



A retórica da intransigência e a campanha de desinformação em *fake news* sobre a pandemia de Covid-19

The rhetoric of reaction and the disinformation campaign in fake news about the Covid-19 pandemic

João Paulo Eufrazio de Lima

Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA), Sobral, Ceará / Brasil

jpeufrazio@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-2025-1451>

Resumo: O objetivo deste artigo é analisar a estrutura argumentativa de *fake news* sobre o Covid-19, procurando verificar sua força argumentativa e sua capacidade de persuasão. Tomamos por base para nossa análise os conceitos de *A retórica da intransigência* de Hirschman (1992), de *Ethos e Pathos da Retórica* de Aristóteles (1998) e *Tratado da argumentação. A nova retórica* de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996). Nossa metodologia baseou-se na análise de três *fake news* relacionadas à campanha negacionista contra a Pandemia de Covid-19, cada uma tomada como prototípica das categorias levantadas por Hirschman (1992): a Tese da Perversidade, a Tese da Futilidade e a Tese do Medo. Os resultados obtidos indicam que as *fake news* devem ser entendidas como um fenômeno inerentemente digital que se utiliza de estratégias argumentativas bem elaboradas, segundo seu objetivo de suscitar o descrédito e a dúvida da opinião pública. Portanto, levando-se em conta o cidadão médio, podemos dizer que as *fake news* têm uma grande capacidade persuasiva e por isso devem ser encaradas como algo de extremo perigo para a sociedade e seus princípios democráticos e científicos.

Palavras-chave: retórica; fake news; covid-19.

Abstract: The aim of this paper is to analyze the argumentative structure of fake news in the Covid-19-era by focusing on its argumentative strength and persuasiveness. The concepts of Rhetoric of Reaction (HIRSCHMAN, 1992), Ethos and Pathos of Aristotle's Classical Rhetoric and Perelman and Olbrechts-Tyteca's New Rhetoric (1996) were the framework for the analysis. Our methodology was based on the analysis of three fake news reports related to the negationist campaign against the Covid-19 pandemic, each

of which was taken as a prototype of the following categories proposed by Hirschman (1992): perversity, futility, and jeopardy theses. The results indicate that fake news should be understood as an inherently digital phenomenon that uses well-developed argumentative strategies as its objective is to cause discredit and doubt in the public opinion. Therefore, if we take the average citizen into account, fake news is highly persuasive and consequently should be considered of extreme danger to society and its democratic and scientific principles.

Keywords: rhetoric; fake news; Covid-19.

Recebido em 01 de março de 2021

Aceito em 14 de junho de 2021

1 Introdução

A desinformação é, segundo Volkoff (2004), uma forma deliberada de manipulação da opinião pública através de meios orquestrados com fins de deslegitimar governos, pessoas e/ou ideais. Apesar de não ser uma estratégia nova, remontando a tempos imemoriais, ela tem se tornado cada vez mais alastrada a partir do aparecimento e da difusão dos meios de comunicação em massa.

No contexto da Revolução Digital em que vivemos, as campanhas de desinformação por meio de redes sociais e aplicativos de mensagens têm sido capazes de mudar o rumo de campanhas políticas e decisões governamentais ao ponto de se tornarem tema de constantes debates e criação de leis específicas em diversos países.

Apesar do constante aprimoramento dos algoritmos que subjazem às Redes Sociais e Aplicativos de Mensagem, na tentativa de barrar a difusão de notícias falsas, o meio digital, por sua própria lógica interna, tornou-se o principal veículo propagador daquilo que se convencionou denominar de *fake news*. cuja relevância atual pode ser atestada por sua eleição como palavra do ano em 2017 pelo dicionário britânico Oxford, logo após o escândalo na campanha presidencial americana de 2016.

Como bem salientam Bounegru, Gray, Venturini e Mauri (2017), as *fake news* não podem ser igualadas às notícias falsas impressas ou a simples boatos, uma vez que esse fenômeno digital é inerente à lógica logarítmica e conta com isso para sua difusão, o que explica, em parte, o grau de importância que esse tipo de desinformação tomou em nossa sociedade.

É essa lógica digital que explica o crescimento exponencial das *fake news* impulsionadas por robôs digitais (os chamados *bots*), perfis falsos, comunidades virtuais e pelos próprios usuários da rede, muitas vezes ávidos pela aceitação em forma de *likes* e compartilhamentos. Esses mesmos meios de difusão são capazes ainda de garantir a validação dessas mensagens por meio de criação de falsos consensos através de comentários e da propagação em massa de uma mesma mensagem.

No contexto atual da Pandemia de Covid-19,¹ a campanha de desinformação na internet tem ganhado contornos dramáticos, uma vez que põe em risco diretamente a vida de milhares de pessoas. Como exemplo deste perigo, podemos citar os dados de uma pesquisa jornalística do G1² os quais mostraram que 70% dos entrevistados já acreditaram em, pelo menos, uma *fake news* sobre o atual Coronavírus, o que nos mostra o poder não só de alcance, mas de persuasão dessas mensagens.

De fato, acreditamos que, ao contrário do que alguns possam pensar, as *fake news* são, em grande parte, textos bem elaborados, segundo seus objetivos de desacreditar as evidências científicas e causar a desconfiança no público. Além disso, atestar suas falácias nem sempre pode ser tarefa fácil para um cidadão comum, e mesmo para um leitor experiente, já que muitas vezes é necessário um trabalho apurado de pesquisa, uma vez que, como teremos oportunidade de demonstrar, uma estratégia comum atualmente é dificultar a apuração da veracidade dos fatos ao omitir dados, ao mesmo tempo em que se utiliza de fatos comprovadamente verdadeiros em meio a falácias.

Dessa forma, nosso objetivo neste artigo é analisar a estrutura força argumentativa de *fake news* sobre o Covid-19, procurando verificar sua força argumentativa e sua capacidade de persuasão. Tomamos por base, sobretudo, o conceito de Retórica da Intransigência de Hirschman (1992), para quem os movimentos reacionários baseiam-se em teses

¹ O coronavírus (Sars-Cov-2), popularmente conhecido como Covid-19, foi declarado oficialmente pandêmico em 11/03/2020 pela Organização Mundial de Saúde (OMS), dados sua rápida disseminação e o índice de pacientes graves que levaram ao colapso dos sistemas de saúde em praticamente todos os países do mundo. Mais informações em: <https://news.un.org/pt/tags/organiza%C3%A7%C3%A3o-mundial-da-saude>. Acesso em: 20 fev. 2021.

² Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2020/05/03/mais-de-70percent-dos-brasileiros-com-internet-ja-acreditaram-em-uma-fake-news-sobre-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 14 fev. 2021.

comuns, quais sejam, a Tese da Perversidade, a Tese da Futilidade e a Tese do Medo, entre as quais tentamos encaixar as mensagens analisadas como forma de entendermos as ideias principais do movimento negacionista.

Para análise dos tipos de Argumentos, tivemos por base *A Nova Retórica* de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) e os conceitos de *Ethos* e *Pathos* da Retórica Clássica de Aristóteles (1998), buscando sempre adaptá-los ao contexto digital e aos pressupostos da denominada Retórica Digital, segundo a qual, o computador, as Redes Sociais e os aplicativos de mensagens não são apenas vistos como Media, mas também como tecnologias persuasivas.

Acreditamos, assim, termos um quadro teórico suficiente para entender não apenas o fenômeno das *fake news*, mas como isso se encaixa neste contexto tão atribulado em que vivemos. Pensamos que este contexto de Pandemia de Covid-19 é também um momento *sui generis* para verificar o poder e o alcance da linguagem na interação humana, sobretudo as mediadas por tecnologias digitais, em um tempo no qual há o impedimento de muitas interações face a face, tornando o meio digital seu substituto.

Dessa forma, procuramos, com este trabalho, chamar a atenção do público em geral, mas especialmente àqueles pesquisadores nas áreas de Ciências Humanas, em especial, as Ciências da Linguagem, sobre este fenômeno tão intrigante quanto pernicioso, de forma que possamos traçar estratégias de combatê-lo, sobretudo, a partir da formação de leitores críticos, capazes de pôr em dúvida e verificar, sempre que necessário, aquilo que lhes chega às mãos, partindo sempre dos pressupostos e achados científicos como único meio minimamente confiável de entender nossa realidade.

2 Um breve panorama histórico sobre os estudos de Retórica

Antes de começarmos propriamente a traçar um apanhado da evolução histórica dos estudos sobre retórica, achamos conveniente distinguir esse importante campo do saber de outras áreas que também têm como propósito a discussão, a polêmica ou o convencimento, quais sejam: a Dialética e a Erística.

Um quadro mais aprofundado sobre essa importante distinção pode ser encontrado em Mateus (2018) ou em Reboul (1998), traçaremos aqui somente um breve levantamento sobre essa distinção. Segundo Aristóteles:

A retórica é a outra face da dialética; pois ambas se ocupam de questões mais ou menos ligadas ao conhecimento comum e não correspondem a nenhuma ciência em particular. De facto, todas as pessoas de alguma maneira participam de uma e de outra, pois todas elas tentam em certa medida questionar e sustentar um argumento, defender-se ou acusar (ARISTÓTELES, 1998, Ret.I, 1354a).

Essa definição, pouco clara, suscitou muitos debates e embora até hoje não possamos traçar com exatidão a distinção entre essas áreas, podemos, ao menos, distingui-las em relação à sua natureza.

A Retórica está comumente relacionada à persuasão, à defesa de argumentos em espaços públicos (*ágora*, fórum) perante um auditório. A dialética, por sua vez, está mais ligada à reflexão filosófica acerca de temas não necessariamente polêmicos ou passíveis de ser tachados como verdadeiros ou falsos. Seu público geralmente é privado e seu objetivo é testar argumentos em torno de um tema e não propriamente persuadir alguém.

Por seu turno, a Erística está mais ligada à controvérsia, a uma discussão cujo fim é unicamente vencer o adversário destruindo seus argumentos. Não importa, neste caso, qual espécie de argumento será usado; falácias e sofismas são bem-vindos, desde que a vitória seja alcançada. Pode-se aqui defender qualquer ideia por mais absurda que seja como, por exemplo, no diálogo *Eutidemo*, de Platão, em que o personagem homônimo visa defender a impossibilidade de declarar a falsidade de algo. Um representante moderno dessa corrente é o filósofo alemão Schopenhauer (1997), cujo livro *Como vencer um debate sem ter razão* (título da tradução brasileira) traz um apanhado de métodos sofisticados elaborados para confundir, distorcer ou mesmo irritar o adversário em debates.

Foi justamente essa ideia de vencer um debate a todo custo e a aplicação prática desse método nos fóruns que acabou levando a Erística a se confundir com a Retórica, ocasionando assim um mal entendimento sobre a arte da persuasão que passou a ser vista, independente de sua linha de pensamento, como algo prejudicial à sociedade, o que possivelmente inibiu novos trabalhos teóricos na área, deixando a Retórica, por muito tempo, estacionada em sua evolução como ramo do saber.

Traçada essa importante distinção, precisamos agora, de forma resumida, tratar sobre a evolução histórica do estudo da Retórica para que possamos entender seu lugar como área do conhecimento humano e

seus desdobramentos atuais. Para um panorama mais aprofundado sobre a história da Retórica, indicamos a nossos leitores obras como Barthes (1970), Reboul (1998), Meyer e Timmermans (2002) e Mateus (2018).

A Retórica tem origem como uma atividade eminentemente prática, ligada, sobretudo, à democracia e à necessidade de cidadãos litigantes defenderem seus interesses em fóruns. Como nos lembra Barthes (1970), a Retórica constituiu-se desde seu início como um instrumento de poder através do domínio da palavra (*logos*) como forma de persuadir/convencer o fórum por meio da eloquência e do domínio da argumentação.

Com o tempo, o reconhecimento público do domínio prático da Retórica por certas pessoas fez com que surgisse a figura de professores de Retórica, tais como Empédocles de Agrigento, Tísias e Córax, os dois últimos responsáveis pelo mais antigo texto que conhecemos sobre a arte oratória. Formaram-se, então, duas classes de sujeitos que faziam uso da Retórica com fins mais ou menos profissionais: os professores de Retórica, denominados *retores* e aqueles que eram pagos para defenderem seus clientes no fórum, os chamados *sofistas*.

Com a solidificação e expansão do sistema democrático em partes da Grécia, sobretudo Atenas, a necessidade de expor e defender livremente a opinião em assembleias e ágoras fez com que a Retórica, como conhecimento prático, ganhasse cada vez mais importância para a afirmação política do cidadão grego.

Contudo, o desenvolvimento das técnicas de persuasão pelos sofistas, cujo objetivo era ganhar sempre o debate, independente de ter ou não razão, fez com que Platão, entre outros, passasse a criticar o estado do conhecimento retórico da época justamente por sua capacidade de enganar e mentir.

Como nos lembra Reboul (1998), os sofistas, por aceitarem qualquer tarefa relacionada a defesas públicas, não se preocupavam com nenhum conceito de justiça, verdade ou até mesmo verossimilhança. Nesse caso, a Retórica está a serviço não do saber, mas do poder.

Por outro lado, cabe lembrar que é graças ao trabalho dos sofistas que a linguagem, o discurso e a primazia da gramática ganharam evidência nos estudos, o que contribuiu bastante para o desenvolvimento dessas áreas. Será Platão no diálogo *Górgias* que fará provavelmente a crítica mais contundente à Retórica sofisticada, sobretudo, por visar unicamente à persuasão sem qualquer preocupação com a Justiça que deveria ser, segundo Platão, o objetivo máximo da arte retórica.

Além disso, Platão, e antes Isócrates em sua *Paidéia*, criticou a retórica sofisticada também por se constituir de práticas e técnicas reiteradas e vazias que nada tinham a ver com um conhecimento profundo da arte de persuadir. Será então com Aristóteles que a Retórica terá sua reabilitação frente às críticas. Para o mestre de Estagira, enquanto arte da persuasão, a Retórica não pode ser considerada por si mesma nem boa nem má. Será, portanto, seu uso que definirá sua qualidade e, mesmo considerando que ela, muitas vezes, possa ser utilizada para enganar, Aristóteles salienta que, ainda assim, seu ensino deve ser dado a todo cidadão, também como forma de entender e se defender perante falsos argumentos.

Contra as críticas que demonstravam o caráter repetitivo e decorativo de fórmulas retóricas, Aristóteles redefine essa área não mais como a simples arte da persuasão, mas como o estudo dos meios de persuasão adequados para cada caso, assim o *retor* não deve se ocupar unicamente com as formas dos argumentos, mas também com a competência em identificar quais podem ser mais eficazes num caso específico em função, sobretudo, de uma acurada análise de seu auditório.

Nos três livros que compõem a sua obra máxima sobre o tema, Aristóteles busca demonstrar os meios mais utilizados e eficazes para persuadir um público, demonstrando didaticamente que a arte da persuasão se dá no encadeamento harmonioso de três componentes: o *logos*, o *ethos* e o *pathos*.

O *logos* (discurso) seria dividido em quatro etapas: a exortação, que serviria para chamar a atenção do público e introduzir o tema; a exposição, momento em que o orador apresenta sua tese com os argumentos e exemplos que a fundamenta; as provas, que visam produzir o efeito de irrefutabilidade e a conseqüente adesão do público e a peroração, em que o orador recapitula os argumentos principais e busca suscitar as paixões do público em favor de sua tese.

Contudo, Aristóteles salienta que não basta o convencimento pelo discurso, ainda que muitas vezes os argumentos sejam lógicos e bem fundamentados. É preciso ainda levar o público a aceitar a figura do orador como alguém confiável, conhecedor da causa e verdadeiro. Dessa forma, é preciso ainda no discurso criar para o público um *ethos*, uma imagem positiva do orador de forma que sua figura seja convincente e seu discurso também.

Por fim, o público precisa ser movido, despertado em suas paixões (*pathos*) para manter-se atento ao que é dito e de forma a aceitar os

argumentos e a tese expostos pelo orador. Quanto mais alinhadas estão as paixões do público às suscitadas pelo discurso, e entra aqui a oratória como uma forma eficaz de assim proceder, mais provável será de os argumentos e a tese serem aceitos pelo público.

Como visto, para Aristóteles, a retórica diz respeito a um conjunto de técnicas que visam persuadir um público e, para tanto, cabe ao orador não apenas conhecer essas técnicas, mas ainda saber selecioná-las e adaptá-las segundo o contexto. Entendida dessa forma, a Retórica é um conhecimento indispensável para o exercício da cidadania nas *polis*.

Por fim, em relação à Retórica Antiga, cabe assinalar que há, conforme nos lembra Todorov (1979), uma distinção entre a chamada Retórica Antiga, associada aos gregos, e a Retórica Clássica, associada aos romanos, essa última restrita quase que totalmente ao uso prático no fórum e com ênfase maior no *ethos* do orador, ao contrário dos gregos cuja centralidade do orador era dividida com seu auditório.

Após o apogeu, durante o período clássico, a Retórica viverá um longo tempo de declínio, sobretudo, durante a denominada Idade Média e a ascensão das monarquias cujo domínio absoluto restringia consideravelmente a livre expressão pública de ideias (Cf. RICOEUR, 1983). Dessa forma, a Retórica acaba por assumir um viés mais literário e se torna associada geralmente à verbosidade, sobretudo, no uso, muitas vezes superficial e exagerado das chamadas figuras de linguagem (*tropos*), que originalmente eram vistas apenas como uma das formas de cuidado com o discurso, a que os romanos denominavam estilo (*elocutio*), em detrimento de outras partes, como a composição e a argumentação. Dessa forma, reduzida ao estilo literário, circunscrita à elocução e limitada à ornamentação, como bem nos lembra Reboul (1998), a Retórica deixa de ser a arte de persuadir e se transforma numa disciplina de preocupação puramente estética, perdendo, portanto, sua finalidade

É certo que o declínio da Retórica Clássica foi um processo gradual que levou muitos séculos até sua quase extinção no século XIX. É certo também que nem todos os teóricos viam a Retórica da mesma maneira durante tanto tempo e podemos encontrar de forma pontual nomes que tentaram, de alguma maneira, reviver o esplendor Clássico devolvendo a Retórica a seu lugar, ligada à persuasão e não somente à ornamentação.

Será apenas com a expansão da democracia e a autodeterminação política no século XX que a Retórica voltará a ser encarada como um conhecimento necessário ao debate público, à busca pelo consenso e à participação política dos cidadãos.

Em meados do século XX, surgirá, então, uma nova vertente para a reabilitação da Retórica como arte da persuasão, a chamada “nova Retórica” de Perelman e Olbrechts-Tyteca que, apesar do epíteto ‘nova’, não rejeita a Retórica Clássica, mas, pelo contrário, busca retomá-la a partir de uma revitalização de suas bases, integradas aos novos avanços das Ciências Humanas.

Em 1958, Perelman e Olbrechts-Tyteca publicam o *Traité de l'Argumentation. La nouvelle rhétorique*, no qual propõem que a ambiguidade, ao contrário do que diziam os Clássicos, não é um defeito da linguagem, mas algo inerente a ela. Dessa forma, a Nova Retórica não deve atuar no campo da lógica e sim no da verossimilhança, com aspirações apenas de plausibilidade ou probabilidade, fugindo de qualquer ideia de “verdade”, ou “lógica”, ou ainda “certeza”. Assim, a Nova Retórica busca deliberar em busca do consenso, do razoável, daquilo que ‘julgamos ser’ e não pode fugir do erro ou da incerteza.

O objetivo, segundo os autores, era, por um lado, retomar as bases da Retórica Clássica, ao mesmo tempo em que buscavam romper com a visão cartesiana, como deixaram claro logo na abertura de sua obra:

A publicação de um tratado consagrado à argumentação e sua vinculação a uma velha tradição, a da retórica e da dialética gregas, constituem uma ruptura com uma concepção da razão e do raciocínio, oriunda de Descartes, que marcou com seu cunho a filosofia ocidental dos três últimos séculos. [...] A própria natureza da deliberação e da argumentação se opõe à necessidade e à evidência, pois não se delibera quando a solução é necessária e não se argumenta contra a evidência. O campo da argumentação é o do verossímil, do plausível, do provável, na medida em que este último escapa à certeza do cálculo. Ora, a concepção claramente expressa por Descartes, na primeira parte do Discurso do método, era a de considerar “quase como falso tudo quanto era apenas verossímil” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 1).

A lógica matemática cartesiana, baseada nas provas e no cálculo, serviu como base para a explicação de muitos fenômenos, mas não pode ser tida como infalível, muito menos própria para a utilização em todos os contextos ou, como bem nos explicam Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996, p. 8):

quando tais provas são discutidas por uma das partes, quando não há acordo sobre seu alcance ou sua interpretação, sobre seu valor e sobre sua relação com os problemas debatidos, deve-se recorrer à argumentação.

A base para o entendimento dessa nova perspectiva é a retomada pelos autores da Dialética como meio para a obtenção de consensos e esta, por sua vez, tendo como meio as técnicas persuasivas da Retórica. Dessa forma, o discurso, enquanto forma, é sobreposto pela argumentatividade. Como bem salienta Mateus,

Não havendo, nos negócios humanos, nenhuma tese eminentemente verdadeira ou transcendente, cabe à Retórica fornecer o quadro de interação argumentativa onde os interlocutores estabelecem aquilo que é razoável ou crível. E esse crível é dado pelo auditório, a instância última de validação do debate (MATEUS, 2018, p. 81).

O quadro teórico de Perelman e Olbrechts-Tyteca é bastante complexo e detalhado, mas tentaremos traçar um panorama de seus pontos principais de forma a sustentar nossa futura análise.

Retomando a base aristotélica, os autores argumentam que a forma e as técnicas argumentativas a serem utilizadas devem estar sempre adequadas à audiência, pois, caso contrário, por melhor que sejam teoricamente, não levarão ao objeto máximo, que é persuadir o público em favor da tese sustentada. Nesse ponto, os autores salientam o papel inicial que as premissas explícitas e implícitas ocupam no jogo argumentativo, pois elas devem servir de base, ou o que os autores denominam de “acordo prévio”, entre orador e público. Como bem resume Mateus:

O Acordo Prévio funciona, deste modo, como uma espécie de atalho da persuasão. Parte de uma adesão existente (premissas) para fabricar uma segunda adesão (conclusões). Ele usufrui da dinâmica de aceitação prévia à argumentação para induzir uma nova aceitação a partir daquela já existente (MATEUS, 2018, p. 127).

Ter claro quais são os elementos do acordo prévio dá margem ao orador para poder explorar, ou não, as premissas subjacentes, de forma a construir sua tese, mesmo que contrária às crenças do público, a partir daquilo que, de forma implícita ou não, são comuns a ambas as partes.

O primeiro tipo de acordo prévio é o Acordo sobre o Real, que delimita entre orador e público aquilo em que ambos acreditam como real,

ou seja, aquilo que pensam ser “crível”, o que não tem necessariamente nenhuma relação com qualquer noção ontológica de real. Um caso mais ou menos recente que pode ilustrar esse ponto foi a Invasão ao Iraque feita pelo governo americano durante o mandato de Bush sob a inverossímil, e, depois comprovadamente falsa, tese de que o Iraque possuía armas de destruição em massa. Foi a partir da aceitação dessa premissa sobre o real que o governo ganhou a opinião pública e pôde, dessa forma, garantir a adesão dos cidadãos ao gasto astronômico para os esforços de guerra.

O segundo tipo é o acordo sobre o preferível, que diz respeito ao conjunto e à hierarquia de valores que movem o público. Um bom orador sabe identificar estes valores e usá-los como base para seleção e construção dos argumentos de forma a assentá-los sob aquilo já aceito pelo público como dado.

Voltando ao exemplo anterior, sobre a Invasão ao Iraque, não bastou a Bush argumentar sobre a posse de armas de destruição em massa pelo Iraque, o ex-presidente americano recorreu ainda aos valores mais importantes para sociedade americana, o nacionalismo e a liberdade, argumentando que o governo iraquiano constituía uma ameaça a esses valores e, como consequência, à própria nação estadunidense.

É a partir da análise desses elementos do Acordo Prévio que o orador decidirá sobre quais tipos de argumentos utilizará em seu discurso, seja oral ou escrito. Nesse ponto, os autores nos dão uma lista exaustiva de tipos de argumentos, divididos em quatro categorias, a saber: Argumentos Quase Lógicos, Argumentos Fundados na Estrutura do Real, Argumentos que Fundam a Estrutura do Real e Argumentos por Dissociação. Por conta dos limites de nosso texto, não seria possível detalhar o quadro teórico da obra em questão, mas, com vistas ao esclarecimento de nossa análise posterior, faremos uma breve explanação com foco na distinção das quatro categorias de argumentos e alguns de seus tipos.

Os argumentos quase-lógicos são aqueles advindos da dedução formal, lógico-matemática. São argumentos de muita força persuasiva pela valoração que a demonstração formal ainda tem em nossa sociedade. Contudo, os autores salientam que, embora aparentemente baseados na lógica, ainda assim, esses argumentos são incapazes de evitar a ambiguidade inerente à linguagem e, como qualquer outro, residem na razoabilidade e na verossimilhança.

Quase-lógicos são, por exemplo, os argumentos por incompatibilidade, em que, dadas duas teses contraditórias, o orador visa

demonstrar que a tese adotada por si mesma elimina sua tese contrária. Retomando nosso exemplo sobre a Invasão ao Iraque, podemos observar como o governo americano colocou como incompatíveis seu *modus vivendi*, baseado supostamente na democracia, e o *modus vivendi* iraquiano, baseado supostamente na ditadura.

Outro tipo de argumento quase-lógico é o argumento da transitividade, uma espécie de silogismo pelo qual estabelecemos uma relação do tipo: se A é igual a B e C é igual a A, então C é igual a B. Mais uma vez utilizando nosso tema como exemplo, pudemos perceber que, após a invasão ao Iraque, o governo americano resolveu invadir outros países da mesma região com o argumento de que todos são semelhantes ao Iraque e, portanto, todos causariam o mesmo perigo aos Estados Unidos.

Mais um último exemplo de argumento quase-lógico é o argumento por inclusão, no qual se afirma que um elemento é parte de uma categoria maior, portanto, dela dependente. Esse tipo de argumento é comumente usado, por exemplo, para justificar o sacrifício dos soldados em uma guerra, pois estes representam uma causa maior. Foi exatamente o tipo de argumento que serviu para justificar a invasão americana ao Afeganistão com base na justificativa de que Osama Bin Laden seria parte de uma categoria maior que envolveria o governo daquele país, o que justificaria, inclusive, o sacrifício de cidadãos civis afegãos.

Uma segunda categoria argumentativa são os argumentos fundados na Estrutura do Real, neste tipo, é estabelecido um nexos causal entre elementos distintos através de suas causas e efeitos. São argumentos baseados na experiência, na realidade criada a partir do Acordo Prévio, cujos fatos são apresentados por suas consequências, fazendo o público admitir algo novo a partir de um dado pré-existente.

Um exemplo dessa categoria são os argumentos por causalidade, cuja elaboração se dá pelo estabelecimento de um nexos causal entre dois ou mais elementos. Poderíamos citar como exemplo uma argumentação do tipo: “o estado calamitoso da saúde pública é fruto da falta de investimentos dos governos anteriores”. Perceba-se que o qualificativo “calamitoso” é justificado pela inoperância do governo anterior. Desse mesmo tipo são também os argumentos pragmáticos do tipo “algo precisa ser feito por conta das consequências em não fazê-lo”. Um exemplo seriam argumentações como “precisamos modificar as regras da aposentadoria, pois, caso contrário, a Previdência quebrará, e as gerações futuras não poderão se aposentar.

Mais um exemplo desse tipo é o argumento do desperdício, segundo o qual, deve-se prosseguir no que se está fazendo pelos esforços já despendidos, como, por exemplo, em: “devemos modificar a Previdência para que aqueles que já pagaram não corram o risco de no futuro ficarem sem receber sua aposentadoria”.

Mais um tipo dessa categoria são os argumentos de autoridade e o *ad hominem*. Ambos são estruturados em função do *ethos* de quem fala. No argumento de autoridade, a veracidade do argumento é comprovada pelo valor de seu autor, que geralmente é tido como um especialista naquela área. Por outro lado, o argumento *ad hominem* é o inverso do argumento de autoridade, buscando desqualificar o argumento, uma vez que o *ethos* de seu autor é tido como repudiável, mentiroso ou mesmo desprestigiado.

Por fim, temos como exemplos de argumentos baseados na estrutura do real os tipos de grau e ordem. No argumento de grau, comparam-se duas coisas e suas realidades de forma que sejam mostradas sua possibilidade ou impossibilidade. Por exemplo, “os benefícios dados aos servidores públicos no passado não podem ser mantidos agora, pois vivemos um contexto de crise financeira”. Já, no argumento de ordem, procura-se mostrar que a sucessão dos fatos pode fazer com que os entendamos de forma diferente. Por exemplo: “você pode achar ruim pagar um pouco mais de previdência agora, mas, com o tempo, você perceberá que o desconto é pequeno e os benefícios o justificam”.

Ao contrário dos argumentos que se baseiam na estrutura do real, os argumentos que Fundam a Estrutura do Real visam recriar a perspectiva de realidade do auditório através de novos fundamentos, novas perspectivas e novas premissas. Um de seus tipos mais comuns é o argumento do exemplo, pelo qual se busca abstrair uma regra a partir de um caso particular. Por exemplo, “Veja o que aconteceu com a economia na Venezuela, se não nos precavermos, acontecerá o mesmo aqui”. Esse tipo de argumento tem sua força em estabelecer de forma mais real teorias abstratas e, ou, explicá-las, sendo de muito proveito quando se baseia em conhecimentos compartilhados com o auditório. É possível ainda basear-se em exemplos fictícios como: “Imagine-se daqui a 40 anos caso você não tenha contribuído com a previdência, como você fará para se sustentar em sua velhice?”

Outro tipo de argumento que fundamenta o real são as analogias que buscam estabelecer uma relação entre o que se pretende argumentar e um outro elemento advindo de um outro campo semântico, geralmente já aceito pelo público através do Acordo Prévio. Como bem definido por

Mateus (2018, p. 147), “a analogia averigua a semelhança entre ideias diversas e aparentemente sem ligação”. Perelman e Olbrechts-Tyteca nos dão um exemplo célebre de analogia construída por Epicteto:

Se uma criança enfiar o braço num recipiente com um bocal estreito para tirar figos e nozes, e encher a mão com os frutos, o que lhe acontece? Não pode retirá-la e chora. Larga alguns (dizem-lhe) e já consegues tirar a mão. Faz o mesmo em relação aos teus desejos. Se desejares apenas um pequeno número de coisas obtê-las-ás (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 434).

Outra categoria de argumentação são os argumentos por dissociação. Perelman e Olbrechts-Tyteca, definem a dissociação como sendo:

Técnicas de ruptura com a finalidade de dissociar, separar, dessolidarizar os elementos considerados como um todo ou, pelo menos, como um conjunto solidário no seio de um mesmo sistema de pensamento: a dissociação terá por efeito a modificação de um tal sistema, alterando certas noções que, nesse sistema, constituem peças mestras (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 255-256).

Um tipo de dissociação bastante comum é o par aparência/realidade como, por exemplo, em: “A inflação parece pequena quando vemos os indicadores econômicos, mas não é isso o que o cidadão vê quando vai ao supermercado”. Ao dissociar elementos até então postos em conjunto, o orador busca refazer a realidade aceita e criar novos fundamentos a partir dos quais poderá sustentar sua tese.

Como é possível perceber até aqui, os estudos retóricos têm uma larga história com contribuições de vários pensadores importantes. Contudo, a revolução digital pôs em xeque muitos de suas bases que tiveram de se adaptar a este novo contexto em que o computador não apenas serve como meio, mas é também um meio de persuasão, como veremos a seguir.

3 A retórica digital

O modelo comunicacional sob o qual se assentava a Retórica Clássica era baseado na exposição oral com a presença física do orador perante seu auditório. Tínhamos, assim, uma relação mais direta em que orador e auditório estavam no mesmo ambiente.

A inserção da Media modificou substancialmente a relação entre orador e auditório ao dispensar a presença física de ambos, além de transformar a própria mensagem em função, entre outras coisas, do meio em que é veiculada (cartaz, TV, internet, *outdoor* etc.). Como bem salienta Mateus:

Trata-se, então, de reconhecer que a Mediatização altera as próprias formas da persuasão, não apenas porque os Media e as Mensagem se encontram interligados, como também porque o orador está agora perante auditórios distantes no espaço e no tempo a que chamamos de audiências (MATEUS, 2018, p. 163).

Essas mudanças trouxeram novas estratégias e formas de persuasão e, por isso, alargaram o campo de estudo da Retórica ainda que em nada invalidem os conceitos clássicos.

Essas modificações se intensificaram mais ainda com a chamada Revolução Digital e a inserção dos computadores e, mais modernamente *smartphones*, no cotidiano dos cidadãos. Essas máquinas alteram ainda mais a relação entre os elementos da comunicação, uma vez que não atuam simplesmente como Media, mas são concebidos como tecnologias persuasivas que visam influenciar e alterar o comportamento e atitudes de seus usuários (Cf. FOGG, 2003).

Os *softwares*, *sites*, *apps* etc. são concebidos a partir de estratégias persuasivas capazes de influenciar e modificar o comportamento de seus usuários. Não precisa refletir muito para perceber que redes sociais, por exemplo, motivam seus usuários a se comportarem de forma tal a captar “*likes*” e “seguidores”, o que facilita a adesão, por exemplo, a formas de pensar estereotipadas e dependentes de uma aceitação mais geral.

Além disso, as Medias digitais são ubíquas e hoje estão presentes em praticamente todos os contextos, desde situações profissionais ao contexto familiar e lúdico.³

Embora haja alguns precedentes, o termo Retórica Digital, tal como o utilizaremos aqui, surgiu inicialmente em Lanham (1993), que entende o computador como um dispositivo retórico hipertextual que modifica a

³ Dados de 2020 indicam que 66% dos brasileiros têm alguma rede social e que, em média, o brasileiro gasta 3h31 em redes sociais. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-01/brasil-e-o-3o-pais-em-que-pessoas-passam-mais-tempo-em-aplicativos#:~:text=Publicado%20em%2016%2F01%2F2020,maior%20do%20que%20em%202017>. Acesso em: 20 fev. 2020.

forma e o sentido da mensagem ao permitir mesclar linguagem verbal com linguagem não verbal (sons, imagens estáticas e/ ou em movimento).

Desde então, vários pesquisadores têm se debruçado em analisar a aplicabilidade dos conceitos clássicos da Retórica ao meio digital, verificando se de fato haveria alguma mudança que pudesse justificar uma reorganização ou alteração dos conceitos usados até o momento.

Warnick (2007) chamou a atenção para a necessidade de adaptar o conceito clássico de *ethos* ao meio digital, uma vez que o simples fato de um usuário poder criar para si um perfil que pode, inclusive, tornar-se praticamente anônimo, ou seja, sem identificação a uma pessoa específica, muda a relação entre os componentes da comunicação. Além do mais, a autora verificou que a enxurrada de mensagens dificulta a verificação de credibilidade das mensagens.

É sabido ainda que a interação *online* reconfigurou os papéis comunicativos e transformou definitivamente a forma com que lidamos com as informações e os textos. O cidadão comum não mais assiste aos conteúdos dados, ele agora também pode, de sua casa, utilizando um mero celular, por exemplo, criar conteúdo que potencialmente pode atingir a milhões de usuários, é o que hoje convencionou-se denominar *prosumer*, um consumidor-produtor de conteúdo. (Cf. KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017; VARELA, 2005).

Dessa forma, buscamos utilizar dos conceitos clássicos aqui elencados para a análise de nosso objeto, tendo sempre em mente que o contexto digital traz novos desafios como, por exemplo, a própria concepção de texto que hoje apresenta ainda mais fluidez quando pensamos, entre outras coisas, em seus limites. Caberiam, dessa forma, questionamentos como: os comentários fazem ou não parte do texto?

Saliente-se também que a possibilidade de replicar um mesmo texto através de seu compartilhamento numa escala astronômica traz desafios em relação ao próprio conceito de autor/orador, entre outros.

Por fim, como já comentado, a enxurrada de mensagens, muitas vezes contraditórias entre si, a que somos expostos diariamente dificulta nossa seleção da informação válida e de sua credibilidade, facilitando o compartilhamento de *fake News*, fato que hoje é tema de muita controvérsia e que tem mexido com a sociedade em geral, uma vez que pode trazer imensos prejuízos em praticamente todos os campos humanos. Para discutir melhor este ponto, faremos uma breve exposição sobre o conceito de *fake News* e alguns estudos prévios sobre o tema.

4 O fenômeno das *fake News*

Este termo, eleito palavra do ano pela Oxford em 2017, pode ser traduzido livremente como “notícias falsas”, mas sua conceituação está longe de ser consenso entre os pesquisadores. Allcott e Gentzkow (2017, p. 3, tradução nossa) definem este fenômeno como “artigos noticiosos que são intencional e comprovadamente falsos e que podem enganar leitores”.⁴

Por sua vez, Bounegru, Gray, Venturini e Mauri (2017) salientam que mais do que simplesmente um conteúdo falso, as *fake News* compõem um movimento inerente ao meio digital e são moldadas segundo os interesses dos grupos influentes naquele meio.

O certo é que as estratégias para criação e difusão das *fake News* têm se tornado cada vez mais elaboradas e mesmo que redes sociais influentes como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Whatsapp* tenham tomado atitudes para inibir essa prática, os resultados ainda parecem modestos frente à imposição de Bots,⁵ que se aproveitam da própria lógica das redes para burlar o sistema e propagar o conteúdo que interessa a seus criadores e mantenedores.

Um estudo, matéria do Programa Fantástico da Rede Globo,⁶ demonstrou que 94% dos entrevistados receberam, pelo menos, uma *fake News* sobre a Pandemia do Covid-19 e, mais de 70% destes admitiram que acreditaram em, pelo menos, uma destas notícias falsas.

Pode-se assim perceber que, ao contrário do que se pode imaginar, não é tão simples identificar uma *fake News*, isso porque a própria característica de cascata dos hipertextos dificulta, muitas vezes, rastrear os links de forma a identificar sua fonte e analisar sua veracidade. Como salientam Aymanns, Foerster e Georg:

⁴ “We define ‘fake news’ to be news articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers”.

⁵ Abreviação de “robot” (robô em inglês). Segundo o dicionário Cambridge “um programa de computador que funciona automaticamente especialmente aquele que busca e encontra informações na internet” (tradução nossa). Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/bot>. Acesso em: 14 fev. 2021.

⁶ Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2020/05/03/mais-de-70percent-dos-brasileiros-com-internet-ja-acreditaram-em-uma-fake-news-sobre-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 20 fev. 2021.

Uma vez postada [uma notícia falsa], os usuários podem compartilhar e comentá-la, facilitando sua difusão através da rede social; o objetivo destas *fake news* tendenciosas pode ser financeiro ou para influenciar espectadores sobre o estado do mundo (AYMANN; FOERSTER; GEORG, 2017, p. 3, tradução nossa).⁷

Como procuraremos demonstrar em nossa análise, as *fake News* baseiam-se em estratégias argumentativas muitas vezes bem elaboradas, de forma a camuflar suas reais intenções e provocar, se não a aceitação, ao menos a dúvida em um público diverso, atingido por uma enxurrada diária de informação e que nem sempre tem condições de verificar a veracidade do que consome e compartilha.

Embora a difusão de notícias falsas e a estratégia de contrainformação não sejam novas, acreditamos que o fenômeno das *fake News* deve ser encarado como algo novo e dependente da lógica algorítmica do meio digital no desenvolvimento de suas estratégias persuasivas e de difusão e esse estratagema abre caminho a grupos reacionários como uma possível forma de desacreditar evidências, inclusive científicas. Como discutiremos a seguir, esse movimento reacionário tem, em geral, características argumentativas comuns que podem indicar sua forma básica de pensar sobre a realidade, especialmente no contexto pandêmico atual, alvo de nossa investigação.

5 A retórica da intransigência

O conceito que dá título a esta seção foi proposto por Hirschman (1992) tendo por base um estudo sobre três momentos históricos que abrigavam, de alguma maneira, novas propostas de cunho progressista: a Revolução Francesa, o *Welfare State* e o Sufrágio Universal.

Em seu estudo, o autor identificou que houve sempre tentativas reacionárias de barrar mudanças sociais que visavam, de alguma forma, o exercício da cidadania. Em sua análise, identificou que, embora bastante distintos em seus objetivos, contextos e estratégias, esses três movimentos históricos levaram a ações reacionárias que se basearam em meios semelhantes na tentativa de deslegitimar a mudança, tentando

⁷ “Once it has been posted, users may like, share or comment on this piece of news facilitating its spreading across the social network. The aim of those peddling fake news can be monetary gains, or to influence expectations about the state of the world”.

inculcar no cidadão comum a desconfiança, o medo e a desmoralização acerca das novas propostas.

Com base nisso, Hirschman (1992) identificou três teses reacionárias comuns na tentativa de barrar reformas progressistas, são elas: a tese da perversidade, a tese da futilidade e a tese da ameaça. Sobre a tese da perversidade, o autor define-a como:

A estrutura do argumento é admiravelmente simples, ao passo que a afirmação que se faz é um tanto extrema. Não se afirma apenas que um movimento ou política não alcançará sua meta, ou ocasionará custos inesperados ou efeitos colaterais negativos: em vez disso, diz o argumento, a tentativa de empurrar a sociedade em determinada direção, fará com que ela, sim, se mova mas na direção contrária. Simples, intrigante e devastador (se for verdadeiro), o argumento tem-se revelado popular entre gerações de “reacionários”, além de ser bastante eficaz com o público em geral. Nos debates atuais, ele é frequentemente invocado como efeito contra-intuitivo, contraproducente, ou, mais diretamente, perverso de alguma política pública “progressista” ou “bem-intencionada”. As tentativas de alcançar a liberdade farão a sociedade afundar na escravidão, a busca da democracia produzirá a oligarquia e a tirania e os programas de bem-estar social criarão mais, em vez de menos, pobreza (HIRSCHMAN, 1992, p. 18-19).

Essa tese visa, sobretudo, causar a desconfiança e é bastante engenhosa ao se aproveitar de um pressuposto inerente a qualquer mudança: é difícil prever os resultados daquilo que é novo. Dessa forma, apela ao sentimento de estabilidade das pessoas, ainda que sua situação seja precária.

A tese da futilidade, por sua vez, propõe:

A tentativa de mudança é abortiva, que, de um modo ou de outro, qualquer suposta mudança é, foi ou será, em grande medida, de fachada, cosmética, e portanto ilusória, pois as estruturas profundas da sociedade permanecerão intactas. Chamarei esse argumento de tese da futilidade (HIRSCHMAN, 1992, p. 43).

A ideia aqui é desqualificar a mudança, muitas vezes zombando de seus ideais. Há, neste caso, um apelo também às “teorias da conspiração”, a ideia de que acordos escusos já foram feitos e de que “todos são a mesma coisa”, portanto, nada mudará, a “estrutura profunda” permanecerá a mesma, portanto, visa desencorajar qualquer luta pela mudança.

Por fim, temos a tese da ameaça, nas palavras do autor:

existe uma terceira forma mais afim ao senso comum e mais moderada de argumentar contra uma mudança que, devido à tendência predominante na opinião pública, ninguém se atreve a atacar de frente (este, já afirmei, é um traço marcante da retórica “reacionária”). Essa terceira forma assevera que a mudança proposta, ainda que talvez desejável em si, acarreta custos ou conseqüências inaceitáveis de um ou outro tipo (HIRSCHMAN, 1992, p. 73).

Neste caso, o intuito é pregar o medo da mudança, qualificando-a como, se não impossível, inviável em vista de suas conseqüências. Dessa forma, ainda que, em tese, a mudança possa ser boa, ela implicará sacrifícios tais que a impossibilitam.

Como é possível perceber, as teses reacionárias baseiam-se, sobretudo, no *pathos* na tentativa de desqualificar a mudança. Contudo, engana-se quem pensa que por isso elas são simples. Na verdade, como demonstraremos em nossa análise, as estratégias argumentativas envolvidas na criação de textos dessas categorias são bastante ardilosas e buscam, entre outras coisas, provocar, senão a adesão, a desconfiança do público.

6 Pressupostos metodológicos

Como já demonstramos, nosso objetivo aqui é analisar a organização argumentativa de *fake News* relacionadas à Pandemia de Covid-19, visando identificar sua força argumentativa, a partir da análise dos argumentos usados.

Buscamos coletar mensagens recebidas via *whatsapp* e, para tanto, pedimos a todos os nossos contatos, além dos grupos dos quais participamos, que nos repassassem mensagens consideradas duvidosas sobre o Coronavírus. No total, obtivemos, entre abril de 2020 e fevereiro de 2021, 139 mensagens.

Neste universo, pudemos verificar que muitas delas tinham temas comuns, como, por exemplo, supostos casos de pessoas que morreram ou tiveram reações graves às vacinas. Dessa forma, desconsideramos textos que tinham o mesmo tema ou variações pequenas de conteúdo. Devido aos limites deste texto, decidimos, ao final, analisar três *fake News*, cada

uma exemplificativa das três categorias elencadas por Hirschman (1992): A Tese da Perversidade, A Tese da Futilidade e a Tese do Medo.

Todas as três *fake News* selecionadas foram atestadas como tal pelos sites especializados na checagem de notícias falsas, Fato ou Fake,⁸ Aos fatos⁹ e Agência Lupa.¹⁰ Consideramos estas três amostras como prototípicas dos principais temas que, em conjunto, dão-nos um panorama do pensamento negacionista.

As três *fake News* selecionadas tiveram como meio de difusão o *whatsapp* que, segundo pesquisa da Fundação Oswaldo Cruz,¹¹ é responsável por 73,7% das informações e *fake News* sobre o Covid-19 que circulam na internet.¹²

Entendemos *fake News* aqui conforme Bounegru, Gray, Venturini e Mauri (2017), para quem esse fenômeno é inerente ao meio digital por contar com sua própria estrutura algorítmica no desenvolvimento de estratégias persuasivas que buscam cooptar o público.

Com base nas categorias maiores de Hirschman (1992), buscamos analisar a estrutura argumentativa de cada *fake News*, a partir dos argumentos utilizados, tendo como embasamento os tipos de argumentos segundo a Nova Retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996).

Além dessas três categorias principais, buscamos analisar como o *ethos*, verificado pelas características do próprio perfil digital de onde emana o *post*, e o *pathos*, verificado pelas estratégias linguísticas de apelo sentimental, buscam também mobilizar a opinião pública em favor das três categorias da retórica da intransigência de Hirschman (1992).

Dessa forma, acreditamos que é possível ter uma ideia melhor sobre a força de persuasão das *fake News* e seu risco para a sociedade, como buscaremos demonstrar em nossa análise a seguir.

⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>. Acesso em: 14 fev. 2020

⁹ Disponível em: <https://www.aosfatos.org/>. Acesso em: 14 fev. 2020

¹⁰ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>. Acesso em: 14 fev. 2020

¹¹ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-04/whatsapp-e-principal-rede-de-disseminacao-de-fake-news-sobre-covid-19>. Acesso em: 21 fev. 2021

¹² Por serem textos de livre circulação nas redes sociais, não houve necessidade de autorização de seus criadores.

7 A campanha de desinformação em *fake News* sobre Covid-19

Desde já queremos salientar que, ao contrário do que se possa imaginar, nem sempre é fácil determinar que algo noticioso possa ser considerado uma *fake News*, como teremos oportunidade de demonstrar. Isso se deve a alguns fatores:

Primeiramente, devido à lógica própria das redes sociais e aplicativos de mensagem que se baseiam principalmente no estímulo ao compartilhamento e à visualização dos conteúdos, nem sempre tendo em conta sua origem ou sua veracidade.

Temos ainda de considerar que a enxurrada de informações a que somos submetidos diuturnamente dificulta a leitura crítica e atenta dos textos, o que facilita o compartilhamento irresponsável. Dessa forma, mesmo leitores altamente capacitados podem, ocasionalmente, repassar uma *fake News* por descuido, como já tivemos a oportunidade de constatar pessoalmente.

Há ainda o fato de que as *fake News* hoje em dia são construídas de forma, muitas vezes, bastante ardilosa, mesclando fatos verídicos com falsos, utilizando-se, inclusive, com certa frequência, de termos técnicos que dificultam o entendimento do cidadão comum.

Cabe ainda salientar a quase impossibilidade de rastrear a origem da mensagem, replicada inúmeras vezes e impulsionada por *bots* e perfis falsos que não só repassam, mas servem também de instâncias validadoras ao comentarem, acrescentarem e reafirmarem as informações da mensagem.

A quantidade e a reiteração das informações no meio digital são fatores primordiais que criam uma falsa sensação de consenso, ou, até mesmo, de verdade. Dessa forma, um mesmo cidadão pode receber várias mensagens com um mesmo tema, o que pode criar uma falsa noção de validade. Por exemplo, quando vemos diversas *fake News* sobre pessoas que morreram ou tiveram reações adversas às vacinas contra o Covid-19 em vários lugares do país e do mundo, isso acaba criando, no mínimo, uma sensação de dúvida e receio que pode impedir cidadãos de se imunizarem.

Por tudo isso, embora a contrainformação e as notícias falsas sejam artifícios que remontam aos mais distantes períodos da vivência humana, o fenômeno das *fake News* deve ser encarado como algo distinto, próprio do ambiente digital e de sua lógica algorítmica.

Como já comentado anteriormente, o *corpus* selecionado foi dividido para a análise em três categorias de acordo com as três teses dos movimentos reacionários, segundo Hirschman (1992). Identificamos o movimento negacionista como uma proposta reacionária por pregar contra as evidências científicas e as instâncias jornalísticas profissionais. Em contrapartida, esse movimento busca se basear no apelo e na crença popular, bem como em teorias conspiratórias diversas que visem legitimar sua visão de mundo.

Passemos, então, a examinar os três exemplos prototípicos das teses reacionárias em relação à Pandemia de Covid-19.

7.1 Exemplo 1: a tese da perversidade

Como já comentado, essa tese visa, sobretudo, causar a desconfiança e é bastante engenhosa ao se aproveitar de um pressuposto inerente a qualquer mudança: é difícil prever os resultados daquilo que é novo. Dessa forma, mudanças, mesmo que em contextos altamente preocupantes como a pandemia atual podem ser encaradas com desconfiança, sobretudo, quando se põem em dúvida a própria estrutura que fundamenta o real, como teremos oportunidade de analisar a partir do exemplo a seguir:

FIGURA 1 – Fake News sobre certidão de óbito errada



Fonte: Mensagem de *whatsapp*

Essa *fake News* e todas as demais semelhantes a essa, como, por exemplo, casos de pessoas atropeladas cujo atestado de óbito supostamente teria sido emitido com *causa mortis* o Covid-19, baseiam-se em uma teoria da conspiração bastante comum entre os negacionistas: os governos estão tentando causar pânico na população, forjando, para tanto, atestados de óbito como parte de um plano internacional maquiavélico.

Esse pressuposto encontra base em notícias e denúncias, algumas formais, como, por exemplo, a denúncia do Sindicato dos Médicos do Ceará ao Ministério Público¹³ de que médicos estariam sofrendo pressão para atestarem óbitos duvidosos como Covid-19.

Como parece ser parte da estratégia argumentativa usada na difusão de *fake News*, há um aproveitamento de fatos verídicos mesclados com falácias, visando dificultar a verificação da autenticidade e gerar confusão e desconfiança no público.

O *post* acima é baseado de fato em uma confusão na identificação da *causa mortis* de um cidadão de Pernambuco cujo atestado de óbito, inicialmente tendo como causa o Covid-19, teve de ser retificado após exames laboratoriais atestarem como causa outro vírus respiratório, a Influenza A, conforme apurado por meios especializados, como, por exemplo, o site Aos Fatos.¹⁴

Podemos enquadrar esse texto dentro da categoria da Tese da Perversidade, segundo a qual, “a tentativa de empurrar a sociedade em determinada direção fará com que ela, sim, se mova, mas na direção contrária (HIRSCHMAN, 1992, p. 18-19), ou seja, há, por trás dos movimentos sociais, uma tentativa de camuflar as reais intenções dos grupos políticos que pregam uma ideia com o fim de levar a sociedade a um caminho diferente com consequências desastrosas para o cidadão comum.

Nessa mesma categoria, enquadram-se todas as *fake News* baseadas em Teorias da Conspiração, como, por exemplo, aquelas que alegam que o Covid-19 teria sido criado em laboratório e/ou controlado

¹³ Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/republica/breves/medicos-do-ceara-acionam-mp-suposta-pressao-atestar-covid-em-obitos/>. Acesso em: 20 fev. 2021.

¹⁴ Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/morte-de-borracheiro-nao-consta-de-dados-oficiais-de-letalidade-pelo-novo-coronavirus/>. Acesso em: 16 fev. 2021.

por grandes companhias com fins lucrativos ou ainda mirabolantes planos advindos de sociedades secretas com vistas ao controle populacional, controle das mentes ou, até mesmo, a alteração do código genético humano.

Pode-se perceber que o *ethos* invocado pelo perfil da Rede Social do usuário e pelo texto é o de uma cidadã comum indignada com um suposto erro na certidão de óbito. Fica claro também que a conclusão de que esse erro seria parte de uma trama maquiavélica não é exposta textualmente, mas fica, de alguma forma, implícita e, portanto, a cargo do leitor.

Há neste caso ainda um forte apelo ao *pathos*, aos sentimentos de indignação com o erro na Certidão de Óbito e pena pela suposta morte trágica de um trabalhador, assim como pelo sofrimento da família, duplamente ultrajada, o que certamente contribui para uma maior proximidade do leitor com o texto, facilitando sua adesão à mensagem.

Com isso, podemos entender que o texto baseia-se em um Acordo Prévio que se estrutura numa ideia de (re)fundação da realidade no contexto da Pandemia de Covid-19 em que se põe em dúvida a própria existência da Pandemia. Em relação ao Acordo sobre o Preferível, o texto busca mobilizar os valores da família e da indignação com as falhas dos serviços.

Sobre os tipos de argumentos mobilizados, podemos perceber que o texto se enquadra no que Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) denominam de Argumentos que Fundam a Estrutura do Real. Como tal, o texto visa modificar a crença de seu público a partir da estratégia argumentativa do exemplo, pelo qual busca-se abstrair uma regra a partir de um caso particular. Nesse caso, fica implícito que, se aconteceu isso neste caso particular, é possível que aconteça em vários outros, o que coloca em dúvida os números sobre a quantidade de óbitos por Covid-19 e, até mesmo, a Pandemia em si.

Como é possível perceber a partir do exemplo exposto, em geral, as *fake News* são textos bem elaborados, se levarmos em conta seu objetivo de desacreditar e confundir o público sobre a Pandemia de Covid-19. Portanto, não é simples para o cidadão comum, muitas vezes pouco escolarizado, identificar seus conteúdos como falsos ou parcialmente falsos, como no caso acima e nos que analisaremos a seguir.

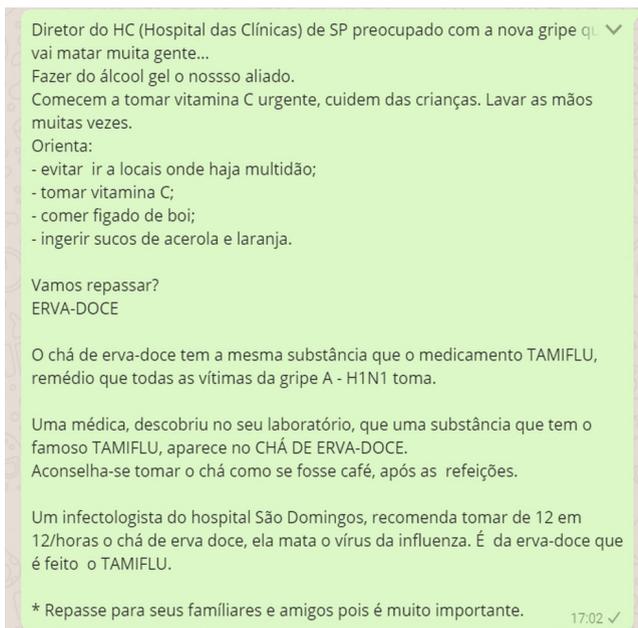
Dessa forma, esse fenômeno torna-se extremamente perigoso e danoso à sociedade, uma vez que, dadas as características intrínsecas

às redes sociais digitais, o seu alcance é muito maior do que qualquer outra espécie de desinformação que tínhamos antes dos computadores e *smartphones*.

Cabe então aqui salientar a necessidade que a sociedade em geral, as Ciências da Linguagem em particular e, sobretudo, o ensino como um todo, mas especialmente o de Língua Materna, têm em agir contra esse tipo de estratégia maquiavélica, promovendo a reflexão crítica dos cidadãos de forma a questionarem tudo o que lhes chega às mãos, pois só dessa forma podemos minimizar o alcance das *fake news* e seu poder de destruição.

7.2 Exemplo: A tese da futilidade

FIGURA 2 – *Fake News* sobre chá de erva-doce



Fonte: Mensagem de *whatsapp*

Neste caso, chama atenção logo à primeira vista a forma como o referente Covid-19 é invocado no texto: “a nova gripe”. Isso nos mostra concretamente o pressuposto no qual se baseia esse e outros textos semelhantes, o Covid-19 é uma gripe comum, do tipo Influenza.

Essa mensagem, devidamente desmascarada como *fake news* por especialistas,¹⁵ pode ser enquadrada dentro da categoria das Teses da Futilidade da Retórica da Intransigência de Hirschman (1992). Como tal, seu objetivo é desqualificar, ridicularizar a tese científica contrária que demonstra que o Covid-19 é um tipo não apenas “novo”, mas desconhecido de doença respiratória e que, até aquele momento, não tinha remédio com eficácia comprovada nem mesmo vacina.

Como no exemplo anterior, vemos aqui, mais uma vez, a estratégia argumentativa de mesclar informações falsas e verdadeiras no texto. Dessa forma, vemos medidas cientificamente comprovadas, como uso do álcool em gel, higiene das mãos e distanciamento social, ao lado de ações sem qualquer eficácia comprovada contra o Covid-19, como “tomar vitamina C”, “comer fígado de boi”, “ingerir sucos de acerola e laranja” e, com bastante destaque, “tomar chá de erva doce” que, segundo o texto, teria a mesma substância com que é feito o remédio Tamiflu, o que foi negado pelo laboratório fabricante desse medicamento.

Quanto à sua estrutura argumentativa, esse texto tem como base uma argumentação fundada na Estrutura do Real (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996). Dessa forma, pelo Acordo Prévio, não se nega a existência do Covid-19, nem mesmo seu perigo (“vai matar muita gente”), mas busca-se criar uma lógica segundo a qual essa doença teria solução, tal como qualquer outra gripe do tipo Influenza, o que sabemos ser uma falácia já que o Covid-19 não se enquadra nos tipos de Influenza.¹⁶

¹⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2019/04/24/e-fake-que-diretor-do-hc-mandou-mensagem-com-dicas-para-evitar-gripe-e-que-tamiflu-e-feito-de-erva-doce.ghtml>. Acesso em: 20 fev. 2020.

¹⁶ Caso haja interesse do leitor nessa discussão, e pensando que este não é um foco de nossa análise e que nosso leitor provavelmente não é um especialista na área médica, indicamos a seguinte notícia que o direcionará a um dos estudos mais extensos e recentes sobre a diferença entre esses dois tipos de vírus. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/coronavirus/covid-19-tem-triplo-da-letalidade-da-gripe-mostra-estudo-frances-24801683>. Acesso em: 14 fev. 2021

O texto busca passar uma impressão de objetividade científica, sendo esse o principal valor estabelecido pelo Acordo Prévio. Por isso, não há qualquer indício de um *ethos* aparente de sua autoria, mas sim um *ethos* baseado em argumentos de autoridade falsos a partir da menção a cargos e profissões da área da medicina. Pode-se perceber que esse viés “científico” faz com que esse exemplo, ao contrário do anterior, não apele tanto ao *pathos*, a não ser em sua última linha em que se refere ao cuidado da família e amigos.

Chama a atenção também o fato de que não há qualquer menção a nomes de pessoas, conferindo ao texto um anonimato quase total que pode causar desconfiança para um leitor mais experiente, mas também pode sugerir uma ideia de informação exclusiva, confidencial e, dessa forma, ludibriar leitores menos atentos.

Perceba também o chamamento “vamos repassar” que apela ao compartilhamento desta falsa informação, promovendo assim sua difusão e validação por outros leitores. De fato, como já dito, o *whatsapp* tornou-se o principal meio de difusão de *fake news*, sendo esse, por suas características próprias, um dos meios mais difíceis de rastrear a criação e difusão de mensagens.

Tal como o primeiro exemplo, percebemos que o texto analisado é construído de forma a dificultar a verificação de sua veracidade e a persuadir ou, pelo menos, confundir o público, gerando desconfiança nas informações oficiais e, de fato, científicas.

7.3 Exemplo 3: a tese do medo

Uma terceira tese comum aos movimentos reacionários, conforme Hirschman (1992), é a Tese do Medo, pela qual se busca provocar não apenas a desconfiança, mas o medo da mudança, ao sugerir ou salientar suas possíveis consequências negativas, como é possível perceber no exemplo a seguir.

FIGURA 3 – Fake News sobre relatório do FDA

17 de dezembro às 16:40

◆ O documento informativo da FDA sobre a vacina Covid da firma Moderna. Seis pessoas que tomaram a vacina morreram. Em 2 casos, a causa da morte é desconhecida. A maioria das pessoas morreu 30-45 dias após a injeção. Essas vacinas não curam nada. Essas vacinas são a doença.

4_5970072870074713...

AEs that occurred within 30 minutes of vaccination demonstrated comparable rates across study groups (0.6% vaccine, 0.6% placebo), and none of the events reported in the vaccine group were considered serious.

Study Withdrawals due to an Adverse Event (Safety Set)

Adverse events that led to discontinuation of vaccination were reported in 0.3% in the vaccine group and 0.5% in the placebo group. Following the November 25, 2020 cutoff, 4 participants were withdrawn from the study due to an adverse event (2 vaccine recipients and 2 placebo recipients). The two AEs reported in the vaccine group were acute pancreatitis and road traffic accident, and the two AEs reported in the placebo group were incarcerated hernia and duodenal ulcer hemorrhage. FDA's review of data through this latter time point is ongoing.

Serious Adverse Events

Deaths

As of December 3, 2020, 13 deaths were reported (6 vaccine, 7 placebo). Two deaths in the vaccine group were in participants >75 years of age with pre-existing cardiac disease; one

42

Moderna COVID-19 Vaccine
VRBPAC Briefing Document

participant died of cardiopulmonary arrest 21 days after dose 1, and one participant died of myocardial infarction 45 days after dose 2. Another two vaccine recipients were found deceased at home, and the cause of these deaths is uncertain: a 70-year-old participant with cardiac disease was found deceased 57 days after dose 2, and a 56-year-old participant with hypertension, chronic back pain being treated with opioid medication died 37 days after dose 1 (The official cause of death was listed as head trauma). One case was a 72-year-old vaccine recipient with Crohn's disease and short bowel syndrome who was hospitalized for thrombocytopenia and acute kidney failure due to obstructive nephrolithiasis 40 days after dose 2 and developed complications resulting in multiorgan failure and death. One vaccine recipient died of suicide 21 days after dose 1. The placebo recipients died from myocardial infarction (n=3), intra-abdominal perforation (n=1), systemic inflammatory response syndrome in the setting of known malignancy (n=1), COVID-19 (n=1), and unknown cause (n=1). These deaths represent events and rates that occur in the general population of individuals in these age groups.

Non-fatal Serious Adverse Events

Among participants who received at least one dose of vaccine or placebo (N=30,351), the proportion of participants who reported at least one SAE from dose 1 to the primary analysis cutoff date (November 25, 2020) was 1% in the mRNA-1273 group and 1% in the placebo group. The most common SAEs occurring at higher rates in the vaccine group than the placebo group were myocardial infarction (0.03% in vaccine group, 5 cases vs. 3 cases in placebo group), cholecystitis (0.02% in vaccine group, 3 cases vs. 0 cases in placebo group), and

7 2 comentários 100 partilhas

Fonte: Mensagem de *whatsapp*

No exemplo em tela, percebe-se que se nega a estrutura do real baseada na Ciência, buscando, através do acordo prévio, colocá-la em xeque a partir da fundamentação de uma outra Estrutura do Real na qual as vacinas são “danosas e podem causar a morte”, tomando como valor primordial “a vida”, ameaçada pela vacina. É possível ainda verificar que, pela própria lógica da tese, há um forte apelo ao *pathos* ao afirmar que a vacina é um mal.

Mais uma vez, percebemos a mesma estratégia argumentativa de distorcer os fatos para gerar dúvida. De fato, o não só citado, mas incorporado relatório da FDA, agência reguladora americana, cita 13 mortes entre voluntários dos testes da vacina contra Covid-19 do laboratório Moderna, dos quais 6 tomaram a vacina e outros 7 placebo, conforme pode-se comprovar no trecho circulado no texto. Contudo, como demonstrado pela verificação do site Aos Fatos,¹⁷ o citado relatório menciona que não há qualquer evidência de que os óbitos tenham tido como causa a vacina, mas sim doenças crônicas anteriores.

Com relação à sua estrutura retórica, verificamos que o texto foi replicado à época por diversos perfis tanto do *Facebook* como do *Instagram* e também o encontramos em mensagens do *whatsapp*, tal como na figura 3, sem qualquer menção a um perfil. Podemos defini-lo, como na maioria das *fake News*, como um texto anônimo em que se pode sugerir algo tal como uma informação confidencial ou exclusiva.

O principal argumento mobilizado no texto é o exemplo que se enquadra dentro do tipo dos argumentos que buscam fundamentar uma Estrutura do Real. Neste caso, o argumento baseado no exemplo tem uma grande força persuasiva, porque aproxima o leitor do texto, ainda que seja um caso em um país distante. Como em qualquer tipo de argumentação desse tipo, sua intenção é, a partir de um ou mais casos particulares, abstrair uma regra geral, no caso, falaciosa.

Mas há ainda um outro tipo de argumento mobilizado, o argumento de autoridade, por meio da citação direta em inglês do relatório do FDA, que fundamentaria as alegações do texto. O relatório, citado no original, dá ares de maior credibilidade ao texto e dificulta,

¹⁷ Disponível em: <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/seis-voluntarios-faleceram-por-terem-tomado-a-vacina-contr-a-covid-19-produzida-pela-moderna>. Acesso em: 21 fev. 2021

para o leitor comum, desconhecedor daquela língua, a verificação de sua veracidade.

Mais uma vez, percebemos que a estratégia de distorcer os fatos é comum às *fake News*, de forma a causar confusão e desconfiança em seu público.

8 Considerações finais

Como buscamos demonstrar, ao contrário do que possa parecer à primeira vista, as *fake News* nem sempre são fáceis de ser identificadas como tal, isso porque os textos têm mobilizado estratégias ardilosas, distorcendo dados e enxertando falácias em meio a fatos de forma a confundir seus leitores. Além do mais, os meios usados para criação e difusão dessas mensagens e os números que demonstramos dos cidadãos que recebem e acreditam em alguma *fake News* demonstra o poder de persuasão que têm.

Salientamos uma vez mais que este é um fenômeno inerente ao meio digital, em que se encontram as melhores condições para se difundir em uma escala exponencial, atingindo um público imenso e bastante diversificado. De fato, a própria lógica da grande rede, baseada em algoritmos, facilita o disparo e a replicação em massa das *fake News*, o que pode contribuir para a criação de uma falsa ideia de consenso e verdade, uma vez que os *bots* e perfis falsos ou mesmo remunerados podem servir como formas de replicação e validação das informações, tal como demonstramos aqui.

Dessa forma, esse fenômeno de grande escala torna-se extremamente danoso e perigoso para sociedade e seus ideais democráticos e científicos. Por isso, acreditamos que ações devam ser tomadas para frear seus avanços na *Internet* e, para tanto, não bastam as tentativas de melhorar os algoritmos para detectarem *fake News* nem mesmo leis específicas para este fim. É preciso incentivar, sobretudo nas escolas, o exercício da leitura crítica e seletiva, de forma que os cidadãos estejam prevenidos contra esta e outras armadilhas do meio virtual.

Referências

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, [S.l.], v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>. Disponível em <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em: 21 fev. 2021.

ARISTÓTELES, *Retórica*. Introdução de Manuel Alexandre Júnior. Tradução do grego e notas de Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. Lisboa: INCM, 1998.

AYMANN, C.; FOERSTER, J.; GEORG, C. P. *Fake News in Social Networks*. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1708.06233>. Acesso em: 20 fev. 2021.

BARTHES, R. L'ancienne rhétorique. Aide-mémoire. *Communications*, Paris, n. 16, p. 172-229, 1970. DOI: <https://doi.org/10.3406/comm.1970.1236>.

BOUNEGRU, L.; GRAY, J.; VENTURINI, T.; MAURI, M. *A Field Guide to Fake News*. [S.l.]: Public Data Lab, 2017. Disponível em: <https://fakenews.publicdatalab.org/>. Acesso em: 14 fev. 2021.

FOGG, B. J. *Persuasive Technology*. Using Computers to Change What We Think and Do. San Francisco: Morgan Kaufmann, 2003. DOI: <https://doi.org/10.1145/764008.763957>.

HIRSCHMAN, A. O. *A retórica da intransigência: perversidade, futilidade, ameaça*. Trad. Tomás Rosa Bueno. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. *Marketing 4.0: do tradicional ao digital*. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2017.

LANHAM, R. A. *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts*. Chicago: University of Chicago Press, 1993. DOI: <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226469126.001.0001>.

MATEUS, S. *Introdução à retórica no séc. XXI*. Covilhã: Ed. LabCom. IFP, 2018.

MEYER, M. C.; TIMMERMANS B. *História da Retórica*. Lisboa: Temas e Debates, 2002.

- PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado da argumentação. A nova retórica*. Trad. Maria E. G. G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- REBOUL, O. *Introdução à retórica*. Trad. Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- RICOEUR, P. *A Metáfora Viva*. Trad. Joaquim Torres Costa e António M. Magalhães. Lisboa: Rés, 1983.
- SCHOPENHAUER, A. *Como vencer um debate sem precisar ter razão – em 38 estratagemas (Dialética Eristica)*. Introdução, notas e comentários de Olavo de Carvalho. Trad. Daniela Caldas e Olavo de Carvalho. Rio de Janeiro: Topbooks, 1997.
- TODOROV, Tzvetan. Fim da retórica. In: *Teorias do Símbolo*. Trad. Maria de Santa Cruz. Lisboa: Edições 70, 1979.
- VARELA, J. Blogs vs. SMS: Periodismo 3.0, la socialización de la información. *Revista Telos*, Madri, v. 65, p. 68-76, 2005.
- VOLKOFF, V. *Pequena história da desinformação: do Cavalo de Tróia à Internet*. Trad. Fernando Cascais. Curitiba: Ed. Vila do Príncipe, 2004.
- WARNICK, B. *Rhetoric Online: Persuasion and Politics on the World Wide Web*. Berne: Peter Lang, 2007.