEQUENO, 2021, p. 267).

Essa passagem aponta para uma mudança relevante nas práticas jornalísticas no espaço digital, que pode ser relacionada ao trabalho de Orlandi (2007, p. 16), no qual a autora afirma que: "tanto a informatização como a mídia produzem realmente a multiplicação (diversificação) dos meios, mas, ao mesmo tempo, homogeneízam os efeitos". Tal efeito de homogeneização é posto em questão e em disputa com a massiva circulação de notícias que não correspondem e/ou se antagonizam ao que é apresentado na mídia tradicional, como as *fake news*, que fissuram o ritual ideológico da mídia tradicional em relação ao que se considera fato.

Esse efeito pode ser compreendido, ainda, como consequência da perda, por parte da mídia tradicional, tanto do monopólio nas transmissões como do exercício da influência junto à opinião pública (RAMONET, 2019), situação que se agrava quando a mídia, no ímpeto concorrencial pela emergência do efeito de informação, é obrigada a negar ou a corrigir partes de uma notícia ou mesmo uma notícia por completo. Nessas condições de produção, as mídias tradicionais são postas em questão, sobretudo no que se refere a processos que marcam regimes democráticos, a exemplo das eleições presidenciais (RAMONET, 2019).

É na esteira das *fake news* que, em associação às mídias tradicionais ou a produções jornalísticas independentes, emergem novos modos de produção jornalística, a exemplo das agências de checagem de notícias. *Aos Fatos*, a responsável pelo desenvolvimento de *Fátima*, é uma dessas agências, que se apresenta como "especializada em monitoramento e investigação de campanhas de desinformação na internet e checagem de fatos." (QUEM SOMOS, 2022, n. p.). A criação do robô *Fátima* visa a fazer circular informações devidamente verificadas, ampliando, assim, a divulgação dos trabalhos de checagem realizados pela agência. Com atuação no *Twitter*, *Facebook* e via *WhatsApp*, *Fátima* "é alimentada por um banco de dados — continuamente atualizado pelos verificadores do Aos Fatos — de links a informações falsas e links correspondentes que desmentem as declarações falsas." (VON HAFFTEN, 2018, n. p.).

Em 2020, as checagens realizadas por *Fátima* também se voltaram à pandemia de COVID-19. Isso porque, conforme pesquisa realizada pela agência *Aos Fatos*, em parceria com a rede social *Facebook*, divulgada pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT): "Durante o ano de 2020, os temas mais abordados por produtores de conteúdo falso em redes sociais foram a quantidade de vítimas fatais da COVID-19 e boatos sobre a produção de vacinas" (PANDEMIA, 2021, n. p). Conforme dados trazidos nessa mesma postagem, no *site* da Abert, de um total de 517 checagens publicadas pela agência, 249 tiveram como temática a pandemia, o equivalente a 48,2% (PANDEMIA, 2021, n. p).

A atuação de Fátima sustenta-se, desse modo, em um contexto sócio-histórico de ampla circulação de *fake news*; mas também se ancora no imaginário da prática jornalística como um relato de fatos que podem ser checados, verificados.

Fake news na prática jornalística

As *fake news* permitem, em seus efeitos de sentidos produzidos, que os analistas de discurso coloquem em questão outras condições de produção sobre o que se convencionou nomear enquanto notícia (GALLO; SILVEIRA; PEQUENO, 2021). Entendemos, aqui, a notícia como espaço para informação, em oposição ao espaço para opinião, por atender a (ou se propor a atender a) "técnicas voltadas ao relato impessoal, tomado como objetivo e isento" (DELA-SILVA, 2021, p. 5952).

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

Se, por um lado, a circulação de *fake news* é um fato da sociedade pós-moderna[5], identificá-la também o é. A criação e utilização do robô *Fátima*, entre outros já criados, insere-se em uma conjuntura de proliferação de notícias falsas em aliança à criação de agências de checagem de notícias. Conforme Dela-Silva (2021, p. 5951):

> [...] a necessidade dos serviços de checagem se assenta nas mudanças nas condições de circulação de informações que, com o crescimento das redes sociais digitais – tais como o *Facebook*, o *Twitter* e o *WhatsApp*, por exemplo – entram em concorrência com a mídia jornalística na prática de dar a saber sobre os acontecimentos de um dado período.

Na perspectiva discursiva, conforme advertem Gallo, Silveira e Pequeno (2021), esse funcionamento permite que, desprovido da materialidade técnica do jornal, o discurso jornalístico precise ainda prestar contas a respeito da veracidade dos fatos noticiados, efeito de veracidade que coloca em disputa efeitos de existência e de ocorrido, passados e futuros.

[5] Aproximamos a noção de sociedade pós-moderna a de "modernidade líquida", entendida por Bauman como a de "um mundo repleto de sinais confusos, propenso a mudar com rapidez e de forma imprevisível" (BAUMAN, 2004, p. 53).

É possível relacionar tal tomada de posição à adoção dos inúmeros serviços de checagem já existentes no Brasil, os quais seguem o modelo norte-americano de implementação de agências de checagem, já que muitos deles surgem associados à mídia tradicional, a exemplo dos blogs "Estadão Verifica", lançado pelo jornal *O Estado de S. Paulo* em 2017; ou "É isso mesmo?", posto em funcionamento pelo grupo *O Globo*, em 2018. Outros, no entanto, decorrem de iniciativas independentes, não associadas à mídia tradicional, como a própria *Aos Fatos* e "Boatos.org", por exemplo.

Ainda com base em Gallo, Silveira e Pequeno (2021), pode-se compreender que as *fake news* impõem considerar a materialidade técnica digital, a qual inscreve dois processos: a normatização e a midiatização. O primeiro processo joga com a possibilidade do anonimato do dizer; o segundo, com a notoriedade alcançada com base nos números (como, por exemplo, nos compartilhamentos de mensagens pelo *WhatsApp*). São com tais processos, portanto, que o discurso jornalístico passa a se relacionar em suas práticas.

Ao tratar da presença de robôs nas redes sociais, Vinhas (2021, p. 251) afirma:

> Assim, associando a presença de robôs ao pensamento de Pêcheux, entendemos que essa presença apresenta desdobramentos nas condições ideológicas de reprodução-transformação das relações de produção (PÊCHEUX, 2019)[6] como efeito do uso de recursos tecnológicos automatizados em diferentes práticas que constituem a formação social atual.

É nesse contexto que surge, de nossa parte, o interesse em compreender discursivamente como esses robôs funcionam e atuam nas práticas jornalístico-midiática, trazendo, para tanto, alguns gestos de leitura produzidos a partir do robô *Fátima*.

O robô *Fátima*: gestos de análise

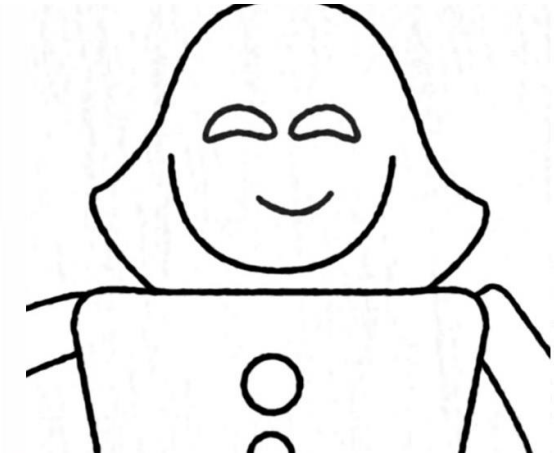
[6] O texto de Michel Pêcheux citado pela autora tem como título "Linguística e Marxismo: Formações ideológicas, aparelhos ideológicos de estado e formações discursivas", publicado na obra *Encontros na análise do discurso: efeitos de sentidos entre continentes* (Editora da Unicamp, 2019), organizada por Guilherme Adorno e Luciana Nogueira.

O robô *Fátima*, cujo nome surge a partir da abreviação de *Fact Machine*, tem como propósito, conforme já exposto, confirmar a veracidade de fatos. Lançado em 2018, o robô é um sistema de Inteligência Artificial que realiza checagens de notícias publicadas. No *Twitter*, atua monitorando o *feed* de mensagens a cada 15 minutos; na rede social *WhatsApp*, simula práticas de interação com usuários a partir de número próprio. Durante a pandemia da COVID-19, conforme registro no *site* da *Aos Fatos* (2020), o robô *Fátima* passou a auxiliar os leitores a verificarem notícias sobre a pandemia e avaliarem a confiabilidade de quem as publicou, além de enviar notícias atualizadas e já checadas.

Em relação ao *Fátima*, DalBen (2019, p. 17) destaca o combate à desinformação, além de divulgar "boas práticas para melhorar o senso crítico dos consumidores de informação na internet", uma vez que o robô não manda mensagem ao leitor/internauta afirmando sobre a falseabilidade de uma notícia, mas o encaminha para um *link* que dá acesso a outra versão da notícia, que coloca em questão justamente a veracidade, já confirmada. A autora ainda apresenta práticas do robô na página do *Aos Fatos* no *Facebook*, como trazer dicas ao internauta sobre como diferenciar notícia de opinião e encontrar dados confiáveis para diferentes temas.

Um de nossos interesses recai sobre a imagem do robô utilizada na simulação de práticas de interação com o leitor/internauta. Trouxemos para análise na Figura 1 a imagem do perfil de *Fátima*, que encontrada no aplicativo *WhatsApp*:

Figura 1: *Print* de tela de computador da imagem do perfil do robô Fátima no *WhatsApp*



Fonte: https://www.aosfatos.org/noticias/com-foco-na-pandemia-aos-fatos-lanca-robo-checadora-fatima-no-whatsapp/. Acesso em: 29 abr. 2021.

O processo de composição da imagem de perfil do robô *Fátima* produz diferentes efeitos de sentidos: de um lado, os olhos apenas delineados, sem qualquer tipo de preenchimento, o formato triangular da parte superior do tronco, os círculos no peito, que evocam os botões presentes em robôs, não nos deixam esquecer que *Fátima* é um robô; de outro, vemos o formato arredondado do rosto, um corte de cabelo que pode ser semelhante ao de alguma mulher que conhecemos e um sorriso contido, com as extremidades dos lábios superior e inferior ligeiramente voltados para a direção dos olhos, traços que jogam com a perspectiva de que *Fátima* pode ser uma mulher.

Alguns elementos que compõem a imagem de *Fátima* produzem efeitos de sentidos que equivocam o laço estabelecido entre um robô e um humano. Destacamos aqui dois deles, quais sejam, os olhos e a boca. Ambos estabelecem um jogo entre mostrar e silenciar: dos olhos, mostra-se o contorno das pálpebras, enquanto são silenciados na ilustração elementos que representariam um olho humano, como a íris e as pupilas. O modo como os traços contornam as pálpebras encaminham para a evidência de que *Fátima* também sorri pelos olhos, traço que, na composição imagética, não é sem consequências.

A partir de Courtine e Haroche (2016), é possível compreender a historicidade do olhar e sua importância para a produção de evidências da relação entre um interior (alma) e um exterior (corpo) do homem, efeito aqui produzido a partir da expressividade construída pelos delineamentos dos olhos, os quais corroboram para a sustentação dos efeitos de amabilidade produzido no sorriso delineado – ainda que contido – construído pelo desenho da boca de *Fátima*.

O sorriso, enquanto traço expressivo discursivo, joga com o laço entre o robotizado e o humanizado, e inscreve o ritual ideológico da contenção das emoções, exigência que marca também as formações sociais burguesas em torno da mulher. Como explicam Courtine e Haroche:

> O domínio de si, o controle das paixões são elementos fundamentais da herança psicológica da gradual civilização dos costumes do homem moderno. Com a instauração de todas essas formas da vida civil e o respeito por elas pretendeu-se um ideal de sociedade mais suave, mais agradável, melhor policiada, feita de trocas e consideração recíproca, uma sociedade pacificada pelo acordo entre linguagem e expressão. (COURTINE; HAROCHE, 2016, p. 248).

Pode-se depreender, assim, uma expressividade de *Fátima* que se enlaça aos efeitos de amabilidade, mas que não deixa de inscrever uma contenção dos afetos. Conforme podemos situar, com base em Courtine e Haroche (2016), trata-se de uma injunção à expressividade; em outras palavras, faz-se necessário que o sujeito se expresse, e o rosto funciona, no corpo discursivo, como lugar material para os efeitos de uma expressividade que não se faz sem trazer marcas de uma memória discursiva.

Na simulação de interação entre usuário, humano e *Fátima*, robô, produz-se efeitos de evidência de um processo de interlocução que apaga a constituição robotizada em questão. Além da composição imagética do perfil, uma marca linguística corrobora para a produção de efeitos de evidência de uma simulação de interação com alguém que inscreve traços de um feminino: trata-se do nome do robô, *Fátima.*

Longe de se relacionar tão prontamente com uma abreviação de *Fact Machine*, *Fátima* inscreve-se como nome de uma pessoa, afinal, muitas mulheres brasileiras assim se chamam. Segundo Henriques (2012, p. 5), os nomes próprios "possuem uma denominação imotivada e designam um objeto determinado". A atribuição do nome

próprio *Fátima* provoca a ilusão de que o robô existe fora do mundo virtual, afinal, os nomes trazem em si "uma significação pré-definida", conduzindo, portanto, a entidade nomeada não só a um "processo de referência" (HENRIQUES, 2012, p. 11), mas também a um processo de humanização.

O nome *Fátima*, entretanto, traz uma significação de mulher, o que se atesta também na escrita do nome em letra cursiva, ao anunciar a sua atuação no *Messenger*, espaço para chat na rede social *Facebook* (Figura 2):

Figura 2: *Print* de tela de computador com a imagem e o nome do robô *Fátima* no *Facebook*

Fonte: https://www.facebook.com/aosfatos.org/posts/1671183263005340/. Acesso em: 29 abr. 2021.

Em notícia acerca do serviço de Inteligência Artificial do Banco Bradesco, pela *chatbot* Bia, são mencionados estudos que atestam que a escolha por vozes femininas ou por nomes de mulher para esses serviços seria uma tendência, uma vez que o feminino seria considerado mais amigável e produziria efeitos de confiabilidade (TOUEG, 2021). No caso de *Fátima*, ela procura afastar seus usuários dos perigos provocados pelas *fake news*, conferindo, sugerindo, direcionando ao bom caminho, aconselhando. Tais práticas, comumente atribuídas às mães, produzem efeitos de familiaridade que, por sua

vez, tornariam o robô ainda mais confiável, conforme pode ser verificado na SD1, que traz a resposta de um usuário na interação com *Fátima* no *Twitter*:

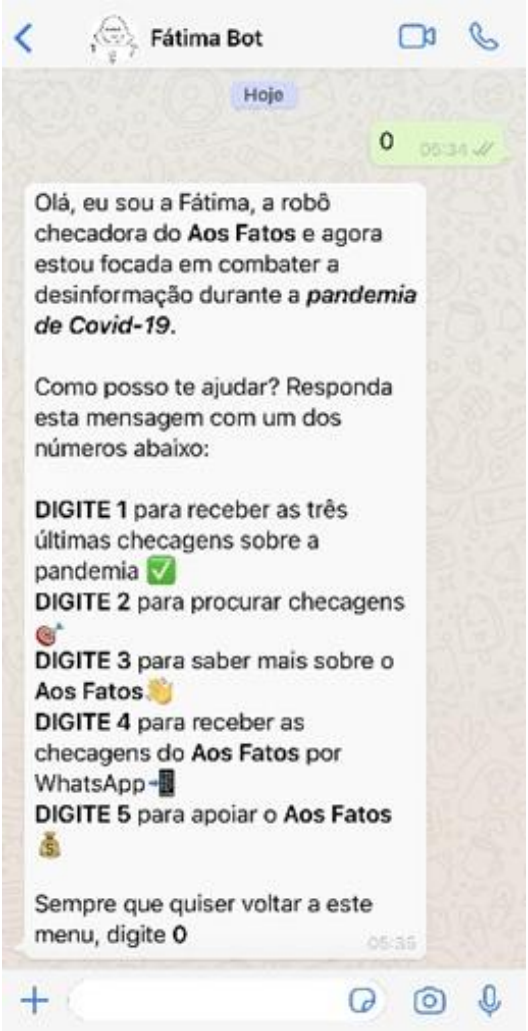
> SD1: Muito obrigado, vou verificar!
> — Ricardo di Paula (@Ricdipaula) July 28, 2018
> (VON HAFFTEN, 2018)

Fátima se apresenta em um contexto sócio-histórico no qual os discursos produzidos durante e sobre a pandemia oscila(va)m entre a notícia verdadeira e a notícia falsa (boato, *fake news*), marcando o discurso jornalístico como responsável por não fazer circular uma explicação para um fato que destoe daquele inicialmente relatado (MARIANI, 1998).

O boato, entendido como um meio de estabelecer poder a quem o conhece, controla e o faz circular (ORLANDI, 2001), assume, no mundo digital, as características da "língua de vento" (GADET; PÊCHEUX, 2004 [1981]), espalhando-se por "brechas" por onde outros elementos não acessam e se movimentando na velocidade de um furacão, fazendo o discurso jornalístico de *Aos Fatos* atuar por outro viés: o da seleção e reprodução de discursos que retomam uma memória do fazer jornalístico como estando comprometido com o "fato em si", procurando, assim, interditar, com esse gesto, o "vento" que faz fluir as *fake news* e/ou os boatos.

Observemos o *print* da mensagem inicial de *Fátima*, ao ser acessada no *WhatsApp*:

Figura 3: *Print* da imagem do perfil do robô *Fátima* no aplicativo *WhatsApp*



Fonte: https://www.aosfatos.org/noticias/com-foco-na-pandemia-aos-fatos-lanca-robo-checadora-fatima-no-whatsapp/. Acesso em: 29 abr. 2021.

Ela se apresenta dizendo quem é (e não o que é) e da sua função de alertar o leitor sobre o que "não é verdade", após checagem de notícias sobre a COVID-19 em circulação na mídia digital. Ela tem o propósito de dizer sobre o que não é notícia, dizendo sobre o que é boato, a fim de interditar a circulação de notícias falsas sobre a pandemia. Mas ela vai além da checagem e do aviso sobre a não veracidade do que foi publicado: *Fátima* se coloca à disposição para apresentar aos usuários outras checagens ("para receber", "para procurar") e para dizer mais sobre si ("para saber mais sobre"), além de pedir apoio

financeiro para continuar servindo à causa ("para apoiar") [7], dando ao usuário alternativas de verificar o que é boato e impedir a sua circulação.

A presença de *Fátima*, na condição de robô, produz efeitos de uma checagem que ultrapassa o humano, sendo aferida pela logicidade das máquinas. Mas, conforme observamos, o movimento de personificação de *Fátima*, para além de ser nomeada, dá-se pelo delineamento de um busto/rosto (Figura 1) e pela produção de discursos (SD1 e Figura 3). Fátima tem nome, rosto, letra e "voz", o que provoca um efeito de humanização da máquina. Se o fato de ser um robô torna *Fátima* mais confiável, dar a ela tais características físicas produz um efeito de humanização que pretende estabelecer um tipo de relação menos artificial entre quem checa e "quem" fornece os dados.

Considerações finais

No percurso que aqui trilhamos, voltamos o nosso olhar ao modo como se produzem efeitos de sentidos para *Fátima*, robô da agência de checagem *Aos Fatos*, em uma conjuntura sócio-histórica de ampla circulação de *fake news* e da presença de *chatbots*, que não são sem consequências para as práticas em nossa formação social.

Nesse contexto, o que *Fátima* nos leva a pensar sobre os discursos jornalísticos em relação à tecnologia? Compreendemos que o discurso a respeito do serviço automatizado, destinado à checagem de fatos, funciona como uma produção midiática que não é dedicada a construir novos acontecimentos jornalísticos, mas sim a mobilizar um gesto de oposição ao (des)fazer jornalístico não comprometido com o "fato relatado".

[7] O pedido de apoio financeiro, expresso na opção 5, decorre da não vinculação da agência *Aos Fatos* à mídia tradicional, que prioritariamente sustenta suas atividades a partir de verbas decorrentes de publicidade. *Aos Fatos* se apresenta como uma agência independente, por sua atuação seguir um modelo de financiamento por meio de apoiadores e parcerias editoriais (QUEM SOMOS, 2022). Os modos como o jornalismo que se denomina independente se constitui na atual conjuntura sócio-histórica também não é sem consequências para as práticas jornalístico-midiáticas, como problematizam Riffel e Flores (2021), em análise acerca da publicação do "Mapa do jornalismo independente" e suas consequências para o jornalismo alternativo no Brasil.

Apesar de, assim como os boatos, as notícias falsas serem fatos "da vida social pública", fazendo "parte da organização da sociedade pós-moderna e da instalação da vida urbana" (ORLANDI, 2001, p. 132), é a vontade de verdade de muitos dos sujeitos-leitores de notícias digitais que leva à criação de robôs de checagem como *Fátima*, que, por sua vez, permitem a verificação de se determinadas notícias em circulação na mídia digital são ou não são falsas.

Desse modo, ao posicionar-se como sendo capaz de dizer o que é fato, a prática da "robô checadora" reafirma o discurso jornalístico em curso nas agências de checagem, que funciona pelo apagamento de que o princípio básico de toda prática jornalística é (ou ao menos deveria ser) a apuração, a checagem da notícia.

Com relação aos *chatbots*, diferentemente das "'máquinas' cuja memória é constituída exclusivamente de lembranças, listas e quadros", de que nos falava Pêcheux ([1982] 2010, p. 53), são robôs (sejam eles de checagem ou não) que inevitavelmente se constituem como novos interlocutores em nossa formação social. Resta-nos, na esteira da proposta de Vinhas (2021, p. 251), buscar compreender o modo como os *chatbots*, em suas especificidades, "interferem nas interpelações-identificações que sustentam as subjetividades" em nossa conjuntura sócio-histórica.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido:** Sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

CHATBOTS: conheça a história dessa fascinante tecnologia. **Live University**, 15 dez. 2017. Disponível em: <https://liveuniversity.com/chatbots-e-a-historia-dessa-fascinante-tecnologia-2/>. Acesso em: 29 abr. 2021.

COM FOCO na pandemia, Aos Fatos lança a robô checadora Fátima no WhatsApp. **Aos fatos**, 2020. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/com-foco-na-pandemia-aos-fatos-lanca-robo-checadora-fatima-no-whatsapp/>. Acesso em: 29 abr. 2021.

COURTINE, Jean-Jacques; HAROCHE, Claudine. **História do rosto:** exprimir e calar as emoções. Tradução de Marcus Penchel. Petrópolis: Vozes, 2016.

DALBEN, Silvia. O uso de robôs no jornalismo brasileiro: três estudos de caso. *In:* SEMINÁRIO DE PESQUISA EM JORNALISMO INVESTIGATIVO, 6., 2019, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ABRAJI, 2019. Disponível em: <https://projetos.abraji.org.br/seminario/PDF/6/SILVIA_DALBEN-O_uso_de_robos_no_jornalismo_brasileiro_tres_estudos_de_caso.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2021.

DELA-SILVA, Silmara. "Checar fatos e desmentir boatos": fake news e discurso jornalístico no Brasil. **Fórum Linguístico**, Florianópolis, v. 18, n. 2, abr./jun. 2021.

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

GADET, Françoise.; PÊCHEUX, Michel. **A língua inatingível:** o discurso na história da linguística. Campinas: Pontes, 2004 [1981].

GALLO, Solange; SILVEIRA, Juliana; PEQUENO, Vitor. Fake news: efeito de fake, efeito de news. *In:* GRIGOLETTO, Evandra; DE NARDI, Fabiele S.; SOBRINHO, Helson F. (orgs.). **Ousar se revoltar:** Michel Pêcheux e a análise do discurso no Brasil. Campinas: Pontes, 2021. p. 253-268.

HENRIQUES, Stefania M. O conceito de nome próprio: uma questão linguístico-filosófica. *In:* SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ENSINO DA LÍNGUA PORTUGUESA, 2., 2012, Minas Gerais. **Anais**.... v. 2, n. 1. Uberlândia: EDUFU, 2012. Disponível em: <http://www.ileel.ufu.br/anaisdosielp/wp-content/uploads/2014/07/volume_2_artigo_280.pdf>. Acesso em: 12 maio. 2022.

MARIANI, Bethania. **O PCB e a imprensa.** Os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989. Rio de Janeiro: Revan; Campinas: Unicamp, 1998.

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

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

ORLANDI, Eni. **Discurso em análise:** sujeito, sentido, ideologia. 3. ed. Campinas: Pontes, 2016.

PANDEMIA é tema preferencial da desinformação, afirma estudo. **Abert**, 2021. Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/notmenu/pandemia-e-tema-preferencial-da-desinformacao-afirma-estudo.html>. Acesso em: 10 jun. 2021.

PÊCHEUX, Michel. [1969]. Análise automática do discurso (AAD-69). *In:* GADET, F.; HAK, T. (orgs.). **Por uma análise automática do discurso**. 3. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1997. p. 61-167.

PÊCHEUX, Michel. [1982]. Ler o arquivo hoje. *In:* ORLANDI, Eni. (org.). **Gestos de leitura**. 3. ed. Campinas: Pontes Editores, 2010. p. 49-59.

QUEM SOMOS. **Aos Fatos**, 2022. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/quem-somos/>. Acesso em: 12 maio. 2022.

RAMONET, Ignacio. Geopolítica da pós-verdade: a informação na era das fake news. *In:* MORAES, Dênis de (org.). **Poder midiático e disputas ideológicas**. Rio de Janeiro: Consequência, 2019.

RIFFEL, Cristiane M.; FLORES, Giovanna B. As condições de produção do discurso do jornalismo alternativo digital. *In:* JORNADA INTERNACIONAL SEMÂNTICA E ENUNCIAÇÃO (JISE), 3., 2021, Campinas. **Anais**... Campinas: Galoá, 2021. Disponível em: <https://proceedings.science/jise-2021/papers/as-condicoes-de-producao-do-discurso-do-jornalismo-alternativo-digital-?lang=en>. Acesso em: 12 mai. 2022.

TOUEG, Gabriel. Robôs precisaram aprender a responder ao assédio feito por homens. **UOL**, 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2021/04/08/bia-chatbot-do-bradesco-vai-responder-a-altura-quem-vier-com-assedio.htm>. Acesso em: 11 jun. 2021.

VINHAS, Luciana I. Os robôs do Presidente: o que ainda resta da democracia? *In:* GALLI, Fernanda.; COSTA, Alcione.; NASCIMENTO, Mizael.; FRANÇA, Thiago. (orgs.). **Práticas contemporâneas em Análise do Discurso:** gestos (d)e leituras. Recife: Editora da UFPE, 2021. p. 249-265.

VON HAFFTEN, Marie. Robô Fátima dissemina informações verificadas no Brasil. **IJNET**, 2018. Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/story/rob%C3%B4-f%C3%A1tima-dissemina-informa%C3%A7%C3%B5es-verificadas-no-brasil>. Acesso em: 02 set. 2021.

Recebido em 31/05/2022.

Aprovado em 28/06/2022.