

---

## AS PROVAS RETÓRICAS NA CONSTRUÇÃO DE UMA *FAKE NEWS*

Nathalia Melati<sup>1</sup>

Doutoranda em Língua Portuguesa - PUC-SP

### RESUMO

O termo *fake news* se disseminou na esfera pública e na privada. Essa variedade de informações criadas com a intenção de prejudicar um alvo costumam integrar uma rede de textos que reforçam a mesma tese. Este artigo se propõe a analisar uma *fake news* a partir das provas retóricas: *ethos*, *pathos* e *logos*. A hipótese apresentada é que, ainda que constituída por um *logos* reconhecido como falso, esses textos apresentam força argumentativa a partir da relação entre *pathos* e *ethos*. A análise do texto com base no passo a passo metodológico descrito por Galinari (2014) proporcionou compreender o imbricamento entre as três provas em busca da adesão do auditório.

**Palavras-chave:** Retórica. Argumentação. *Fake news*. Redes sociais.

### Introdução

É julho de 2020, o número de mortos pelo Covid-19 contrapõe-se à disputa discursiva pelo poder no Brasil. Com o agravamento das crises sanitária, econômica, educacional e política, vivemos em sobressalto. As desigualdades sociais estão, pouco a pouco, sendo escancaradas pela realidade. Apesar disso, ou talvez por isso, assistimos a uma disputa entre a verdade e a falsidade da palavra em jornais e revistas. O Superior Tribunal Federal (STF), por exemplo, conduz uma investigação sobre a disseminação de notícias falsas e ameaças a integrantes da corte. Os membros da corte dividem-se em réus, promotores e juízes em um inquérito contraditório. No centro da discussão, um assunto ainda mais polêmico: as *fake news*.

O termo, facilmente traduzido como **informações falsas**, disseminou-se tanto na esfera pública quanto na privada. Enquanto o STF apura o inquérito das *fake news*, o Congresso Nacional instaurou uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, a CPMI das *Fake News*. Na comunicação cotidiana, a expressão populariza-se e é usada como sinônimo de mentira, calúnia, falsidade. Também as pesquisas acadêmicas são impactadas pela proliferação das *fake news*. Discutimos, inclusive, o próprio uso do termo *fake news* por publicações científicas, justamente por ser aplicado em contextos diversos.

---

<sup>1</sup> Endereço eletrônico: nathaliamelati@gmail.com

Talvez *fake news* seja insuficiente para os propósitos acadêmicos, mas certamente auxilia na manutenção do diálogo entre pesquisadores. A pesquisa acadêmica precisa ser indexada a partir de palavras-chave para reunir as publicações, o que possibilita uma troca constante entre pesquisadores de diferentes universidades, países e disciplinas. Por isso, usar o termo no meio acadêmico é uma maneira de integrar esses estudos, além de facilitar a busca para o público geral. Isso implica, no entanto, revisitar o conceito de *fake news* a cada publicação, um movimento alimentado por constantes descobertas e proposições.

Dada a importância do tema perante a sociedade, este artigo se propõe a analisar uma *fake news* a partir das provas retóricas. Para isso, se divide em duas partes: primeiro, refletimos sobre redes sociais, falsidade e retórica para delimitarmos nossa base teórica. Em seguida, apresentamos um texto selecionado pela agência Aos Fatos para checagem quanto à veracidade de suas informações e o analisamos.

### **Sobre redes sociais e *fake news***

A criação da internet, assim como foi a do rádio e da televisão, é uma condição material que modificou a forma como nos comunicamos. Observamos a criação e a evolução de um espaço de debate constante: as redes sociais. Elas oferecem ao usuário tanto a sensação de proximidade com o outro quanto a possibilidade de expressar opinião. É nesse ambiente que interagimos, ainda que de maneira diferente. No Facebook, por exemplo, é possível curtir a partir de uma variedade de *emojis*, pode-se expressar tristeza, alegria, raiva, contentamento. Já o Twitter permite apenas curtir as publicações. A possibilidade de texto também difere. O Facebook oferece a possibilidade de textos longos, o Instagram privilegia a foto, o Twitter, o comentário e o YouTube, o vídeo. Cada rede, assim, propõe um tipo de postagem, ainda que essa divisão não seja tão rígida já que postagens de uma circulam em outra.

As redes são o terreno fértil das *fake news*. Nas eleições norte-americanas de 2016, o termo se popularizou com o então candidato Donald Trump, que classificava como *fake news* as notícias desfavoráveis à sua candidatura. Essa foi a primeira eleição em que se disseminou massivamente textos com informações falsas nas redes sociais, como o Twitter, o Facebook e o WhatsApp. Como as *fake news* são lidas, curtidas e compartilhadas pelas redes sociais, olhar para o funcionamento das redes nos ajuda a entender a disseminação da informação falsa em larga escala. A personalização do conteúdo, por exemplo, cria as chamadas bolhas. O usuário se vê cercado por publicações que repetem o mesmo padrão. Há quem apenas curta e

---

compartilhe postagens engraçadas porque é só isso que está visível. Como nos explica Santaella (2018), as redes se baseiam nas escolhas do usuário, “portanto, não é mais uma mera questão de apenas demonizar o poder das redes, pois elas não fazem outra coisa a não ser nos devolver o retrato de nossas mentes, desejos e crenças” (SANTAELLA, 2018, p. 16).

As *fake news* são uma variedade de informações criadas com a intenção de prejudicar uma pessoa, uma instituição, uma ideia, enfim, um alvo. Elas podem apresentar dados manipulados, utilizar dados verdadeiros de forma errada, dentre outras variações (FERRARI, 2018). Discursos classificados por agências de checagem como falsos costumam integrar uma rede de textos. É possível analisar discursivamente um texto considerado *fake news*, como este artigo se propõe mais adiante, mas ele é um discurso reforçado por outros. Um texto com informações falsas integra um conjunto de textos que partem das mesmas premissas. Com isso, cria-se um momento oportuno para uma maior interação dos usuários com esses textos.

Há um debate sobre o ineditismo das *fake news*, uma vez que a falsidade, a mentira e a calúnia não são uma novidade. O historiador Worthington (2020) nos conta, por exemplo, sobre como os oradores gregos transformavam fatos históricos em argumentos nos seus discursos. Os oradores acabavam por moldar a história de acordo com o seu propósito. Um dos exemplos apontados é sobre dois famosos oradores gregos: Demóstenes (384-322 a.C.) e Ésquines (389-314 a.C.). O primeiro, em seus discursos, expôs sua preocupação com a expansão de Filipe II, rei da Macedônia, e incitou os atenienses à ação. Quando Atenas perdeu a guerra contra a Macedônia, Demóstenes foi reconhecido como um célebre opositor de Filipe. Já Ésquines, segundo Worthington (2020), era menos beligerante. Os dois oradores participaram das negociações de paz entre Atenas e Macedônia. Sobre o primeiro encontro, Ésquines descreve um colapso de Demóstenes ao apresentar seu discurso. Diz ainda que o próprio Filipe o encorajou a continuar defendendo as suas ideias.

Não há, de acordo com Worthington (2020), outros registros do suposto colapso de Demóstenes. O historiador argumenta que sabemos que Demóstenes era gago e, portanto, ele poderia ter gaguejado em sua apresentação. Isso, no entanto, não parece ter influenciado a opinião pública sobre ele. Os gregos ficaram de alguma forma satisfeitos com o primeiro discurso de Demóstenes, já que o enviaram a uma segunda conversa de negociação, o que torna o seu colapso improvável. O autor conclui que “devemos, portanto, estar atentos a uma manipulação de eventos e a fabricação de *Fake News* com efeito retórico – antes e agora” (WORTHINGTON, 2020, p. 46).

A diferença entre as manipulações gregas e as nossas é o alcance conquistado pelas *fake news*. Esses discursos formam a desordem informativa, um ruído na comunicação virtual (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017). Os usuários precisam, sempre, analisar as informações encontradas e julgá-las como verdadeiras ou falsas de acordo com os seus saberes. São textos aparentemente simples, mas eficazes porque conquistam a adesão de auditório amplo. Para compreender a força das provas retóricas utilizadas por uma *fake news*, buscamos reflexões sobre a falsidade e as provas empregadas nesses discursos.

### Breve apresentação da retórica

Talvez a retórica, assim como as *fake news*, também precise ser apresentada. Aristóteles (384-322 a.C.) a define como “a faculdade de observar, em cada caso, o que este encerra de próprio para criar a persuasão” (ARISTÓTELES, 2011, p. 44) em “Retórica”, obra fundadora da disciplina. Além de Aristóteles, destacamos, a partir de Ferreira (2010), as contribuições de sofistas, Platão, Cícero e Quintiliano para a retórica. Os estudos retóricos integraram os manuais de educação básica e os currículos universitários. Até que, em 1885, a retórica perdeu seu prestígio. A retórica foi retirada dos currículos já que “diante das descobertas positivas da pesquisa histórica, nenhuma posição fundada no bom senso, no consenso, na opinião, na *doxa* ou nos lugares comuns pode[ria] ser seriamente sustentada” (PLANTIN, 2008, p. 13-14). Os estudos são retomados, em 1960, por Perelman e Tyteca (2014).

A Nova Retórica foi retomada, discutida e debatida por autores como Reboul (2004) e Meyer (2018). É uma retórica que explora a eficácia dos discursos a partir do uso argumentativo das provas retóricas: *logos*, *ethos* e *pathos*. Alguns autores, com a leitura dos textos clássicos, retomam também o pensamento sofista, nem sempre retratados de maneira elogiosa nos escritos retóricos. Sabemos que os sofistas foram professores e exigiam uma remuneração alta pelo seu trabalho. O sofista Protágoras, no diálogo “Sofista” (PLATÃO, 2007), afirma ser sábio e capaz de ensinar a sabedoria aos jovens. Aristóteles (2016), no entanto, discorda: o sofista é aquele que aparenta ser sábio, mas não é. Platão (427?-347? a.C.) define-o como “um caçador remunerado no encalço dos jovens e ricos” (PLATÃO, 2007, p. 196). De qualquer forma, os filósofos registraram nas suas obras a base do pensamento sofista, ainda que para refutá-la. No diálogo “Teeteto”, Sócrates e o jovem Teeteto buscam compreender o que é o conhecimento. Questionam, então, o pensamento de Protágoras, a quem é dada a palavra:

demostra, se puderes, que as percepções de cada pessoa não constituem seus próprios eventos pessoais, ou que se constituem, daí não se conclui que a coisa que aparece *vem a ser* – ou se nós é facultado falar de *ser* – é somente para a pessoa a quem aparece. (...) sustento que a verdade é como escrevi: cada um de nós é a medida das coisas que são e das que não são. (PLATÃO, 2007, p. 95)

O desafio do sofista se dirige a Sócrates e o incita a debater com seriedade as concepções sofistas. Para ele, não é possível que alguém pense uma falsidade, ou seja, pense em algo que não é ou que não foi experimentado por essa pessoa. Por isso, Protágoras classifica as proposições como **melhores**, não “mais verdadeiras”. Sócrates refuta essa ideia e argumenta: a falsa opinião existe, é uma opinião trocada, pensa-se sobre uma coisa algo que se refere a outra. Há, então, uma opinião correta a respeito das coisas. Sócrates e Teeteto não chegam a uma definição exata, mas estabelecem como hipótese que “o conhecimento é a opinião verdadeira associada ao discurso racional” (PLATÃO, 2007, p. 153). Saberíamos, com isso, que uma opinião é verdadeira a partir das provas apresentadas.

Protágoras defende que não há diferença entre “ser e parecer, opinião e verdade” (CASSIN, 2005, p. 66). Quem experimenta um fenômeno retém a sua aparência, que é verdadeira porque não se pode pensar uma falsidade, ou seja, algo que não é. Assim, as pessoas guardariam uma opinião que não é a melhor, mas não é, por isso, menos verdadeira. Os sofistas, para a autora, instauram uma problemática do valor, em lugar da discussão entre verdadeiro e o falso. Não é o caso da busca por dividir o bem do mal, mas calcular o melhor, o útil, e especificamente o “útil para”. A autora defende que a sofística “escolhe o tempo e seu curso contra o espaço e a presença” (CASSIN, 2005, p. 67). Identificado como *kairos*, esse tempo indica a circunstância em que o discurso passa a existir no universo da *doxa*, ou seja, integra a discordância de vozes, que resume os nossos valores, crenças e ideologias.

Aristóteles (2016) classifica os argumentos usados pelos sofistas como contenciosos. São silogismos, deduções lógicas, que parecem ser autênticas, mas não são. Essas deduções parecem verdadeiras “por conta da inexperiência das pessoas, pois os indivíduos inexperientes são como os que têm uma visão distanciada das coisas” (ARISTÓTELES, 2016, p. 579-580). Supondo que a base de um argumento seja considerada falsa, um discurso ainda pode obter a eficácia a partir da combinação das suas provas. A partir disso, buscamos uma análise das provas retóricas em uma *fake news* para demonstrarmos a sua eficácia.

Seguimos, como roteiro, o passo a passo metodológico proposto por Galianri (2014) a partir do *logos* retórico/ sofista. O autor enfatiza, com razão, que as análises retóricas observam

---

a adesão do discurso sob o prisma de uma ou duas das provas retórica, como o *logos* ou o *ethos* e o *pathos*, mas não necessariamente estabelecem relações entre elas. Conforme Galinari (2014), o analista deve observar o *logos* a partir da adesão intelectual (fazer-crer), da adesão comportamental (fazer-fazer), da adesão emotiva (fazer sentir) do discurso, do caráter dialógico do discurso e da sua relação com a *doxa* e o *kairos*.

Com essa primeira análise, deve-se voltar ao discurso buscando notar a relação entre as provas a partir da construção do *logos*, como a transcodificação do *logos* em *ethos* e a relação entre *pathos* e *ethos*. A proposta relaciona-se com as três ordens de finalidade do discurso retórico: *docere*, *movere* e *delectare* (FERREIRA, 2010, p. 16). Esse percurso de leitura enfatiza a importância das provas na eficácia do discurso. A análise apresentada na segunda parte deste artigo recupera uma proposta sugerida em Melati (2019) e retomada a partir do passo a passo metodológico proposto por Galinari (2014).

### **O *kairos* da balbúrdia universitária**

Pesquisadores da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) desenvolveram uma ferramenta que monitora 350 grupos abertos de WhatsApp, ou seja, grupos em que é possível participar a partir de *link* disponibilizado pelos administradores. Utilizando essa ferramenta, a Aos Fatos identificou que o envio de mensagens com universitários nus aumentou 950% entre os dias 1 e 2 de maio de 2019 (RIBEIRO, 2019). Os 16 textos selecionados e checados pela agência obtiveram, só no Facebook, ao menos 105 mil compartilhamentos. Dentre eles, selecionamos aquele com a argumentação composta por texto e foto. O texto, reproduzido abaixo, divide-se em três partes. A primeira apresenta escrito “o dinheiro será retirado disso” seguido de foto de estudantes sem roupas caminhando entre estudantes vestidos. Em seguida, “e investido nisso” acompanha uma foto de um trabalho escolar rodeado por estudantes e pela professora em uma sala de aula. Por último, após a conclusão “para evitar isso”, repete-se a primeira foto.



O diálogo entre discursos políticos, como é o caso, é registrado pela repercussão em veículos de comunicação. Sabemos, assim, que a circulação massiva da qual o texto faz parte é uma resposta à declaração do então ministro da Educação de Jair Bolsonaro. Em sua primeira entrevista, Abraham Weintraub afirmou que o imposto do contribuinte não é bem investido nas universidades federais. Para defender a sua tese, argumentou que os universitários são responsáveis por: “fazer festa, arruaça, não ter aula ou fazer seminários absurdos que agregam nada à sociedade” (*apud* AGOSTINI, 2019). No mesmo dia, o Ministério da Educação (MEC) anunciou um corte de 30% das dotações orçamentárias de três universidades: a Universidade Federal da Bahia (UFBA), a Universidade Federal Fluminense (UFF) e a Universidade de Brasília (UnB). Nas redes sociais, travou-se um debate entre quem apoiava e quem refutava a opinião do ministro. Este é o momento, então, que o discurso integra a *doxa*.

De acordo com o *meme*, o dinheiro investido em universidades federais fomenta situações em que alunos caminham nus livremente entre outros estudantes. Esse dinheiro seria, por isso, retirado e investido em educação básica para evitar esse comportamento pelos futuros universitários. O texto integra o universo das *fake news* porque falha em apresentar o contexto das fotos. A primeira imagem, por exemplo, registra um protesto realizado na UnB, em 2009. O ato apoiava a estudante Geisy Arruda, hostilizada na Uniban (Universidade Bandeirante de São Paulo), em São Bernardo do Campo, por usar roupas consideradas muito curtas. Além disso, apesar de a montagem sugerir, por conclusão lógica, um investimento na educação básica

da rede pública, a foto escolhida para ilustrar esse setor é de alunos vestidos com uniforme do sistema de ensino Objetivo, pertencente à rede privada.

Podemos, então, classificar a imagem como uma **informação falsificada** com base no quadro da desordem informativa proposto por Wardle e Deraksham (2017), ou seja, uma informação falsa criada deliberadamente com o objetivo de prejudicar um grupo social, delimitado como participantes da esfera da educação universitária federal. Nesse caso, a estratégia usada para gerar informação falsa compreende um **contexto falso**. Assim, apesar de a foto ser genuína, o *meme* não apresenta informação contextual adequada: falha em explicar que o nu representava um protesto e, portanto, a situação não faz parte do cotidiano universitário. Há ainda uma **conexão falsa** na imagem quando analisamos que a foto que representa a rede pública de educação básica retrata, na verdade, uma instituição privada.

Uma questão crucial para o estudo das *fake news* é a rede criada pelos textos. Classificamos algo como uma mentira quando é um caso isolado. As agências de checagem não se preocupam em verificar as mentiras particulares, privadas. Os textos são verificados quando se tornam relevantes. No nosso caso, a defesa dos bloqueios orçamentários não foi feita por um único discurso. Um usuário das redes mais cauteloso poderia checar a informação compartilhada e encontraria outros textos com as mesmas provas: fotos de estudantes nus em diferentes situações dentro do ambiente universitário. Há outro texto com uma situação diferente à disposição para ser, assim, utilizado como reafirmação do primeiro. É essa a criação do ruído na comunicação descrita pela desordem de informação.

A observação da circunstância de publicação, do *kairos*, nos permite compreender o momento desse texto. O pico de compartilhamento aconteceu 24 horas após a fala do ministro, assim, os textos integraram um momento oportuno para conquistar a adesão do auditório. Já havia, na *doxa*, uma discussão sobre o corte orçamentária ser útil ou não para a educação brasileira como um todo. Parece-nos válido supor que tanto defesa quanto oposição procuravam por argumentos para defender as suas ideias. Segundo o levantamento de Ribeiro (2019), usuários do Twitter participaram de uma manifestação a favor das universidades compartilhando experiências de sucesso mesmo com as dificuldades orçamentárias da pesquisa brasileira. Esses *tweets* demonstram a existência de vozes contrárias à fala do ministro. Novamente, vemos, pelo uso da *hashtag* *#oquevinauniversidadepublica* como parte da manifestação, a criação de uma rede de textos que se apoiam na defesa de uma única tese.

### As provas retóricas

O *meme* analisado apresenta uma argumentação que parece ser um silogismo, ou seja, opera com proposições que levam a uma conclusão lógica. Fiorin (2015) exemplifica esse conceito com as seguintes afirmações: “Todo metal é bom condutor de eletricidade” e “O cobre é um metal”. A conclusão lógica é “O cobre é um bom condutor de eletricidade”. As proposições do silogismo devem expressar um juízo e contar com um sujeito e um predicado. As duas primeiras são chamadas de premissas maior e menor e a última, de conclusão. Há três termos em um silogismo: maior, médio e menor. A nomenclatura dos termos não é dada de acordo com o seu tamanho, mas aos elementos que nomeia. No exemplo citado, “bom condutor de eletricidade” é o termo maior por englobar significado maior que apenas metal. “Metal”, por sua vez, é o termo médio porque define um número menor de condutores de eletricidade, mas maior do que cobre. E, por fim, “cobre” é o termo menor por se referir a apenas um metal (FIORIN, 2015).

As proposições do *meme* – “o dinheiro será retirado disso [foto de universitários nus]” e “e (o dinheiro será) investido nisso [foto de estudantes da educação básica]” – não expressam juízo, mas contam com sujeito e predicado. A conclusão não apresenta a mesma estrutura sintática porque se subordina às proposições, mas introduz uma finalidade: “para evitar isso [repetição da primeira foto]”. Todos os predicados se apoiam no pronome indefinido “isso”, que toma por base a interpretação de um outro texto, uma fotografia, por parte do auditório. Também não há correlação entre os termos maior, menor e médio. Mais de três termos são necessários para interpretar esse texto.

Há, no entanto, a aparência dessa relação. Aristóteles, como já mencionado, descreve esses argumentos como “os que deduzem ou parecem deduzir a partir de opiniões que parecem ser geralmente aceitar, mas não o são realmente” (ARISTÓTELES, 2016, p. 582). Podemos, com base nisso, recriar o argumento do *meme*. Primeiro, se pressupõe que o dinheiro investimento na educação superior fomenta situações como a da foto. A educação superior, assim, não produz os resultados esperados. Um maior investimento na educação básica resultaria em uma educação superior que produz os resultados esperados.

Para que o auditório aceite a conclusão do texto, é necessário que tenha, como **valor**, a concepção de que toda a manifestação de nudez é negativa ou ofensiva. Se o auditório reconhece isso como verdade, o discurso produz a aparência de dedução lógica. A adesão intelectual, o fazer crer, aparenta apenas reforçar uma noção já partilhada entre orador e auditório, mas a finalidade desse texto está na adesão comportamental, o fazer fazer. Essa

---

adesão, nas redes sociais, é indicada pelas interações que um texto recebe, como curtidas ou compartilhamentos.

As redes nos incitam a compartilhar fragmentos de opiniões, crenças, valores. Construimos uma identidade virtual com base nos discursos que fazemos circular a partir das páginas pessoais. Quem compartilha um texto *online* divide, com o autor real, a credibilidade inspirada pelo *ethos*. Da mesma forma, também empresta a sua credibilidade ao discurso circulado. Sendo assim, podemos supor que quem compartilhou o texto concorda, então, com essas políticas educacionais ou é um apoiador de Jair Bolsonaro. É alguém que assume para si a identidade de um **conservador**, um **religioso**, um **neoliberal**, características associadas pelo discurso ao presidente Jair Bolsonaro.

A imagem do orador veiculada inspira prudência por ponderar sobre o investimento do dinheiro público na educação. É um orador virtuoso porque se preocupa com o que é mais **útil** para a educação no futuro. A virtuosidade é apresentada a partir da argumentação: investir no futuro, nas crianças, parece mais sábio e razoável. Por fim, o orador é benevolente por escolher as crianças, por acreditar no futuro. O orador, ainda que anônimo, desperta confiança no auditório porque ambos compartilham a mesma identificação, ou seja, desejam propagar como seus os mesmos **valores**.

Imbricam-se aqui *ethos* e *pathos* porque o auditório pode compartilhar o texto também pela adesão emotiva (fazer sentir). A benevolência do orador, por exemplo, é despertada pela segunda foto. As crianças sorrindo e acompanhadas pela professora exibem orgulhosas o resultado do seu trabalho: uma maquete. A imagem desperta a **compaixão** e, com isso, o compartilhamento. Por outro lado, a foto dos universitários desperta a **impudência**, a **vergonha** e a **indignação**.

As paixões despertadas pela primeira foto dependem da aceitação ou não da nudez como forma de protesto, ou seja, dos valores do auditório. Os universitários parecem altivos, não se importam com o julgamento dos pares, que riem ou desviam o olhar. Podemos supor que a aceitação da nudez gera uma identificação com eles. Desperta-se, assim, a impudência: não se preocupar com o olhar do outro. Por outro lado, o auditório pode se identificar com aqueles que não participam do protesto. O texto desperta, com isso, a vergonha pelo comportamento do outro. A indignação, por sua vez, não se identifica com os participantes porque considera que aquela imagem não deveria existir. Essa paixão representa: “a não-aceitação (moral) do espetáculo das paixões, de sua desordem” (MEYER, 2000, p. XLVI).

Vamos considerar, ainda, que o auditório se recordasse do episódio protagonizado por Geisy Arruda. A estudante, hostilizada por colegas pelo comprimento de suas roupas, precisou ser escoltada por policiais para sair da universidade. Há também aqui uma questão de valor. O auditório pode concordar com a argumentação do *meme* por achar desnecessária a indignação gerada pelo episódio. A manifestação representaria, de qualquer forma, um desperdício de dinheiro público. Nos dois contextos, identificamos um *ethos* que inspira prudência, virtuosidade e benevolência.

Podemos ter um auditório que não concorda com a tese defendida e compartilha o texto com uma crítica ou uma refutação. Nesse caso, poderíamos tanto ter alguém que aprova a exibição do nu como forma de protesto ou que a desaprova, mas defende o investimento na educação pública. É possível que esse discurso desperte indignação pela nudez e pelos cortes orçamentários. Alguém que desaprove a nudez nesse contexto pode, inclusive, ser persuadido pelo texto a defender uma medida do governo Bolsonaro, mesmo sem apoiá-lo em outras medidas. O alcance do texto permite diferentes extrapolações sobre a identidade do seu auditório. Em todas, no entanto, percebemos a relação entre *pathos* e *ethos* na conquista da adesão do auditório.

### Considerações finais

As investigações sobre o compartilhamento em massa de textos com informações falsas, tanto no STF quanto no Congresso, estão em andamento. As empresas de tecnologia, por outro lado, se apressam em anunciar medidas sobre a contenção desses discursos nas suas redes. Há ainda muito a ser descoberto e compreendido sobre esse ruído que acompanhará as discussões em sociedade. Ainda que muitas vezes político, as *fake news* também nos preocupam, como sociedade, ao perpetuarem informações falsas sobre doenças e questões ambientais. Debate-se se o combate às *fake news* deve ser realizado pelas empresas de tecnologia, pelos governos, pelas escolas ou pela sociedade civil em geral.

De qualquer maneira, esses textos constituem discursos que contribuem para a construção ou reafirmação de valores e imaginários. Este artigo demonstrou que, para além do seu mecanismo tecnológico, o texto analisado busca a adesão do auditório a partir do uso das provas retóricas. O passo a passo metodológico de Galinari (2014) nos permitiu compreender não só a importância do *logos*, mas o seu desdobramento em *pathos* e *ethos*. Ainda que o *logos*

seja caracterizado como um argumento contencioso, conforme Aristóteles (2016), percebemos a importância do *ethos* e do *pathos* ao evocarem valores em disputa na *doxa*.

Concluimos que, mesmo constituído por um *logos* que aparenta uma dedução lógica, mas não é, esse texto apresenta força argumentativa a partir da relação entre *pathos* e *ethos*. As emoções despertadas no auditório dialogam com a identidade do usuário nas redes, que opta por compartilhar ou não o texto. Consideramos, também, a importância do compartilhamento da credibilidade entre o autor, anônimo, e o usuário da rede, que empresta a sua imagem para a circulação do texto. Esperamos, com isso, ter contribuído para os estudos sobre a força argumentativa das *fake news*.

### Referências

- AGÊNCIA ESTADO. *Alunos da UnB ficam pelados em defesa de Geisy*. 2009. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/noticias/geral,alunos-da-unb-ficam-nus-em-defesa-de-geyse,465002>> Acesso em: 29 de jul. 2020.
- AGOSTINI, R. *MEC cortará verba de universidade por 'balbúrdia' e já enquadra UnB, UFF e UFBA*. 2019. Disponível em: <<https://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,mec-cortara-verba-de-universidade-por-balburdia-e-ja-mira-unb-uff-e-ufba,70002809579>> Acesso em: 29 de jul. 2020.
- ARISTÓTELES. *Retórica*. Tradução, textos adicionais e notas de Edson Bini. São Paulo: Edipro, 2011.
- \_\_\_\_\_. *Órganon: Categorias, da interpretação, analíticos anteriores, analíticos posteriores, tópicos, refutações sofistas*. Tradução, textos adicionais e notas de Edson Bini. 3. ed. São Paulo: Edipro, 2016.
- CASSIN, B. *O efeito sofístico*. São Paulo: Ed. 34, 2005.
- FERRARI, P. *Como sair das bolhas*. São Paulo: Educ / Fortaleza: Armazém de Cultura, 2018.
- FERREIRA, L. A. *Leitura e persuasão: princípios de análise retórica*. São Paulo: Contexto, 2010.
- FIORIN, J. L. *Argumentação*. São Paulo: Contexto, 2015.
- GALINARI, M. M. *Logos, ethos e pathos: “três lados” da mesma moeda*. Alfa, São Paulo, n. 58 (2), p. 257-285, 2014.
- MELATI, N. A virtude como parte do *ethos* da balbúrdia universitária. In: FERREIRA, L. A. (Org.) *Inteligência retórica: o ethos*. São Paulo: Blucher, 2019.
- MEYER, M. *Questões de Retórica: Linguagem, Razão e Sedução*. Lisboa: Edições 70, 2018.
- \_\_\_\_\_. Aristóteles ou a retórica das paixões. In: ARISTÓTELES. *Retórica das paixões*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado de argumentação: a nova retórica*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

PLANTIN, C. *A argumentação História, teorias, perspectivas*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

PLATÃO. *Diálogos I: Teeteto (ou Do Conhecimento), Sofista (ou Do Ser), Protágoras (ou Sofistas)*. Tradução, textos adicionais e notas de Edson Bini. São Paulo: Edipro, 2007.

REBOUL, O. *Introdução à retórica*. 2ª Edição. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

RIBEIRO, A. *Após cortes no MEC, envio de imagens de estudantes nus cresce 950% em grupos de WhatsApp em 24 horas*. 2019. Disponível em: <<https://aosfatos.org/noticias/apos-cortes-no-mec-envio-de-imagens-de-estudantes-nuscresce-950-em-grupos-de-whatsapp-em-24-horas/>> Acesso em: 29 de jul. 2020.

SANTAELLA, L. *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. *Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe, Out., 2017.

WORTHINGTON, I. *Fake News: apresentação retórica do passado dos oradores gregos*. Roda da Fortuna, vol. 9, n. 1, p. 32-49, 2020.

## RHETORICAL PROOFS IN BUILDING FAKE NEWS

### ABSTRACT

The term fake news has spread in the public and private spheres. This variety of information created to harm a target usually integrates a network of texts that reinforce the same thesis. This article aims to analyze fake news based on the rhetorical proofs: *ethos*, *pathos* and *logos*. The hypothesis presented is that, although constituted by *logos* recognized as false, these texts present an argumentative force based on the relationship between *pathos* and *ethos*. The analysis of the text based on the methodological step-by-step described by Galinari (2014) provided an understanding of the imbrication between the three proof in search of the audience's adherence.

**Palavras-chave:** Rethoric. Argumentation. Fake news. Social networks.

**Envio: agosto/2020**  
**Aceito para publicação: setembro/2020**