

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

PUC-SP

Nathalia Martins Melati

*Fake news: essência e aparência*

Doutorado em Língua Portuguesa

São Paulo

2022

**Pontifícia Universidade Católica de São Paulo**  
**Programa de Estudos Pós-Graduados em Língua Portuguesa**

Nathalia Martins Melati

*Fake news: essência e aparência*

Doutorado em Língua Portuguesa

Tese apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para a obtenção do título de Doutor em **Língua Portuguesa** sob a orientação do Prof. Dr. Luiz Antonio Ferreira.

São Paulo

2022

Banca Examinadora

-----  
-----  
-----  
-----  
-----

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoa de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 0001.

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoa de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 0001.

## **Agradecimentos**

À minha família por respeitar as minhas ausências e acolher as minhas vitórias.

Ao Prof. Dr. Luiz Antonio Ferreira pelas provocações, que alimentaram as minhas inquietações ao longo da pesquisa, e pelas orientações, sempre na justa medida.

À Profa. Dra. Luana Ferraz pela troca durante a Banca de Qualificação, os seus comentários nortearam um novo olhar para análise. “É mentira, Chico?” foi fonte de inspiração constante.

Ao Prof. Dra. Jarbas Vagas Nascimento, ao Prof. Dr. João Hilton Sayeg-Siqueira e ao Prof. Dr. Samuel André Alves Mateus por gentilmente aceitarem o convite para a Banca de Defesa.

Ao Fernando Bertolo pela paciência ilimitada, por ser (ou sou?) quem “ri de mim quando estuda tudo que eu disse cantando”.

Ao Leonardo Melati pelas incontáveis horas ouvindo sobre os sofistas e por ter acompanhado diariamente a minha luta contra o texto.

À Tory Helena e ao Diego Sartorato pela leitura, pelas ideias debatidas e por não desistirem da minha amizade durante essa longa jornada

À Profa. Dra. Ana Rosa Dias Ferreira por me apresentar a informação falsa, pela paixão despertada pelo discurso jornalístico, e pelos comentários valiosos durante a Banca de Qualificação, que ampliaram meu auditório.

A cada integrante do Grupo ERA – Estudos Retóricos e Argumentativos pelas nossas discussões guiarem o meu processo de aprendizagem. À Márcia Pituba, em especial, pelo apoio nos momentos cruciais.

À Profa. Dra. Elisabete Alfeld pelos ensinamentos durante o estágio no curso de Letras da PUC-SP. Agradeço também aos alunos da turma que me acolheram com entusiasmo.

A todos os professores do Programa de Língua Portuguesa da PUC-SP por cada aula, cada leitura, cada exposição e cada lição.

Ao Colégio Eduardo Gomes pela paciência e respeito com o meu trabalho.

## Resumo

MELATI, Nathalia. *Fake news*: essência e aparência. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2022.

Esta tese trata da produção retórica do discurso mentiroso. Investigamos a construção da argumentação do discurso das *fake news*, ou da informação falsa, como preferimos nomeá-las. A informação falsa integra o universo da desordem informacional, ou desinformação, por ser um esforço de se impor como parte da opinião pública, como *doxa*, isto é, como um conhecimento consolidado no seio social. O interesse pela informação falsa nasceu da eficácia desses discursos. A informação falsa é persuasiva, portanto, retórica, porque muda a disposição do auditório acerca de crenças e acontecimentos. Assim, questionamos como aplicar a teoria retórica a um discurso sabidamente falso, uma vez que a Retórica se esquivava justamente de quem produz esse tipo de discurso: o orador desonesto. A nossa primeira hipótese é que há uma conexão entre a informação falsa e o *kairos*, as circunstâncias em que esse discurso passa a existir; e a segunda é que o funcionamento das redes sociais altera a argumentação da informação falsa. O nosso objetivo é estabelecer categorias de análise para a informação falsa baseadas na Retórica. Para perseguir esse objetivo, adotamos como método de pesquisa uma abordagem qualitativa, dividida em levantamento bibliográfico, seleção do *corpus*, análise e interpretação dos resultados. O nosso *corpus* é composto por oito publicações em texto ou texto e imagem sobre os efeitos colaterais da vacinação contra a covid-19 postadas na rede social Twitter. A partir da análise, percebemos como as informações falsas sobre os efeitos colaterais das vacinas acompanham o seu tempo. A informação falsa existe porque se contrapõe a *doxa*, por isso a importância do momento da publicação para a compreensão do efeito dessa informação no auditório. A nossa segunda hipótese também se confirmou. Para o auditório de essência, isto é, contrário ao conselho do orador da informação falsa, o apelo emocional do discurso, as provas patéticas, foram o destaque; enquanto que para o auditório da aparência, favorável ao orador, o apelo moral do discurso, as provas éticas, foram mais relevantes. A identificação entre orador e auditório da aparência é crucial para a interação desse auditório com o discurso nas redes sociais.

Palavras-chave: *Fake news*, Retórica, Discurso.

## Abstract

MELATI, Nathalia. *Fake news: essência e aparência*. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2022.

This thesis deals with the rhetorical production of *fake* discourse. We investigate the construction of the argumentation of *fake news*, or false information, as we prefer to name them. False information integrates the universe of informational disorder, or disinformation, as it is an effort to impose itself as part of public opinion, as *doxa*, that is, as a consolidated knowledge in the social bosom. The interest in false information was born from the effectiveness of these discourses. False information is persuasive, therefore rhetorical, because it changes the audience's mood about beliefs and events. Thus, we question how to apply the rhetorical theory to a discourse known to be false, since Rhetoric evades precisely who produces this type of discourse: the dishonest speaker. Our first hypothesis is that there is a connection between false information and *kairos*, the circumstances in which this discourse comes into being; and the second is that the functioning of social networks changes the argumentation of false information. Our aim is to establish categories of analysis for false information based on Rhetoric. To pursue this objective, we adopted a qualitative approach as a research method, divided into bibliographic survey, *corpus* selection, analysis and interpretation of results. Our corpus consists of eight publications in text or text and image on the side effects of vaccination against covid-19 posted on the social network Twitter. From the analysis, we realized how false information about the side effects of vaccines keeps up with its time. False information exists because it opposes *doxa*, hence the importance of the moment of publication for understanding the effect of this information on the audience. Our second hypothesis was also confirmed. For the audience of essence, that is, contrary to the speaker's advice of false information, the emotional appeal of the speech, the pathetic proofs, were the highlight; while for the audience the appearance, favorable to the speaker, the moral appeal of the speech, the ethical proofs, were more relevant. The identification between speaker and audience of appearance is crucial for the interaction of this audience with the discourse on social networks.

**Keywords:** Fake news, Rhetoric, Discourse.

## Lista de Figuras

Figura 1 Infográfico disponível em Wardle (2019, p. 9) e traduzido pela autora .....	51
Figura 2 Infográfico disponível em Wardle (2019, p. 11) e traduzido pela autora .....	53
Figura 3: Informação falsa 1 .....	58
Figura 4: Informação falsa 2 .....	63
Figura 5: Fonte da informação falsa 2 .....	64
Figura 6: Informação falsa 3 .....	69
Figura 7: Informação falsa 4 .....	73
Figura 8: Informação falsa 5 .....	77
Figura 9: Informação falsa 6 .....	82
Figura 10: Informação falsa 7 .....	87
Figura 11: Informação falsa 8 .....	94

## Lista de Tabelas

Tabela 1: Gêneros retóricos .....	25
Tabela 2: Virtudes por Magalhães (2021, p. 53) .....	26
Tabela 3: As paixões conforme Figueiredo e Santos Jr. (2020, p. 87) .....	30
Tabela 4: Exemplo de silogismo .....	33
Tabela 5: Posição do termo médio conforme Mortari (2016, p. 493) .....	33
Tabela 6: Entimemas aparentes e seus exemplos .....	35
Tabela 7: Exemplo de silogismo aparente (1) .....	37
Tabela 8: Exemplo de silogismo aparente (2) .....	37
Tabela 9: Embaixador indiano foi mais uma vítima da vacinação? .....	70
Tabela 10: Vacina provocou mal súbito em jogador de futebol? .....	73
Tabela 11: Outro jovem morreu após a injeção de veneno?.....	83
Tabela 12: A vacina é segura para crianças?.....	90
Tabela 13: Vacina da Pfizer causou 1.223 mortes?.....	96
Tabela 14: Conexões entre as provas retóricas.....	106

## Sumário

Introdução .....	10
I. A boa e a má: a Retórica .....	13
1. Contribuições sofisticadas .....	16
1.1 A essência e a aparência do discurso .....	16
1.2 Das circunstâncias: a <i>doxa</i> e o <i>kairos</i> .....	19
2. A invenção retórica .....	22
2.1 Provas éticas .....	25
2.2 Provas patéticas.....	28
2.3 Provas lógicas .....	31
3. Categorias de análise para informação falsa.....	38
II. <i>As fake news</i> : a informação falsa .....	41
1. A informação falsa e o jornalismo .....	43
2. O <i>design</i> das redes sociais .....	45
3. Categorias de análise da informação falsa .....	50
III. Análise retórica de falsidades .....	55
1. Manual da Pfizer sugere alteração genética?.....	57
2. Jogador de beisebol morreu por causa da vacina?.....	63
3. Embaixador indiano foi mais uma vítima da vacinação? .....	68
4. Vacina provocou mal súbito em jogador de futebol? .....	72
5. Adolescente infartou após a vacina?.....	76
6. Outro jovem morreu após a injeção de veneno?.....	82
7. A vacina é segura para crianças? .....	86
8. Vacina da Pfizer causou 1.223 mortes?.....	93
Conclusão .....	101
Referências .....	108

# INTRODUÇÃO

*Fake news* passa a figurar nas buscas do Google<sup>1</sup> a partir de 2016, ano do referendo sobre a permanência do Reino Unido na União Europeia, em junho, e da vitória de Donald Trump na disputa presidencial dos Estados Unidos, em novembro. Desde então, em todos os meses subsequentes, foram registradas buscas sobre o assunto no Brasil. As *fake news*, que até então não figuravam no vocabulário brasileiro, invadiram os discursos das mais diferentes esferas da sociedade. No campo político, elas nomeiam uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI), que envolve tanto a Câmara dos Deputados quanto o Senado Federal, já no campo judiciário há um inquérito do Supremo Tribunal Federal (STF) apelidado como “inquérito das *fake news*”. Também nas conversas cotidianas elas aparecem, normalmente como sinônimo de mentira ou calúnia.

Esta tese trata da produção retórica do discurso mentiroso. Para tanto, investigamos a construção da argumentação do discurso das *fake news*, ou da informação falsa, como preferimos nomeá-las. De maneira simplista, compreendemos a informação falsa como o material verificado por agências de checagem – veículos de imprensa especializados em apurar a veracidade de informações que circulam nas redes sociais – como falso porque não correspondem à verdade, no caso de uma informação científica, por exemplo, ou ao consenso, no caso do debate público. A informação falsa integra o universo da desordem informacional, ou desinformação, por ser um esforço de se impor como parte da opinião pública, como *doxa*, isto é, como um conhecimento consolidado no seio social. O interesse pela informação falsa nasceu da eficácia desses discursos. Perplexos, somos informados de que a cura da covid-19 está no chá de camomila ou que a máscara “faz mais mal do que bem”. As vacinas, defendidas tanto pelo discurso científico quanto pelo jornalístico, não devem ser aceitas por mudarem profundamente o DNA das pessoas no universo da falsidade. A informação falsa é persuasiva, portanto, retórica, porque muda a disposição do auditório acerca de crenças e acontecimentos.

A pergunta não é se a informação falsa deve ou não ser considerada como ato retórico, já tomamos isso como premissa para a pesquisa; questionamos como aplicar a teoria retórica a um discurso sabidamente falso, uma vez que a Retórica se esquivava justamente de quem produz esse tipo de discurso: o orador desonesto. A nossa primeira

---

<sup>1</sup> Segundo o Google Trends, uma ferramenta que mostra os termos buscados desde 2004.

hipótese é: há uma conexão entre a informação falsa e o *kairos*, as circunstâncias em que esse discurso passa a existir; e a segunda: o funcionamento das redes sociais altera a argumentação da informação falsa, é possível sugerir, por exemplo, que essa informação recorra ao apelo emocional e não à razoabilidade do discurso, uma vez que ele é falso. O nosso objetivo é estabelecer categorias de análise para a informação falsa baseadas na Retórica. Com isso, saberemos aplicar a teoria retórica a um discurso falso, criado por um orador desonesto.

Para perseguir esse objetivo, adotamos como método de pesquisa uma abordagem qualitativa, dividida em levantamento bibliográfico, seleção do *corpus*, análise e interpretação dos resultados. Para preservar a relevância do *corpus*, os exemplos de informação falsa foram selecionados a partir da produção da agência de checagem Comprova ao longo de 2021 relacionadas aos efeitos colaterais da vacinação contra a covid-19. Foram coletadas 142 publicações do período da Comprova, com extração e armazenamento em planilhas de *link* da publicação, portal de registro e data, relacionadas a pandemia de forma geral e em diversos formatos, texto, vídeo, áudio, *live*. Por conta das limitações de uma pesquisa de doutorado, refinamos a coleta para oito publicações em texto sobre os efeitos colaterais da vacinação contra a covid-19 postadas na rede social Twitter, são elas que compõem o nosso *corpus*.

No primeiro capítulo – **A boa e a má: a Retórica**, apresentamos a Retórica. Começamos com a sua dualidade, a boa retórica, do orador honesto e justo, e a má retórica, do sofista, o orador desonesto e injusto. Seguimos com os sofistas e as suas contribuições para os estudos retóricos, para isso tomamos Górgias (*O tratado do não ser*), Platão (*Górgias, Teeteto, Sofista*), Aristóteles (*Refutações Sofísticas, Retórica*), Reboul (2004), Tringali (2014), Kerferd (2003) e Cassin (2005). Passamos, então, a descrição das três provas retóricas: éticas, patéticas e lógicas, com base tanto nos escritos sobre o orador, o retor, quanto sobre o sofista. As primeiras provas apelam ao caráter do orador, as segundas ao caráter do auditório e as terceiras ao raciocínio argumentativo apresentado no discurso. A nossa exposição fundamenta-se tanto nos clássicos, como Aristóteles (*Ret.*) e Quintiliano (*Instituição Oratória*) quanto em autores modernos e contemporâneos, como Joseph (2008), Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), Eco (1976), Tringali (2014), Reboul (2004), Meyer (2000; 2007; 2017), Amossy (2002; 2014; 2018) e Eggs (2018). Por fim, em busca do nosso objetivo, traçamos as categorias de análise para a informação falsa baseadas na Retórica.

No segundo capítulo – **As fake news: a informação falsa**, apresentamos a informação falsa. Em primeiro lugar, consideramos brevemente o debate acerca da nomenclatura, entre *fake news*, notícias falsas e desinformação, o que justifica a nossa opção por informação falsa, e descrevemos esse fenômeno com base em Wardle e Derakhshan (2017), Gelfert (2018) e Gonçalves-Segundo (2020). Em segundo lugar, investigamos as semelhanças e as diferenças entre a informação falsa e o jornalismo a partir de Pariser (2012), Allcott e Gentzkow (2017), Tandoc *et al* (2018) e Melo (2022). Em terceiro lugar, buscamos compreender o funcionamento das redes sociais e se ele beneficia a circulação de informação falsa conforme Wardle e Derakhshan (2017), Gelfert (2018), Santaella (2018; 2019), Silveira (2018), O’Connor e Weatherall (2019) e O’Neil (2020). Em último lugar, descrevemos as categorias de análise propostas por Wardle (2019) para análise da informação falsa.

No terceiro capítulo – **A análise retórica da falsidade**, analisamos o *corpus*. Resumimos os principais fatos sobre a crise sanitária provocada pelo coronavírus (SARS-CoV-2) no Brasil, conforme linha do tempo elaborada pelo Instituto Butantan (2021), também apresentamos uma breve avaliação da campanha de vacinação contra a covid-19 conforme Maciel *et al* (2022). Descrevemos o *corpus*, para então analisarmos cada uma das oito postagens em formato texto ou texto e imagem publicadas no Twitter. Observamos (1) sobre a informação falsa: o agente (tipo, nível de organização, motivação, auditório, intenção de enganar o auditório, intenção de prejudicar o auditório), o intérprete (resposta do auditório ao discurso) e a mensagem (durabilidade, estratégia de falsificação, marca de credibilidade, alvo da mensagem); (2) sobre o discurso retórico: provas éticas (virtude intelectual, razoabilidade, virtude moral, virtude exortada pelo discurso, disposição ativa, benevolência); provas patéticas (questão, resposta, identidade do orador, identidade do auditório, paixão despertada pelo discurso, distância entre orador e auditório); provas lógicas (tópico retórico, raciocínio lógico, opinião partilhada/acordo, posição na *doxa*, clareza e adequação do discurso, figuras de linguagem).

## I. A BOA E A MÁ: A RETÓRICA

Meyer (2017, p. xiii) apresenta a Retórica como: “um assunto complexo em um mundo complexo<sup>2</sup>”. A causa dessa complexidade é a dualidade que a acompanha desde o berço, a Retórica já nasce dividida em duas. É descrita, e louvada, por Aristóteles (384 – 322 a.C.), mas é também censurada por Platão (428/427 – 348/347 a.C.). É e não é digna de pertencer aos estudos científicos, é boa e é má a depender do orador que a emprega, deve e não deve ser ensinada à juventude. Dos antigos aos contemporâneos, a Retórica fragmentou-se em várias, reduziu-se a parte do seu conhecimento e renovou-se ao sabor do tempo. Platão (*Górgias*) censura a disciplina porque oradores não virtuosos, após serem ensinados a discursar, podem se aproveitar do seu poder, o de persuadir o outro, para promoverem causas injustas.

Se ensinar Retórica de fato concede uma habilidade discursiva para um orador, ele será capaz de fazer uso da língua para enganar e seduzir. A defesa de Aristóteles (*Retórica*) é que a Retórica “pode causar graves danos, [mas] convém lembrar que o mesmo argumento se aplica [...] à força, à saúde, à riqueza, ao talento militar” (*Ret.*, I, 1, 1354a-1355b). Desde os escritos aristotélicos, repetimos a máxima de que a diferença entre o remédio e o veneno é a dosagem: “se a Retórica é culpada, é então do mesmo modo que a medicina ou a ciência em geral” (MEYER, 2018, p. 51). A Retórica não é má, maus são seus oradores. Esses maus oradores, aqueles que manipulam a audiência pela incitação à emoção e que discursam em defesa de quaisquer causas e opiniões, são conhecidos na literatura retórica como sofistas.

Por volta de V a.C., os sofistas eram os mestres da Retórica em Atenas. Segundo Kerferd (2003, p. 34-35), “eles ofereciam um produto caro, valiosíssimo para os que estavam buscando fazer carreira na política e na vida pública em geral [...] treinar na arte do discurso persuasivo”; já para Platão (*Sofista*), o sofista era um caçador assalariado de jovens ricos. Para ludibriar seus alunos, segundo o filósofo, o sofista parecia um sábio, sem ser de verdade. Aristóteles, tomando por base os sofistas, define que os argumentos falsos empregados em um discurso pertencem à Sofística, e são chamados de sofismas. Os sofistas também são descritos, tanto por Platão como por Aristóteles, como defensores

---

<sup>2</sup> Texto original: “a complex matter in a complex world.”

de qualquer causa. Eles, assim, são conhecidos na literatura retórica como os defensores dos argumentos falsos e das causas injustas.

Como é impossível separar os sofistas da Retórica, para resguardá-la, dividimos a disciplina em duas: a boa e a má. Há a Retórica consagrada pelos escritos aristotélicos, a boa, e a Retórica criticada por Platão, e usada pelos sofistas, a má. Platão (*Gorg.*), um ferrenho crítico da Retórica, defende que ela integra a prática da adulação, ou seja, é uma cópia, uma imagem sem consistência, de uma ciência verdadeira. Todas as práticas de adulação se dedicam a produzir uma certa satisfação e prazer, mas sem considerar a natureza desse prazer, ou a sua causa. Essas artes ilusórias se dedicam ao que é mais prazeroso, e não ao que é melhor ou benéfico para o corpo e a alma. Alguém que se dedique ao ornamento pessoal, por exemplo, com o uso de joias e ricas vestimentas, pode parecer saudável a quem desconhece a arte da Medicina, mas não o é verdadeiramente. A ênfase da Retórica, nos escritos platônicos, é a capacidade do discurso em alterar a disposição do seu auditório, por isso Platão (*Gorg.*) a classifica como parte da adulação.

Platão (*Gorg.*) dispõe ainda a Sofística como uma das práticas de adulação, aproximando ainda mais a Retórica da criação de argumentos falsos. O ponto crítico para Platão (*Gorg.*) é que a Retórica não conduz a busca pela verdade, pelo conhecimento (saber), o que só é possível por meio do discurso dialético, ou seja, pela busca de conclusões fundadas em premissas indiscutíveis. A Retórica, em contrapartida, “é uma produtora de persuasão para a crença, e não para a instrução no que diz respeito ao justo e ao injusto” (PLATÃO, *Gorg.*, 455a). A Retórica não é empregada a serviço da verdade, o que é condenável para Platão (*Gorg.*). É por isso que ela não era benquista quando Aristóteles escreveu a obra a qual cumpria o papel de resgatar a arte apresentada pelos sofistas, mas empregada por eles sem virtude.

Aristóteles (*Retórica*) afasta o discurso retórico do sofista primeiro contrapondo o discurso retórico ao dialético, e segundo refundando a Retórica a partir da sua definição. As premissas dialéticas, indiscutíveis, são parte da Dialética e se dedicam ao discurso filosófico, que busca a verdade; enquanto a Retórica parte de “premissas prováveis e delas tira[va] conclusões não apodíticas com base no silogismo retórico (o entimema)” (ECO, 1976, p. 73). Aristóteles (*Ret.*), assim, confirma a questão proposta por Platão (*Gorg.*), de que a Retórica não busca a verdade, mas não a relega a falsidade. A Retórica se dedica a construção da verossimilhança, que deve ser feita a partir de premissas verdadeiras. Aristóteles (*Ret.*) assume que o discurso baseado em premissas verdadeiras é mais persuasivo do que o falso, assim como um orador honesto também o é frente a um

desonesto. Para ele, “os homens têm uma inclinação natural para a verdade e a maior parte das vezes alcançam-na” (ARISTÓTELES, *Ret.*, I, 1, 1355a 19-21), o discurso com base na verdade é, então, por natureza, mais persuasivo a todos. Entre a verdade e a falsidade, Aristóteles (*Ret.*) encontra para a Retórica o caminho do meio, o do verossímil.

Quanto à definição da Retórica, a aristotélica é que a disciplina é “a capacidade de descobrir o que é adequado a cada caso com o fim de persuadir” (ARISTÓTELES, *Ret.*, I, 2, 1354a-1355a25). O objetivo de persuadir passa a ser a intenção do orador, mas não a finalidade da Retórica. Ela é a ferramenta, mas a intenção de enganar é o resultado de uma ação humana. O orador do discurso compreendido como retórico é, sempre, o honesto. O outro orador, quem usa o discurso para persuadir o auditório em direção ao injusto, ao desonesto ou ao vicioso, é o sofista. Ele é o orador deliberadamente disposto a enganar e, possivelmente, a aconselhar seu auditório em favor de uma má ação. O orador retórico deve demonstrar a sua tese para o auditório a partir de uma argumentação lógica, baseada em premissas inquestionáveis, o que assegura a veracidade do seu discurso.

Mesmo com a evolução dos estudos retóricos, mantemos certa divisão entre a boa e a má retórica, o bom e o mau orador. Se considerarmos a separação de Aristóteles (*Ret.*), a informação falsa, ou ainda a persuasão pela informação falsa, pertence à Sofística, enquanto a argumentação pela verossimilhança, à Retórica. E elas se diferem pelos seus empregos, registrados por diversos autores. Tomemos Mateus (2018) como exemplo:

podemos identificar genericamente dois usos principais da Retórica: uma Retórica que visa aproveitar-se e ludibriar os espíritos fazendo passar por verdadeiros e verossímeis os discursos desprovidos de verdade; e uma Retórica que, pelo contrário, se torna transparente ao usar argumentos como método para problematizar, questionar e, no fim, atingir um desfecho que beneficie todas as partes envolvidas. (MATEUS, 2018, p. 34)

O afastamento clássico do orador desonesto, quem consideramos persuadir com informação falsa, é fruto de uma preocupação moral dos estudiosos. Reforçamos, a cada passo, que não compactuamos com a persuasão do auditório pela mentira e pelo despertar de emoções. Esse emprego da Retórica para manipular o outro tornou-se uma “concepção desfavorável que a persegue e, às vezes, merecidamente, deriva quase sempre do mau uso que se faz dela, o que acontece com tantas outras boas coisas da vida” (TRINGALI, 2014, p. 27). A nossa proposta neste capítulo é investigar a má retórica em busca de contribuições teóricas para a análise retórica da informação falsa. Isso significa, em certa medida, encurtar a distância entre a boa e a má, ou seja, tomar o discurso falso, e o orador desonesto, como retóricos.

A separação teórica entre o orador honesto e o desonesto não impede que o último seja retórico na construção do seu discurso, por isso defendemos a informação falsa como um discurso retórico já na Introdução. Entendemos que os autores consagrados da Retórica fornecem o material necessário para a incursão nas contribuições dos sofistas e nos estudos sobre a Sofística. Buscamos, assim, na literatura disponível as diferenças e as semelhanças entre o discurso retórico e o sofista para estabelecer categorias retóricas para análise da informação falsa. O capítulo divide-se em três partes: as contribuições sofísticas, a invenção retórica e as categorias de análise. A primeira descreve a discordância filosófica acerca do *ser* entre os sofistas e os socráticos, e a influência dessa discussão para a análise da informação falsa. A segunda apresenta a invenção retórica, com destaque para as três provas retóricas (*ethos*, *pathos* e *logos*); e a terceira estabelece as categorias de análise do *corpus*, a informação falsa.

## **1. Contribuições sofísticas**

Protágoras (486 – 410 a.C.) e Górgias (490 – 388 a.C.) são os principais sofistas mencionados nas obras retóricas. Dos próprios sofistas temos poucos tratados, por isso os estudos a respeito das suas contribuições teóricas partem majoritariamente dos comentários de outros autores. Tringali (2014) resume o pensamento de cada um deles pelas suas conhecidas máximas: Protágoras “afirmava que ‘o homem é a medida de todas as coisas’” (TRINGALI, 2014, p. 97), já Górgias “declarava que o *ser* não existe e se existisse não poderia ser conhecido e se pudesse ser conhecido, seria infável” (TRINGALI, 2014, p. 96). A contribuição de Protágoras é entender que quem experimenta um fenômeno retém a sua aparência, que imagina verdadeira, assim não há diferença entre “ser e parecer, opinião e verdade” (CASSIN, 2005, p. 66); a de Górgias é pensar o *ser* como um efeito do dizer, e não como a essência de tudo que é. Em suma, se não há referencial entre o discurso e a realidade, se não há uma essência a ser captada pela palavra, se a verdade é aparente, então uma informação falsa pode ser tão persuasiva quanto a verdade.

### **1.1 A essência e a aparência do discurso**

O mundo sofista, conforme Reboul (2004, p. 9), é “um mundo sem realidade objetiva capaz de criar o consenso de todos os espíritos, para dizerem que dois e dois são quatro e que Tóquio existe...”. De maneira sofística, a verdade é efeito do dizer, uma construção discursiva possível se considerarmos a palavra como fundadora de um mundo,

o da percepção de cada um. Esse mundo é descrito no pensamento de Protágoras: “cada um de nós é a medida das coisas que são e das que não são” (PLATÃO, *Tht.*, 166c). Platão (*Tht.*) escreve o discurso em que Protágoras se defende. Nele, o sofista desafia Sócrates: “demonstra, 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 nos é facultado falar de *ser* – é somente para a pessoa a quem aparece” (PLATÃO, *Tht.*, 166c). Para Protágoras, todo o pensamento é verdadeiro porque parte de uma percepção individual, ele não distingue a opinião do conhecimento, do saber.

Ainda que Platão, pelo menos em *Teeteto* (2007), não fique completamente satisfeito com a sua definição de conhecimento (saber), a ideia percorrida é a de que o saber é a opinião verdadeira provada por raciocínio lógico. Protágoras reconhece a existência da sabedoria, e da ignorância, mas a sensação é sempre verdadeira. Troca-se o que seria a verdade pela aparência da verdade, conforme o julgamento de cada um. Para Platão (*Tht.*), a aparência pode ser tomada como verdadeira quando não é, uma pessoa febril, por exemplo, tem frio, portanto considera a temperatura fria, mas a sua percepção está alterada. Pode-se tomar uma falsidade como verdade, mas Platão (*Tht.*) manifesta uma distinção entre elas, o doente está errado, há uma verdade. Para Cassin (2005), os sofistas instauram uma problemática do valor, em lugar da discussão entre verdadeiro e o falso. Busca-se não a verdade, mas o que é útil, ou ainda útil para algo. Para os sofistas, há uma gradação da verdade, ou então a “melhor verdade” para o momento.

Cassin (2005) destaca que a perspectiva de Protágoras reforça uma conexão entre o discurso e o tempo. O discurso sofista é eficaz em um momento, ele é atravessado pelo tempo. Reboul (2004) apresenta como uma contribuição sofisticada a concepção de que “a verdade nunca passa de acordo entre interlocutores, acordo final que resulta da discussão, acordo inicial também, sem o qual a discussão não seria possível” (REBOUL, 2004, p. 9). E isso só é possível porque tanto as proposições quanto seus contrários – a verdade ou a falsidade – são considerados verdadeiros a partir de uma perspectiva individual. Para Protágoras, da perspectiva do indivíduo, as opiniões são sempre verdadeiras, ainda que possam ser alteradas no decorrer do tempo.

Górgias debate o próprio objeto da Filosofia: o *ser*. A Filosofia, em especial a denominada metafísica, busca “conhecer o *ser* enquanto *ser* – e se cunhou em doutrinas, discípulos e escolas” (CASSIN, 2005, p. 17). Nas palavras de Cassin (2005, p. 16): o *ser* é “aquilo que cresce e vem assim à presença”. Em *Metafísica* (2012), Aristóteles define o *ser*: “primeiramente denota o ‘o que’ de uma coisa, isto é, a individualidade [a

substância, a essência]; e em seguida a qualidade, ou a quantidade de qualquer outra das demais categorias<sup>3</sup>” (ARISTÓTELES, *Metph.*, VII, 1, 1028a10). A substância, também traduzida como essência, é a própria definição do *ser* para Aristóteles (*Metph.*). Para o filósofo, o *ser* é sujeito de uma proposição, que podem ser verdadeiras ou falsas. A veracidade de uma proposição é comprovada pelos silogismos, os raciocínios lógicos, e a sua falsidade pelos sofismas, raciocínios que parecem lógicos, mas apresentam premissas falsas ou conclusões falaciosas.

Aristóteles (*Metph.*) menciona o emprego de *ser* como sinônimo de verdade: “os termos o *ser* e o *não ser* são empregados [...] também, no sentido mais estrito, para indicar verdade e falsidade” (ARISTÓTELES, *Metph.*, IX, 10, 1051b1). Platão (*Teeteto*) também debate o emprego de *não ser* como falsidade, mas descarta essa hipótese. Ainda que alguém diga que a Terra é plana, apesar de ser uma falsidade, não é um “não dizer” ou um “não pensar”, “sendo assim, quando alguém forma alguma opinião seja do que for, é inevitável que diga respeito ao saber ou ao não saber. [...] Logo, quando alguém forma opinião falsa, toma as coisas que sabe, não pelo que elas são, mas por outras que ele sabe” (PLATÃO, *Tht.*, 188a). A opinião falsa é fruto da ignorância, seja por erro ou por falta de conhecimento, mas quando se enuncia uma proposição, ainda que ela seja falsa, enuncia-se algo. De qualquer forma, tanto Platão (*Tht.*) quanto Aristóteles (*Metph.*) entendem que o discurso consegue captar a essência do *ser*, é possível enunciar-la.

Górgias, por sua vez, defende que a palavra não capta a essência do *ser*. Assim, o *ser* não existe, tanto quanto o *não ser*; e ainda que existisse e pudesse ser compreendido, não seria possível transmitir sua essência: “nada [...] é; aliás, se é, é incognoscível; aliás, se é e é cognoscível, não pode ser mostrado aos outros” (GÓRGIAS, 2005, p. 278). Para ele, a palavra não retém o *ser* quanto a sua natureza, a sua essência, e por isso, ainda que o *ser* exista como fenômeno natural, não pode ser traduzido pela linguagem. Para os sofistas, “o *ser* é um efeito de dizer: um personagem filosófico, assim como existem personagens narrativos, produtos do discurso” (CASSIN, 2005, p. 31). O discurso sempre enuncia, já que não é possível usar o discurso para “não dizer” algo, com isso, o discurso sofisticado “fabrica o mundo, faz com que ele advenha” (CASSIN, 2005, p. 63).

---

<sup>3</sup> São categorias aristotélicas: “o que (substância), quão grande, quanto (a quantidade), que tipo de coisa (a qualidade), com o que se relaciona (a relação), onde (o lugar), quando (o tempo), qual a postura (a posição), em quais circunstâncias (o estado ou condição), quão ativo, qual o fazer (a ação), quão passivo, qual o sofrer (a paixão)” (ARISTÓTELES, *Categorias*, IV, 1b25).

Aristóteles (*Ret.*) e Platão (*Tht.*) mantêm o discurso como representação da realidade, enquanto Górgias compreende o discurso sempre como gerador de uma realidade. O discurso para os sofistas perde a sua essência, ele se transforma na sua própria aparência. Com isso, o discurso basta para comprovar a veracidade da informação, que só pode ser atestada por uma perspectiva individual. Cassin (2005) defende que a retórica sofística se apoia no tempo discurso, e não na *aletheia*, a concepção de verdade. Entendemos que as contribuições de Górgias e Protágoras incidem em dois elementos retóricos: a *doxa* e o *kairos*. A primeira explica a criação de um mundo em que a falsidade pode ser tomada como verdade; o segundo, o momento perfeito, que possibilita esse novo consenso entre orador e auditório.

### **1.2 Das circunstâncias: a *doxa* e o *kairos***

É preciso retomar a finalidade dos discursos que estudamos, nas palavras de Mateus (2018, p. 34): “aproveitar-se e ludibriar os espíritos fazendo passar por verdadeiros e verossímeis os discursos desprovidos de verdade”. O orador desonesto, o sofista, sabe que a informação falsa é falsa, e a emprega retoricamente como ferramenta de persuasão. Para Aristóteles (*Ret.*), “na retórica, um será retórico por conhecimento e outro por intenção” (*Ret.*, I, 1355b15), a falsidade é uma escolha deliberada para o sofista. O retórico, ou o orador, é na Retórica aquele que persuade o auditório em direção ao melhor juízo, dado seu conhecimento sobre o tema em disputa; enquanto o sofista é quem manipula o orador a seu bel-prazer. O último é quem usa o discurso para persuadir o auditório em direção ao injusto, ao desonesto ou ao vicioso. O auditório é o iludido, o enganado nessa dinâmica, enquanto o orador é o criador da informação falsa. Para Meyer (2017, p. 205), a identificação entre orador e auditório, ou mesmo o seu distanciamento, é observada na resposta do auditório. Do ponto de vista do auditório, aceitar o discurso do orador passa por assimilar uma opinião, ou seja, tomá-la como verdade. Esse processo é mais fácil quando orador e auditório se identificam como semelhantes. O auditório identifica-se com o mundo construído pela informação falsa.

O auditório, conforme Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014, p. 22, grifo dos autores), é “o conjunto daqueles que o orador quer influenciar com sua argumentação. Cada orador pensa, de uma forma mais ou menos consciente, naqueles que procura persuadir e que constituem o auditório ao qual se dirigem seus discursos”. Os autores definem dois tipos de auditório, o universal e o particular. Assim, a não ser com um auditório previamente delimitado, o particular, o orador deve imaginar que seu auditório

compartilha verdades, fatos e mesmo a ideia do que é preferível de acordo com um senso comum, com a opinião pública. Essa imagem do auditório universal depende, no entanto, do próprio orador, seus costumes, hábitos. Assim, o auditório universal indica mais o entendimento do orador sobre a opinião pública do que uma universalidade de valores. O orador delimita, ao imaginar seu auditório, quais premissas da argumentação podem ser consideradas reais (fatos ou verdades) e preferíveis (valores), conforme Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014).

Para a Retórica, opinião comum, ou senso comum, pode ser traduzido como *doxa*. Nos tratados gregos, a *doxa* é compreendida como o conhecimento das opiniões, baseado no mundo sensível, isto é, naquilo que vemos, ouvimos, sentimos, experimentamos; ela é contrária a *episteme*, ao conhecimento científico. Hoje, entendemos a *doxa* a partir de um recorte de uma sociedade em determinado tempo. Para Amossy (2002, p. 468): “o que é percebido como verdade é o que a ideologia burguesa apresenta como natural e evidente por si mesmo, e essa naturalização não é nada além de uma construção cultural velada a serviço da ideologia dominante<sup>4</sup>”. A questão da ideologia, observada pelos estudiosos da Análise do Discurso, não é frequente nos estudos retóricos, mas é interessante como Amossy (2002) relaciona a ideologia a *doxa*. Para a Retórica, a *doxa* simboliza os acordos prévios para a argumentação, em uma teocracia, por exemplo, são possíveis argumentos que apelam à tradição. São acordos possíveis de serem relacionados com a ideologia.

Amossy (2002) apresenta, ainda, a pesquisa de Marc Angenot, que estudou os discursos publicados na França durante o ano de 1889. Angenot (*apud* AMOSSY, 2002) entende a *doxa* como um todo estruturado composto tanto das opiniões aceitas quanto os questionamentos aceitos. É o discurso aceitável do momento, que comporta o senso comum, as opiniões convergentes, e os paradoxos, as opiniões divergentes, como se mesmo a dissidência fosse uma divergência aceitável. A *doxa* se realiza, e se atualiza, no discurso e só é compreendida em um estudo como o de Angenot. Se opiniões contrárias pertencem a mesma *doxa*, mesmo paradoxalmente, podemos entender a informação falsa como uma tentativa de desafiar o estatuto do fato, da verdade, da opinião pública. Conforme Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014, p. 76): “a nenhum enunciado é assegurada a fruição definitiva desse estatuto [do fato], pois o acordo sempre é suscetível de ser questionado”. Para os autores, há duas formas para se perder esse estatuto:

---

<sup>4</sup> Texto original: “what is perceived as true is what bourgeois ideology presents as natural and self-evident, and this naturalization is nothing but a veiled cultural construction at the service of dominant ideology” (AMOSSY, 2002, p. 468).

Haverá, portanto, dois modos normais para que um acontecimento perca o estatuto de fato: quando são levantadas dúvidas no seio do auditório ao qual ele fora apresentado e quando se amplia esse auditório, acrescentando-lhe outros membros cuja qualidade para julgar é reconhecida e que não admitem que se trata de um fato. (PERELMAN e OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p. 76)

A informação falsa coexiste na mesma *doxa* que a informação, assim como o orador e o sofista. Ela é, no entanto, um paradoxo, contrária a opinião, a *doxa*, a interdiscursividade da opinião falsa é se opor a outros discursos que circulam no mesmo momento de publicação. Para Cassin (2005), esse momento, em que o discurso vem a ser, é importante porque, nesse instante, o *ser* admite seu nome e gera um momento de identificação. É o instante ideal para que uma falsidade, a aparência da verdade, seja tomada como essência. Assim, a aparência do discurso para o auditório persuadido será a de verdade. O orador desonesto e o seu auditório partilham um consenso que não se sustenta frente ao escrutínio lógico, mas que é aparentemente verdadeiro. A técnica de argumentação desse orador é a dissociação de noções: “um remanejamento [...], sempre provocado pelo desejo de remover uma incompatibilidade, nascida do cotejo de uma tese com outras, trate-se de normas, de fatos ou de verdades” Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014, p. 469). Essa técnica resolve uma incompatibilidade ao reformular um termo, seja dando-lhe outra definição ou característica.

A dissociação de noções exprime uma nova compreensão do real, mas isso não é percebido pelo auditório, porque a dissociação reestrutura a própria concepção do real do auditório, o que o impede de identificar a incompatibilidade dessas noções. Conforme a perspectiva sofista, temos uma *doxa (paradoxo)* em que há identificação entre auditório e discurso, ou seja, há circunstâncias para que a informação falsa seja considerada um consenso. É um consenso sofisticado: “o resultado sempre precário de uma operação retórica de persuasão, que produz, em cada ocasião (é o *kairos* [...]), uma unidade instantânea inteiramente feita de dissensos, de diferenças” (CASSIN, 2005, p. 70). A argumentação retórica visa o acordo, ou pelo menos a negociação da distância entre orador e auditório. Tanto o orador quanto o auditório do discurso retórico compartilham as mesmas crenças, as mesmas verdades, a identificação reside na adesão à tese. O sofista, ou o orador desonesto, não compartilha das mesmas crenças do seu auditório, ele sabe que o discurso é falso. Ainda segundo Amossy (2014, p. 35), “é necessário ver, de fato, que o ‘nós’ é, na verdade, constituído por um ‘eles’; símbolo daquilo que torna possível qualquer ‘nós’, este ‘eles’ aparece dessa forma, como uma exterioridade constitutiva”. A identificação ocorre entre orador e auditório por ambos pertencem ao grupo em que a informação falsa será defendida como verdade, em oposição a uma outra verdade, a que

pertence a um outro (“eles”). Mas para se questionar um fato ou uma verdade, é preciso a ocasião perfeita.

Essa ocasião é, para a Retórica, o *kairos*: é “[d]a meta na medida em que depende inteiramente do instante, o nome do lugar na medida em que é integralmente temporalizado: pode-se entender de que modo o termo latino *tempus* não quer apenas dizer ‘tempo’, mas igualmente ‘têmpora’” (CASSIN, 2005, p. 206-207). O *kairos* é a oportunidade perfeita para se atingir um alvo, o momento em que as circunstâncias convergem para a realização de uma ação. A informação falsa usa a retórica do tempo, do *kairos*, ou seja, ela depende inteiramente da oportunidade para instaurar um paradoxo, uma opinião contrária a *doxa*. Para um novo consenso entre orador e auditório é preciso um momento oportuno, o que significa que não é sempre que estamos dispostos a abandonar o conforto da *doxa*, ou pelo menos do consenso do que acreditamos ser a verdade, a realidade dos fatos, ou ainda se considerarmos Amossy (2002), a ideologia dominante.

O momento em que o discurso passa a existir, se oportuno, produz, ou reforça, dissenso na *doxa*. O orador se vale de um paradoxo, uma opinião contrária, para impor um novo consenso. A base desse consenso é uma falsidade construída pela dissociação de noções, a reformulação de uma incompatibilidade entre fatos, verdades ou valores. Entendemos a dissociação de noções, descrita como técnica argumentativa por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), uma contribuição sofisticada. Seu uso exige que o orador tome o *ser* como efeito do discurso, o discurso é dotado apenas de aparência, essa reconfigurada pela dissociação de noções. Além disso, quando o auditório se persuade pelo discurso, o paradoxo proposto pela informação falsa só é *doxa*, opinião, na perspectiva de Protágoras, para o próprio indivíduo. A identificação entre orador e auditório está, justamente, em compartilhar um mesmo fato, verdade ou valor. Para Meyer (2017, p. 205), a identificação entre orador e auditório, ou mesmo o seu distanciamento, é observada na resposta do auditório. Do ponto de vista do auditório, aceitar o discurso do orador passa por assimilar uma opinião, esse processo é mais fácil quando orador e auditório se identificam como semelhantes. O auditório identifica-se com o mundo sofista construído pela informação falsa.

## **2. A invenção retórica**

Para Meyer (2017), todo discurso incita uma resposta do auditório à questão proposta pelo orador. Consideramos essa resposta como um ato incosciente, ou seja, posto

frente a um discurso, o auditório sempre responderá a ele. Isso porque, a todo instante, formamos opiniões sobre os mais diversos discursos com os quais nos deparamos. Se o auditório compreende o discurso, formula uma opinião sobre ele. É trabalho do orador construir um discurso capaz de alterar essa opinião. Para Mateus (2018, p. 91), “a dinâmica retórica consiste precisamente na transformação, por parte do orador, de uma opinião em argumento de acordo com as particularidades do auditório”. Ainda segundo o autor, essa dinâmica envolve, por parte do orador, procurar a melhor resposta possível a sua argumentação; identificar o auditório dessa resposta e, com isso, os argumentos mais eficazes a ele; selecionar a melhor opinião para o seu auditório, transformar essa opinião em argumento; e, por último, modificar como o auditório percebe o assunto do discurso (MATEUS, 2018, p. 91). Ao modificar a percepção do auditório, ainda que por modificação tomemos reafirmação ou adaptação a uma crença, pode-se influenciar uma ação futura desse auditório. É o que compreendemos como a competência retórica, ou a retoricidade do discurso.

A disciplina Retórica se divide em quatro partes: a invenção, a disposição, a elocução e a ação. Para Reboul (2004), cada parte representa uma das fases necessárias para a produção de um discurso. Na invenção, o orador busca os argumentos e outros meios de persuasão relacionados ao assunto do seu discurso. A ordenação desses argumentos ao longo do discurso pertence a disposição e a elocução é referente ao estilo do texto. A última parte, a ação, é de fato a enunciação do discurso, como os efeitos da voz e os gestos do orador. Os latinos, de quem herdamos os nomes das partes da Retórica<sup>5</sup>, antecedem a ação com a memória, ou seja, com a própria memorização do discurso. O primeiro e o segundo livro de *Retórica* (ARISTÓTELES, 2012) apresentam a invenção a partir “[d]a lógica do assunto, [d]o caráter do orador e [d]a emoção dos ouvintes” (Alexandre Jr., 2012, p. XXIX). Aristóteles (*Ret.*) escreve sobre os campos da Retórica – a justiça, a política e o elogio – e quais argumentos estão disponíveis a cada um dele. Ao terceiro livro de *Retórica* cabe a demais partes, embora a divisão dos temas na obra de Aristóteles não seja rígida. Segundo Tringali (2014, p. 131), “para Aristóteles, a parte mais importante da Retórica é a invenção; a invenção, por assim dizer, define a Retórica”. A Retórica criticada por Platão (*Gorg.*) centrava-se no orador e no auditório, no papel do sofista e na manipulação emocional do auditório, por isso Aristóteles (*Ret.*) se preocupa em enfatizar a ligação da Retórica com a busca por argumentos lógicos.

---

<sup>5</sup> Em grego, *heuresis* (invenção), *taxis* (disposição), *lexis* (elocução) e *hypocrisis* (ação).

Também destacaremos a invenção para fundamentar as categorias de análise da informação falsa, uma vez que as provas retóricas, ou artísticas, são o nosso ponto de interesse. Na invenção, o orador não deve criar nada: “apenas se percorre um caminho batido, bastando deparar, nos lugares apropriados, com os tipos padronizados de provas” (TRINGALI, 2014, p. 133). O orador deve descobrir quais provas são adequadas ao assunto do seu discurso, quais são as mais persuasivas e quais as menos. Entendemos, conforme Tringali (2014, p. 135), que “a prova em Retórica tem um alcance peculiar: é tudo, seja o que for, que ajuda a persuadir”. Aristóteles (*Ret.*) separa as provas em inartísticas (ou extrínsecas) e artísticas (ou retóricas, intrínsecas). As provas inartísticas, ou ainda não-técnicas, aquelas que não são criadas discursivamente, são para Aristóteles (*Ret.*) específicas da retórica judicial: “estas provas são cinco em número: as leis, os testemunhos, os contratos, as confissões sob tortura e o juramento” (*Ret.*, I, 15, 1375a25). Essa concepção inicial das provas inartísticas foi, é claro, revista, e inclui as provas que são alheias ao discurso. Mateus (2018, p. 105) define-as como “fora da jurisdição do orador”. No gênero epidítico, pode-se louvar um artista pelos prêmios conquistados e um acadêmico por suas publicações, é o que Mateus (2018) se refere como objetos simbólicos.

Já as provas artísticas “consistem no *logos*, *pathos* e *ethos* e definem uma argumentação orientada pelo raciocínio rigoroso (*logos*), dirigida às emoções humanas (*pathos*) e baseada no caráter e probidade humanos (*ethos*)” (MATEUS, 2018, p. 106). Ao invés de descrevê-las, puramente, Aristóteles (*Ret.*) faz isso a partir dos gêneros do discurso: epidítico, jurídico e deliberativo. Há uma conexão direta, para Aristóteles (*Ret.*), entre o gênero e o auditório ao qual ele se dirige. Ele considera que “o discurso comporta três elementos: o orador, o assunto de que fala, e o ouvinte; e o fim do discurso refere-se a este último, isto é, ao ouvinte” (ARISTÓTELES, *Ret.*, I, 3, 1358b). Aristóteles (*Ret.*) diferencia os auditórios em três. O auditório pode ser espectador, juiz do passado ou juiz do futuro. No caso do primeiro, o auditório é espectador do orador, que elogia ou censura um evento (ou pessoa) atual. A finalidade do discurso é a beleza, assim se espera que o auditório consiga se identificar com a exortação das virtudes benquistas, o tempo desse gênero é o presente. No segundo caso, o juiz pode se pronunciar sobre o passado (gênero jurídico) ou sobre o futuro (gênero deliberativo). Para quem julga o passado o fim é o justo ou o injusto. O papel do orador é acusar ou defender, e o do auditório é indicar se uma injustiça foi cometida. Já para quem delibera sobre o futuro, o fim do discurso é o conveniente ou o prejudicial (para si mesmo ou para a sociedade). O papel do orador é

aconselhar ou dissuadir, o do auditório é de tomar uma decisão futura. A tabela sintetiza as principais características dos gêneros retóricos conforme Aristóteles (*Ret.*).

**Tabela 1: Gêneros retóricos**

<b>Gênero</b>	<b>Posição do orador</b>	<b>Posição do auditório</b>	<b>Tempo</b>	<b>Finalidade</b>	<b>Objetivo</b>
<b>Deliberativo</b>	Conselho/ dissuasão	Assembleia	Futuro – eventos futuros	Conveniente/ prejudicial; acessórios: justo/injusto, belo/feio	Bom, conveniente
<b>Jurídico</b>	Acusação/ defesa	Juiz	Passado – atos acontecidos	Justo/injusto; acessórios: conveniente/ prejudicial, belo/feio	Lei
<b>Epidítico</b>	Elogio/cen sura	Observador	Presente – eventos atuais	Belo/feio; acessórios: conveniente/ prejudicial, justo/injusto	Virtude

Pelo recorte temático do *corpus*, efeitos colaterais da vacina contra a covid-19, o gênero retórico predominante é, provavelmente, o deliberativo. Ele é marcado por um orador que busca aconselhar ou dissuadir o auditório, posto como membro de uma assembleia, sobre um evento futuro, no nosso caso a vacinação. Sobre o que se deve deliberar, Aristóteles (*Ret.*) diz que esse assunto pertence a ciência política: “a retórica se compõe, por um lado, da ciência analítica e, por outro, do saber político relativo aos caracteres; além disso, ela é semelhante, por um lado à dialética, e por outro aos discursos sofisticos” (ARISTÓTELES, *Ret.*, I, 4, 1359b10). Os caracteres, relativos a política, são também traduzidos como *habitus* (*ethe*) ou virtudes (*aretai*). Aristóteles (*Ret.*) apresenta como temas desse gênero os assuntos da cidade: “os temas mais importante sobre os quais todos deliberam [...] são basicamente cinco, a saber: finanças, guerra e paz, defesa nacional, importações e exportações, e legislação” (ARISTÓTELES, *Ret.*, I, 4, 1359b15). A conexão entre o gênero e a política é o que nos sugere sua aproximação com o *corpus*.

## 2.1 Provas éticas

O auditório do gênero deliberativo busca a felicidade, “o viver bem combinado com a virtude, ou a autossuficiência na vida” (ARISTÓTELES, *Ret.*, I, 5, 1360b15). Aristóteles (*Ret.*) aponta como partes da felicidade:

a nobreza, muitos amigos, bons amigos, a riqueza, bons filhos, muitos filhos, uma boa velhice; também as virtudes do corpo como a saúde, a beleza, o vigor, a estatura, a força para a luta; a reputação, a honra, a boa sorte, e a virtude [...]. Com efeito, uma pessoa seria inteiramente autossuficiente se possuísse os bens internos e externos, pois fora destes não há outros. Os bens internos são os da alma e os do corpo; os externos são a nobreza, os amigos, o dinheiro e a honra. (ARISTÓTELES, *Ret.*, I, 5, 1360b20)

A virtude, ou “os bens da alma”, é definida em *Retórica* como “o poder de produzir e conservar os bens, a faculdade de prestar muitos e relevantes serviços de toda a sorte e em todos os casos” (ARISTÓTELES, *Ret.*, I, 9, 1366b). É em *Ética a Nicômaco* (2015), no entanto, que Aristóteles discorre sobre a virtude. Ela é de dois tipos: intelectual e moral, a primeira resulta do ensino e a segunda, do hábito. Para o filósofo, aquilo que se desenvolve pelo hábito, ou seja, pela prática, como a virtude, não é uma característica natural do homem. Por isso a importância do hábito: deve-se praticar ações justas, por exemplo, para tornar a justiça como um reflexo natural. “Assim, a virtude é uma disposição de caráter relacionada a uma escolha deliberada e ocupa uma posição central em relação a nós, a qual é determinada pela razão e determinaria o homem dotado de sabedoria prática” (ARISTÓTELES, *Eth. Nic.*, II, 1107a). A virtude é ainda retratada como o meio-termo, a justa medida, entre dois vícios, um pelo excesso e outro pela falta, conforme apresentação de Magalhães (2021, p. 53):

**Tabela 2: Virtudes por Magalhães (2021, p. 53)**

<b>Vício da deficiência</b>	<b>Meio da Virtude</b>	<b>Vício do excesso</b>
Covardia	Coragem	Imprudência
Insensibilidade	Temperança	Libertinagem
Avareza	Generosidade	Esbanjamento
Vulgaridade	Elegância	Ostentação
Pobreza de espírito	Espírito elevado	Empáfia
Conformismo	Desejo de evoluir	Ambição excessiva
Ausência de personalidade	Firmeza	Arrogância
Maus modos	Civilidade amistosa	Bajulação
Depreciação irônica	Sinceridade	Franqueza excessiva
Falta de graça	Bom humor	Deboche
Falta de vergonha	Modéstia	Ostentação
Cinismo	Indignação justa	Maledicência

Em *Retórica* (2012), Aristóteles aponta como elementos da virtude a justiça, a coragem, a temperança, a magnificência, a magnanimidade, a liberalidade, a mansidão, a

prudência e a sabedoria. Todas elas são fontes de felicidade, somadas às virtudes do corpo, que são a saúde e a beleza. No gênero deliberativo, enquanto o papel do auditório é deliberar, como uma assembleia, sobre o melhor curso de decisões futuras, ao orador cabe o papel de aconselhar ou dissuadir sobre o melhor caminho. O orador aconselha ou dissuade a partir do que é bom e do que é conveniente. Aristóteles (*Ret.*) descreve o bom como “o que é digno de ser escolhido em si e por si, e aquilo em função de que escolhemos outra coisa” (ARISTÓTELES, *Ret.*, I, 6, 1362a15), e todas as coisas boas são a felicidade e a virtude.

A prova ética está relacionada ao caráter do orador, a sua imagem no discurso:

Para os gregos, o *ethos* é a imagem de si, o caráter, a personalidade, os traços de comportamento, a escolha de vida e dos fins [...]. O *ethos* é uma excelência que não tem objeto próprio, mas se liga à pessoa, à imagem que o orador passa de si mesmo, e que o torna exemplar aos olhos do auditório, que então se dispõe a ouvi-lo e a segui-lo. (MEYER, 2007, p. 34)

Para a Retórica, quem profere o discurso, o orador, perde importância frente a imagem de si construída através do discurso. Imagem essa tomada como a primeira das provas artísticas, denominada *ethos*. O orador é o sujeito, enquanto o *ethos* é o caráter moral desse orador construído discursivamente. Conforme Amossy (2018, p. 124): “a interação entre orador e seu auditório se efetua necessariamente por meio da imagem que fazem um do outro”. O auditório é quem o orador imagina ser seu público, ou seus opositores, e o orador quem o auditório acreditar ser o detentor dos valores morais expressos pelo discurso. Meyer (2007) também compartilha desse entendimento: “o *ethos* se apresenta de maneira geral como aquele ou aquela com quem o auditório se identifica” (MEYER, 2007, p. 35), é quem reafirma valores morais importantes para o auditório.

Eggs (2018) pensa o *ethos* a partir do seguinte trecho aristotélico: “três são as causas que tornam persuasivos os oradores, e a sua importância é tal que por elas nos persuadimos, sem necessidade de demonstrações: são elas a prudência, a virtude e a benevolência” (Aristóteles, *Ret.*, II, 1, 1378a5). O autor compreende cada uma dessas causas como correspondente a uma das provas retóricas (relacionadas ao orador, ao auditório e ao discurso). A prudência – “a *phronesis*, que significa o bom senso, a prudência, a ponderação, ou seja, que indica se o orador exprime opiniões competentes e razoáveis” (FIORIN, 2015, p. 71) – é apresentada como parte do *logos*: se os argumentos e conselhos do orador são sábios e razoáveis. A virtude – “a *arete*, que denota virtude, mas virtude tomada no seu sentido primeiro [...], portanto a coragem, a justiça, a sinceridade” (FIORIN, 2015, p. 71) – remete ao *ethos*, ou seja, se a argumentação é

honesto e sincera; e, por último, a benevolência – “a *eunoia*, que significa a benevolência e a solidariedade” (FIORIN, 2015, p. 71) – remete ao *pathos*, posta por Eggs (2018) como a demonstração que o orador é solidário e amável com o auditório.

Para Aristóteles (*Ret.*), os oradores que recorrem à mentira só possuem duas das três virtudes necessárias ao orador verdadeiramente retórico. Esses oradores “ou é por falta de prudência que emitem opiniões erradas ou então, embora dando uma opinião correta, não dizem o que pensam por malícia; ou sendo prudentes e honestos não são benevolentes” (Aristóteles, *Ret.*, II, 1, 1378a5). Não é preciso ser um orador virtuoso para parecer virtuoso. Entendemos que o par essência e aparência está presente em todas as provas artísticas na análise da informação falsa. Assim, o *ethos* da informação falsa apresenta uma essência e uma aparência contrárias. O orador será honesto para o auditório que confia nele, e desonesto para quem percebe a falsidade no discurso. De qualquer forma, o orador deve despertar emoções no auditório, seja pela identificação ou pelo estranhamento.

## 2.2 Provas patéticas

Não basta que o orador demonstre ao longo do seu discurso o melhor caminho, “é necessário procurar não só que o discurso seja demonstrativo e digno de crédito, mas também que o orador mostre possuir certas disposições e prepare favoravelmente o juiz” (ARISTÓTELES, *Ret.*, II, 1, 1377b15). As deliberações também são alvo de julgamento, conforme Aristóteles (*Ret.*),

muito conta para a persuasão, sobretudo nas deliberações e, naturalmente, nos processos judiciais, a forma como o orador se apresenta e como dá a entender as suas disposições aos ouvintes, fazendo com que, da parte destes, também haja um determinado estado de espírito em relação ao orador. (ARISTÓTELES, *Ret.*, II, 1, 1377b20)

Os fatos, segundo o filósofo, não se apresentam da mesma forma a quem ama ou a quem odeia. As emoções influenciam a disposição do auditório, por isso é tarefa do orador selecionar e dispor o discurso de maneira que a disposição do auditório se torne favorável a ele. “As emoções são as causas que fazem alterar os seres humanos e introduzem mudanças nos seus juízos, na medida em que elas comportam dor e prazer” (ARISTÓTELES, *Ret.*, II, 1, 1378a20), elas são assim parte do mundo sensível, das sensações. As emoções são a contraparte racional da alma humana que nos incita a ação. Conforme Meyer (2000, p. XXI), elas são representadas por Platão como “animais atrelados, conduzidos por um cocheiro que tenta harmonizar os puxões dos cavalos que

se lançam em direções opostas”. Pela dor, o hábito, perseguimos as virtudes valorizadas pela sociedade, já o prazer nos entrega às paixões da alma.

Meyer (2017) propõe: “a retórica é a negociação entre indivíduos – *ethos* e *pathos* – sobre uma questão (*logos*) que os divide em maior ou menor grau ou que pretende abolir ou ao menos reduzir sua distância<sup>6</sup>” (MEYER, 2017, p. 6). A distância é em que ponto cada um, orador e auditório, se encontra a respeito da questão no momento imediatamente anterior ao discurso, e também no posterior. Qualquer movimentação do auditório como resposta demonstra a negociação da distância entre orador e auditório. É a identificação entre orador e auditório, seja por compartilharem os mesmos valores, ou por desafiarem valores morais do discurso ideológico dominante, permite ao orador pensar quais emoções, e como essas emoções, são despertadas em pessoas com valores semelhantes.

Tanto para a virtude como para as emoções, Aristóteles (*Ret.*) parte de generalizações do caráter dos jovens e dos idosos, dos ricos e poderosos, dos belos e saudáveis. Cada emoção apresenta três aspectos: “em que estado de espírito se acham os irascíveis, contra quem costumam irritar-se e em que circunstâncias; [...] E o mesmo acontece com as outras emoções” (ARISTÓTELES, *Ret.*, II, 1, 1378a25). Pessoas de caráter similar, diante de situações parecidas, sentem as mesmas emoções. Se aproximar ou se distanciar de um outro, terceiro, permite ao orador e ao auditório se identificarem quanto aos valores defendidos por cada um, por exemplo. Por terem essas semelhanças, orador e auditório se emocionam contra os mesmos inimigos e intercedem em favor dos mesmos amigos. Com isso, compartilhamos as mesmas emoções, contra os mesmos amigos ou inimigos, nas mesmas circunstâncias.

Para Meyer (2000, p. XLVII), “as paixões [emoções] são ao mesmo tempo modos de ser (que remete ao *ethos* e determina um caráter) e respostas a modos de ser (o ajustamento ao outro)”. Elas são essenciais na identificação entre orador e auditório e refletem: (1) reciprocidade, como o amor e o ódio, amamos e odiamos quem nos ama ou nos odeia igualmente; (2) superioridade, como o desprezo e a benevolência, estabelecemos uma relação de assimetria, uma distância, a quem desprezamos ou a quem prestamos serviço; e (3) inferioridade, como a vergonha, que também estabelece uma relação assimétrica. Figueiredo e Santos Jr. (2020, p. 87) sintetizam, no quadro a seguir, as paixões aristotélicas e suas relações hierárquicas:

---

<sup>6</sup> Texto original: “rhetoric is a negotiation between individuals – ethos and pathos – on a question (logos) which divides them to a greater or lesser degree or purports to abolish or at least diminish their distance” (MEYER, 2017, p. 6).

Tabela 3: As paixões conforme Figueiredo e Santos Jr. (2020, p. 87)

Paixão	Relação hierárquica	Posição de quem sente
<b>Cólera</b>	Assimétrica	Inferior
<b>Calma</b>	Assimétrica/simétrica	Inferior, superior ou igual
<b>Amor</b>	Simétrica	Igual
<b>Ódio</b>	Assimétrica	Inferior
<b>Temor</b>	Assimétrica	Inferior
<b>Confiança</b>	Assimétrica	Inferior ou superior
<b>Vergonha</b>	Assimétrica	Inferior
<b>Impudência</b>	Assimétrica	Superior
<b>Favor</b>	Assimétrica	Superior
<b>Compaixão</b>	Simétrica	Igual
<b>Indignação</b>	Assimétrica	Inferior ou superior
<b>Inveja</b>	Assimétrica	Inferior
<b>Emulação</b>	Assimétrica	Inferior
<b>Desprezo</b>	Assimétrica	Superior

A emoção, que ocasiona uma mudança na disposição do auditório, deve ser encaminhada ao prazer, e não a dor. Contra uma injustiça praticada por um forte contra um fraco, encoleriza-se o auditório em defesa daqueles que nos causam compaixão. Há uma virtude compartilhada no despertar da emoção, o que une o orador, e o seu caráter, ao auditório, e a identidade compartilhada. Para Aristóteles (*Ret.*, I, 11, 1370b10), “o que esperamos é agradável, quando a sua presença parece trazer-nos grande alegria ou utilidade, e utilidade sem dor”, mas, para além disso, “a honra e a boa reputação contam-se entre as coisas mais agradáveis, porque cada um imagina que possui as qualidades de um homem virtuoso” (ARISTÓTELES, *Ret.*, I, 11, 1371a5). As emoções são despertadas conforme as virtudes do orador. O que nos é agradável, para Aristóteles (*Ret.*) o belo e o bom, ou tudo que persegue a felicidade, desperta a memória de uma emoção, uma sensação enfraquecida, ou reafirma uma virtude do orador.

Citaremos, por fim, a divisão das emoções em Quintiliano (Instituição Oratória, VI, I, 7). Ele as reconhece como necessárias “caso o verdadeiro e o justo não possam ser alcançados de outro modo, a fim que sejam úteis ao bem comum”. Quintiliano (Inst. Orat., VI, II, 8) separa as emoções em suaves e fortes: “as emoções [...] são de duas espécies: uma, que os gregos denominam *pathos*, que nós traduzimos correta e adequadamente por *adfectus*, ‘emoção’, e a outra *ethos*, para a qual [...] também se diz [*‘ethiké’*], *moralis*, ‘moral’”. Em Instituição Oratória (QUINTILIANO, 2015)), o que conhecemos como *ethos* seriam as emoções brandas e contidas, as suaves, e como *pathos*, as emoções fortes, as comoções violentas. Entendemos que a visão de Quintiliano (Inst. Orat.) nos possibilita observar as paixões do discurso. Como a informação falsa visa o dissenso, fomentar a

diferença, podemos pensar em dois auditórios possíveis: “nós” (orador e auditório), quem percebe o discurso como informação, como uma verdade, e “eles” (o terceiro, o inimigo), que percebem o discurso como informação falsa, uma falsidade. Ao primeiro grupo, o discurso reafirma a identidade entre orador e auditório e, portanto, apela para as emoções suaves, como a calma, o amor e a segurança, elas manifestam-se pela demonstração de virtude do orador. Já para o segundo grupo, o discurso apela para as emoções fortes, a cólera, o ódio e o temor, que se manifestam pela indignação do auditório ao discurso.

### 2.3 Provas lógicas

Discorreremos acerca das virtudes, e sua conexão com o caráter do orador, e das emoções, e sua influência sobre o auditório; resta-nos o discurso. Para Aristóteles (*Ret.*), por falar com as multidões, a Retórica precisa apelar para raciocínios e provas “que se formem de argumentos comuns” (*Ret.*, I, 1, 1355a20). A disciplina é responsável por “um recenseamento desses modos de pensar, dessas opiniões comuns e adquiridas, e desses argumentos já assimilados pelo corpo social, correspondentes a sistemas de expectativas pré-constituídos” (ECO, 1976, p. 74). O orador deve se basear nesses modos de pensar familiares ao seu auditório, como o modo que quanto maior a quantidade melhor, por isso melhor uma coleção de bolsas, sapatos ou carros, do que um de cada; melhor ainda a sua contradição, que cada um deve ser raro, único. Esses modos de pensar são os tópicos (ou os lugares) e se dividem em próprios e comuns, os primeiros correspondem a um conhecimento específico, como o da Medicina ou da Arquitetura, e os últimos, à Retórica.

Em *Tópicos*, Aristóteles descreve os tópicos dialéticos (ou lógicos), e em *Retórica* os retóricos. Esses tópicos são o que Eco (1976) define como modos de pensar correspondentes a sistemas de expectativas pré-constituídos. O conteúdo do raciocínio é melhor aceito porque a forma em que o argumento se organiza preenche uma expectativa do auditório. Conforme nos explica Tringali (2014, p. 151):

Lugares-comuns são nomes que representam conceitos de onde se tiram argumentos que valem para muitas circunstâncias. Pelo que a Tópica se constitui por uma lista de nomes de lugares-comuns donde se tiram argumentos prováveis. No entanto, ela só relaciona os nomes dos lugares-comuns e sua concepção, sem oferecer os argumentos já prontos. Cabe ao usuário forjar um argumento orientado por um nome e conceito. Prova alguma coisa pelo conceito de “causa”, de “gênero”... (TRINGALI, 2014, p. 151)

Conforme o autor, a partir de Cícero (106 – 43 a.C.), convencionou-se a reduzir os tópicos em dezesseis. São eles: “definição, divisão, etimologia, palavras cognatas, gêneros, espécie (forma), similitude, diferença, contrário, circunstância, antecedente,

consequente, repugnante, causa, efeito, comparação” (TRINGALI, 2014, p. 154). Joseph (2008), em seu *Trivium*<sup>7</sup>, destaca quatro tópicos retóricos: “os tópicos retóricos são particularizados por tempo, lugar, pessoas e circunstâncias. Incluem questões como o que foi feito, quem o fez, quando, onde, como, era possível, necessário, crível, honesto, prudente, justo, vantajoso, difícil, fácil, agradável?” (JOSEPH, 2008, p. 146). Há ainda outras divisões dos tópicos, mas tomaremos, por fim, a de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), que reduzem os tópicos em cinco: quantidade, qualidade, ordem, existência, essência e pessoa.

Os autores defendem que “fornecer uma lista exaustiva dos lugares utilizados” (PERELMAN e OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p. 96) não é útil para os estudos retóricos, opinião com a qual concordamos. De forma breve, são cada um dos lugares de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014):

entendemos por lugares da quantidade os lugares-comuns que afirmam que alguma coisa é melhor do que outra por razões quantitativas (PERELMAN e OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p. 97);

[...] os lugares da qualidade, os menos apreensíveis, aparecem na argumentação quando se contesta a virtude do número (PERELMAN e OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p. 100);

[...] os lugares da ordem afirmam a superioridade do anterior sobre o posterior, ora da causa, dos princípios, ora do fim ou do objetivo (PERELMAN e OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p. 105);

[...] os lugares do existente afirmam a superioridade do que existe, do que é atual, do que é real, sobre o possível, o eventual ou o impossível (PERELMAN e OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p. 106);

[...] entendemos por lugar da essência [...] o fato de conceder um valor superior aos indivíduos enquanto representantes bem caracterizados dessa essência (PERELMAN e OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p. 106);

[...] lugares derivados do valor da pessoa, [são] vinculados à sua dignidade, ao seu mérito, à sua autonomia (PERELMAN e OLBRECHTS-TYTECA, 2014, p. 107).

Escolhido o tópico da argumentação, o orador constrói o raciocínio que sustenta a persuasão. Para a retórica aristotélica, o *logos* é, principalmente, o raciocínio empregado pelo orador a fim de persuadir o auditório; “o raciocínio é a operação da mente em que, postas certas coisas, seguem-se necessariamente outras” (TRINGALI, 2014, p. 35). Os raciocínios retóricos são a dedução e a indução, enquanto a primeira raciocina do geral para o particular, a segunda faz o caminho inverso. Para a Retórica, a dedução é o silogismo, e a indução é o exemplo, que deve ser convertido em silogismo. Conforme Tringali (2014, p. 139), “a indução se realiza pela observação direta ou indireta dos fatos

---

<sup>7</sup> O *Trivium* (Gramática, Retórica e Dialética ou Lógica) é uma obra medieval destinada à educação geral. Essas obras eram a principal referência ao pensamento aristotélico, platônico e até mesmo sofista antes da descoberta e tradução das obras de Aristóteles.

individuais suficientemente representados de modo a se concluir generalizando sobre a existência de um ponto comum ao conjunto”. Parte-se, assim, de um exemplo para induzir um raciocínio, um argumento.

A relação mais persuasiva, para a Retórica, é de silogismo, que é “o ato de raciocínio pelo qual a mente percebe que, de uma relação entre duas proposições (chamadas *premissas*) que têm um termo em comum, necessariamente emergirá uma nova e terceira proposição (chamada *conclusão*)” (JOSEPH, 2008, p. 167). Conforme Mortari (2016), o silogismo é composto por proposições categóricas (quantidade, qualidade) com quantificadores universais (todo, nenhum) ou particulares (algum). Proposições também podem ser afirmativas ou negativas. O silogismo é formado por uma premissa maior, com valor universal aceito pelo auditório, uma premissa menor derivada da principal e, finalmente, uma premissa conclusiva. O termo médio carrega a universalidade da primeira premissa para a particularidade da segunda, e não está na premissa conclusiva.

**Tabela 4: Exemplo de silogismo**

<b>quantificador</b>	<b>sujeito</b>	<b>cópula</b>	<b>predicado</b>
Todo	homem	é	mortal
	Sócrates	é	um homem
	(Logo) Sócrates	é	mortal

Aristóteles ainda categoriza as posições possíveis para o termo médio de um silogismo, a nomeia cada possibilidade como a figura do silogismo. Das quatro figuras e todas as suas possibilidades de silogismo, Aristóteles (*apud* MORTARI, 2016) encontrou silogismos válidos nas três primeiras figuras, mais especificamente, quatro na primeira figura, quatro na segunda e seis na terceira. Conforme esquematizadas por Mortari (2016, p. 493), as figuras do silogismo:

**Tabela 5: Posição do termo médio conforme Mortari (2016, p. 493)**

1 <sup>a</sup>	2 <sup>a</sup>	3 <sup>a</sup>	4 <sup>a</sup>
M - G P - M P - G	G - M P - M P - G	M - G M - P P - G	G - M M - P P - G
/			/

Nem todos os silogismos possíveis são válidos, por isso há regras que o invalidam:

- Se um silogismo tem duas premissas negativas, ele é inválido.
- Se um silogismo tem uma premissa negativa, a conclusão tem que ser negativa (ou o silogismo é inválido).
- Se uma das premissas for particular, a conclusão tem que ser particular (ou o silogismo é inválido). (MORTARI, 2016, p. 507)

Empregamos silogismo ao longo dessa exposição, mas é preciso ressaltar que Aristóteles (*Ret.*) prefere o uso de entimema para a Retórica e silogismo para a Dialética. Como a Retórica se fundamenta no senso comum, Aristóteles (*Ret.*) indica que nem sempre todas as premissas do silogismo estão presentes no discurso, mas podem ser deduzidas pelo auditório, por isso ele o chama de entimema. Conforme Aristóteles (*Ret.*): “no que toca a persuasão real ou aparente, assim como na dialética se dão a indução, o silogismo e o silogismo aparente, também na retórica acontece o mesmo. Pois o exemplo é uma indução, o entimema é um silogismo, e o entimema aparente é um silogismo aparente” (ARISTÓTELES, *Ret.*, I, 2, 1356b). Os aparentes ocorrem quando um princípio lógico é violado.

O silogismo aparente e o entimema aparente são descritos em Aristóteles (*Refutações Sofísticas*) como sofismas, o que compreendemos como falácias. A palavra falácia é acrescida à Retórica durante a Idade Média, conforme Vidal (2021). Segundo o autor, o emprego de falácia, um termo latino, não pode ser atribuído a Aristóteles, ele indica que falácia é uma tradução medieval de sofisma, os argumentos descritos por Aristóteles (*Top.*, *Ref. Soph.*, *Ret.*). Em Joseph (2008, p. 225): “uma falácia é uma violação de princípio lógico disfarçada sob uma aparência de validade; é um erro em andamento. A falsidade é um erro de fato. A falácia surge de uma relação de proposições errôneas; a falsidade, de uma relação de termos errônea”. A autora sugere uma divisão entre o raciocínio falacioso, quando a conclusão do silogismo é falsa; e falsidade, quando a premissa é falsa.

Ainda em Joseph (2008), as falácias são então divididas em *extra dictionem* (extralinguísticas): falácia da falsa equação do sujeito e do acidente; confusão do relativo com o absoluto; ignorância consequente; ignorância do argumento; confusão da causa com o que não é causa; petição de princípio e reunião de várias questões em uma (JOSEPH, 2008, p. 231); e são *in dictione* (linguísticas): equívoco (homonímia ou ambiguidade de um termo), anfibologia, composição (falsa conjunção), divisão (falsa disjunção), acentuação (ênfase ou falsa acentuação) e forma verbal (falsa forma de expressão) (JOSEPH, 2008, p. 226). Na sequência, a lista de falácias é extensa: do

acidente, da ignorância do argumento, *ad hominem*, *ad ignorantiam*, de causa falsa, da petição de princípio, da pergunta complexa, da homonímia, da forma verbal, da acentuação, da composição, da divisão, da confusão do relativo. Há ainda outras categorias possíveis para elas, mas, conforme conclui Vidal (2021, p. 14): “*desde sus orígenes medievales hasta los estudios actuales de las falacias, no se ha elaborado una teoría al respecto, sino más bien se há procedido a una acumulación casuística de tipos de argumentos considerados inválidos por diversos motivos*”. A listagem das falácias assemelha-se a das figuras de linguagem, que por vezes dominou os estudos retóricos por sua extensão.

**Tabela 6: Entimemas aparentes e seus exemplos**

<b>Entimema aparente</b>	<b>Exemplo</b>
<b>Expressão:</b> quando não se apresenta de fato a conclusão do silogismo	“Salvou uns, castigou outros, libertou os gregos” (ARISTÓTELES, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401a10)
<b>Homonímia:</b> quando um dos termos da(s) premissa(s) tem mais de um significado, isoladamente ou em combinação	“Caso semelhante é o da pessoa que, para elogiar um cão, o comparasse ao Cão celeste [...]”(ARISTÓTELES, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401a15)
<b>Combinação ou divisão:</b> quando se argumenta como se não houvesse diferença se o termo for considerado combinado ou dividido	“E o mesmo se diga nas ocasiões em que alguém sustenta que conhecer as letras é conhecer a palavra, uma vez que a palavra é o mesmo que as letras.” (ARISTÓTELES, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401a20)
<b>Signo:</b> quando há um erro entre as premissas	“[...] se alguém dissesse: ‘às cidades são úteis os amantes, porque o amor de Harmódio e de Aristogíton derrubou o tirano Hiparco’” (ARISTÓTELES, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401b10)
<b>Acidente:</b> quando as circunstâncias atribuídas ao sujeito, na premissa, não é verdadeira	“Ou ainda se alguém dissesse que o fato de ser convidado para um banquete é o mais alto sinal de distinção, dado que, por não ter sido convidado, Aquiles ficou ressentido contra os Aqueus em Tênedos. Ficou ressentido por se sentir desconsiderado, embora tal tenha acontecido por não ter sido convidado.” (ARISTÓTELES, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401b15)
<b>Consequência:</b> ao atribuir uma falsa consequência a uma ação	“[...] porque um homem é elegante e passeia à noite, conclui-se que é adúltero, uma vez que os adúlteros são assim.” (ARISTÓTELES, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401b25)
<b>Causa:</b> quando se apresenta o que não é a causa como causa	“[...] quando acontecem várias coisas ao mesmo tempo ou umas a seguir às outras. O que acontece ‘depois disso’ toma-se como se fosse ‘a causa disso’” (ARISTÓTELES, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401b25)
<b>Omissão do quando e do como:</b> quando essas	“[...] que Alexandre raptou Helena justamente, uma vez que o pai desta lhe concedera o direito de escolher o

circunstâncias são omitidas	marido. Tal direito não era válido para sempre, mas só a primeira vez, porque o pai tinha autoridade só até esse momento” (ARISTÓTELES, <i>Ret.</i> , II, 24, 1401a25)
<b>Provável em relação a algo:</b> quando se torna o improvável provável relativamente	“[...] se um homem não dá pretexto a uma acusação, por exemplo, se sendo fraco, for acusado de violências (porque não é provável) [...]”(ARISTÓTELES, <i>Ret.</i> , II, 24, 1402a15)

Tomamos como base *Retórica* (ARISTÓTELES, 2012) porque essa é uma obra especificamente sobre Retórica, enquanto *Refutações Sofísticas* (2016) se aproxima mais da dialética aristotélica. Após descrever o funcionamento de um silogismo, e suas proposições, Aristóteles (*Ret.*) passa a descrever “[d]os tópicos donde os extraímos” (ARISTÓTELES, *Ret.*, II, 22, 1395b20). Citamos ainda: “quanto aos tópicos concernentes aos caracteres [virtudes], às emoções e às disposições, já antes os selecionamos, utilizando o mesmo método” (ARISTÓTELES, *Ret.*, II, 22, 1397a), porque é interessante observar que também as virtudes e as paixões são tidas como argumentos. Aristóteles (*Ret.*), então, descreve os tópicos dos entimemas e, na sequência, dos entimemas aparentes:

Mas como pode haver um silogismo [verdadeiro] e outro que, sem o ser, pareça que o é, necessariamente também haverá um entimema [verdadeiro] e outro que, sem ser entimema, pareça que o é, dado que o entimema é uma espécie de silogismo. (ARISTÓTELES, *Ret.*, II, 24, 1401a)

Aristóteles (*Ret.*) agrupa os silogismos aparentes em duas classes: (1) quando derivam da conclusão do silogismo: a) por expressão; ou (2) quando derivam das premissas do silogismo: a) por homonímia; b) por combinação ou divisão; c) por exagero; d) por signo; (e) por acidente; (f) por consequência; (g) por causa; (h) por omissão do quando e do como; (i) por tornar o improvável provável quando relativo. Assim, optamos por usar a separação aristotélica, por erro na conclusão do silogismo; e por erro na construção das premissas. Essa divisão, embora mais simples, parece suficiente para a compreensão do que gera a falsidade, se a conclusão ou as premissas. A tabela abaixo resume e exemplifica os tópicos apontados por Aristóteles (*Ret.*) como fontes dos entimemas aparentes.

No exemplo abaixo, temos um silogismo aparente derivado da conclusão, com a dedução de uma conclusão falsa a partir de premissas verdadeiras, a construção do silogismo aparente é falsa por expressão, conforme as categorias aristotélicas. No caso, a substância da carne (*não é peixe*) se refere ao acidente da carne (*alimento*), acidente também do peixe porque o silogismo compara categorias diferentes: substância e acidente.

**Tabela 7: Exemplo de silogismo aparente (1)**

quantificador	sujeito	cópula	predicado
	Peixe	não é	a mesma coisa que carne
	Carne	é	alimento
	(Logo) Peixe	não é	alimento

No próximo exemplo, temos um silogismo aparente derivado da premissa, a falsidade deriva das premissas, no caso, a construção do silogismo aparente é falsa por homonímia. A tradução aproximada é *todas as penas são leves (light), a luz (light) é o oposto da escuridão, portanto as penas são o oposto da escuridão*. O termo médio (*light*) tem significados diferentes nas premissas, ou seja, há quatro termos no silogismo: *pena, leve, luz, oposto da escuridão*.

**Tabela 8: Exemplo de silogismo aparente (2)**

quantificador	sujeito	cópula	predicado
Every	feather	is	light
	Light	is	the opposite of darkness
	(So) Feather	is	the opposite of darkness

Devemos, por último, mencionar a clareza, o estilo e as figuras de linguagem do discurso. Esses assuntos estão no terceiro livro de Aristóteles (*Ret.*), e são considerados como parte da elocução, outra parte retórica. Conforme Tringali (2014, p. 129), a elocução “consiste no melhor modo de dizer o que se vai dizer”, a parte da invenção presente na elocução, para o autor, está em encontrar as palavras adequadas.

Na prática, a elocução se propõe a redigir, no momento oportuno, um rascunho corrente do discurso e, a seguir, trabalhar esse material de modo a torná-lo claro, correto, elegante e, sobretudo, adequado à finalidade do discurso que consiste em persuadir. Acima de tudo, a elocução explora o valor persuasivo da linguagem. (TRINGALI, 2014, p. 170)

O autor indica quatro virtudes de estilo da Retórica: (1) a adequação do discurso, (2) a correção, (3) a clareza e (4) a elegância do discurso. Tanto a adequação quanto a correção dependem do contexto do discurso, como aponta Tringali (2014, p. 174): “a linguagem deve se harmonizar com todos os valores internos e externos do discurso”. A clareza é, para Aristóteles (*Ret.*) a virtude mais importante do discurso porque ele deve comunicar algo, assim um discurso que não é claro não cumpre sua finalidade. As figuras, por fim, devem ser usadas para ilustrar uma prova retórica. Para Aristóteles (*Ret.*), o tópico comum a todos os discursos é “o que diz respeito à grandeza, dado que todos os oradores fazem uso da diminuição e da amplificação, quando deliberam, elogiam ou censuram e quando acusam ou defendem” (ARISTÓTELES, *Ret.*, II, 18, 1392a). Conforme Cherubim (1973), as figuras se dividem em de palavras (dicção, morfologia e

harmonia), de construção (repetição, omissão, transposição e discordância), de pensamento e de sentido (similaridade, contiguidade).

### 3. Categorias de análise para informação falsa

São essas as virtudes, as emoções e os argumentos aos quais o orador pode recorrer na primeira fase da produção de um discurso, a invenção. Como aprendemos com as contribuições sofisticadas, para aceitar a informação falsa como verdadeira é preciso um novo acordo entre orador e auditório, possível graças ao momento oportuno em que esse discurso passa a existir. Nesse momento, orador e auditório se identificam como semelhantes e tomam um terceiro como exterior ao seu grupo. Podemos supor que esse outro é justamente quem identifica aquela informação como falsa. O discurso sofista é sempre contraditório porque se apresenta como dois, o aparentemente verdadeiro e o essencialmente falso. Ele instaura um paradoxo, uma opinião contrária a *doxa*, que entendemos como um consenso sofisticado. Se o momento for oportuno, a eficácia do discurso sofista é a produção do dissenso, é um discurso que busca o desacordo, a discordância, a diferença de opiniões, o que contraria os princípios da argumentação retórica.

A Retórica visa o acordo, ou pelo menos a negociação da distância entre orador e auditório. Conforme Amossy (2014, p. 24), “nas diversas teorias da argumentação que se seguiram à nova retórica<sup>8</sup>, o acordo permanece em posição privilegiada e se dá como o objetivo último ao qual tende o raciocínio compartilhado”. Esse não é o objetivo da informação falsa porque esse discurso se instaura na *doxa* como uma opinião contrária a um consenso científico ou público. A divergência provoca a identificação entre orador e auditório, tanto do auditório que se aproxima do orador quanto do que se distancia porque a identidade de um só existe em oposição a do outro. As provas retóricas, portanto, devem ser observadas em relação a quem toma o discurso como verdade e como falsidade. Cada categoria de análise, uma para cada prova retórica, é observada a partir do auditório da essência e da aparência do discurso.

Galinari (2014) observa as provas retóricas como dimensões do mesmo discurso, e não como categorias. Para ele, o analista retórico deve relativizar o discurso, isto é, “ver as mesmas coisas – o tão falado discurso – de diferentes ângulos e perspectivas”

---

<sup>8</sup> A autora refere-se à obra “Tratado da argumentação: a nova retórica” de Perelman e Olbrechts-Tyteca publicada originalmente em 1958.

(GALINARI, 2014, p. 258). As provas são, para o autor, as três dimensões do discurso. Partimos de Galinari (2014) ao compreendermos que “o *ethos* e o *pathos* (as imagens de si e as emoções suscetíveis no auditório) só se tornam realidade a partir do discurso, ou seja, do uso de sua estrutura, seus raciocínios, em suma, de tudo o que se chamou acima de *logos*” (GALINARI, 2014, p. 264). Assim, a nossa proposta de categorias de análise observa a dimensão do *ethos*, do *pathos* e do *logos* em cada uma das provas retóricas, éticas, patéticas e lógicas.

A informação falsa constrói um caráter honesto para o seu orador a partir da aparência da prudência, da virtude e da benevolência, ainda que o orador apresente apenas duas das três virtudes necessárias ao orador honesto em essência. Para as provas patéticas, seguimos a descrição do *ethos* de Eggs (2018). Na dimensão do *ethos*, observamos se há demonstração de virtude moral, se sim, então qual é essa virtude; se não, qual é o vício do orador. Aristóteles (*Ret.*) considera a coragem, a justiça e a sinceridade como as virtudes mais persuasivas, as ser observado no *corpus*. Na dimensão do *pathos*, verificamos a solidariedade e benevolência do orador perante o auditório, para Aristóteles (*Ret.*) o orador persuasivo apresenta essas duas qualidades. Na dimensão do *logos*, por fim, buscamos a demonstração de virtude intelectual, se o conselho do orador é bom ou mau. Presumimos que para o auditório do discurso em essência o conselho do orador seja prejudicial e para o auditório da aparência, conveniente.

A categoria das **provas éticas** considera Eggs (2018), que parte de Aristóteles (*Ret.*), assim a prudência (*phronesis*) integra a dimensão do *logos*, a virtude (*arete*), o *ethos* e a benevolência (*eunoia*), o *pathos*. Na dimensão do *logos*, observamos a prudência (*phronesis*) do discurso primeiro respondendo se há demonstração de virtude intelectual do orador, se os seus conselhos são sábios e por isso bons; segundo se o discurso demonstra razão prática, isto é, se é razoável. Na dimensão do *ethos*, analisamos a virtude (*arete*) do orador, ou seja, se o discurso demonstra virtude moral na construção do caráter do orador, com isso se o orador é honesto e sincero; e qual é a virtude exortada pelo discurso. Na dimensão do *pathos*, investigamos a benevolência do orador, se há demonstração de disposição ativa para prestar serviço e respeito ao auditório.

A categoria das **provas patéticas** se baseia em Meyer (2000) (2017) e Aristóteles (*Ret.*). Na dimensão do *logos*, consideramos, primeiro, conforme Meyer (2017), quais são as perguntas despertadas no auditório pelo discurso, segundo, quais são as respostas do auditório. Conforme Meyer (2017), há quatro respostas possíveis para qualquer proposição: aceitar integralmente; aceitar e acrescentar informação; aceitar, mas reduzir

informação; e se opor. Não temos acesso a comentários da informação falsa que integra o *corpus*, por isso a limitação a duas possíveis respostas: aceitação e oposição. Na dimensão do *ethos*, investigamos a identificação entre orador e auditório, com base em Meyer (2000), ao questionar a identidade de cada um. Entendemos que a dimensão do *ethos* das provas patéticas está nessa identificação que parte dos valores defendidos. A evocação de uma emoção suave, como a calma, por exemplo, demonstra um apelo às virtudes do orador, e, portanto, indica um auditório do discurso aparente. Já as emoções fortes, como a cólera, demonstram um apelo às emoções do auditório, a indignação com a informação falsa, e, portanto, um auditório da essência do discurso. Na dimensão do *pathos*, observamos as paixões, propriamente, com base em Aristóteles (*Ret.*) e Meyer (2000), em especial o estado de espírito de quem é acometido por essa paixão, contra quem a sente e em quais circunstâncias. A identificação da paixão despertada permite, na dimensão do *pathos*, observar a relação hierárquica entre orador e auditório e, com isso, a distância entre eles.

A categoria das **provas lógicas** considera Aristóteles (*Ret.*) e Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014). Na dimensão do *logos*, verificamos o tópico retórico, quantidade, qualidade, ordem, existência, essência e valor da pessoa; e os raciocínios, silogismo ou silogismo aparente. No caso do silogismo aparente, também analisamos se a violação lógica deriva da conclusão ou das premissas do silogismo. Na dimensão do *ethos*, investigamos qual é o saber partilhado entre orador e auditório e com isso se compartilham a mesma *doxa*, opinião. Na dimensão do *pathos*, buscamos se o estilo do discurso, isto é, se a expressão possui “a forma conveniente [para] se exprimir emoções e caracteres”, já que “o estilo apropriado torna o assunto convincente, pois, por paralogismo, o espírito do ouvinte é levado a pensar que aquele que está falando diz a verdade” (ARISTÓTELES, III, 7, 1408a15-20); e se o discurso expressa clareza, uma vez que “se o discurso não comunicar algo com clareza, não cumprirá a sua função própria” (ARISTÓTELES, *Ret.*, III, 2, 1404b). Também nessa dimensão retratamos as figuras da Retórica, como o paradoxo, uma figura de pensamento.

## II. AS FAKE NEWS: A INFORMAÇÃO FALSA

Tomamos a liberdade de empregar informação falsa em vez de *fake news* por entendermos que a nomenclatura acerca do tema ainda não está consolidada. Não optamos por notícias falsas “pela evidência de que se é falsa, não é notícia” (PRADO, 2019, p. 58), nem por *fake news* porque, para Wardle e Derakhshan (2017), o seu uso por agentes políticos como forma de atacar a credibilidade da mídia tradicional desaconselha o seu emprego em textos acadêmicos. Eles optam por *information disorder*, traduzido como desordem informacional em Gonçalves-Segundo (2020) e desinformação em Bezerra, Magno e Maia (2021) e Gomes e Lopes (2021). Dentre as traduções, preferimos desordem informacional porque afasta, ainda que não completamente, o prefixo *des-* do processo de informar, uma vez que sugere uma informação desordenada, não uma falta de informação<sup>9</sup>. A informação falsa informa seu auditório, ainda que com informações de baixa qualidade.

A desordem informacional, conforme Wardle e Derakhshan (2017), é o fluxo constante de informações falsas, sejam fabricações ou manipulações de fatos, distribuídas por agentes conectados em rede. Para os autores, a desordem informacional distancia-se do impacto de rumores ou boatos anteriores por conta da tecnologia disponível para veiculação da informação. Eles elencam o que diferencia os boatos de outrora com a desordem informacional:

[...] a poluição informacional em escala global; uma complexa teia de motivações para criar, divulgar e consumir essas mensagens “poluídas”; uma infinidade de tipos de conteúdo e técnicas para amplificá-lo; inúmeras plataformas que hospedam e reproduzem esse conteúdo; e velocidades vertiginosas de comunicação entre pares confiáveis. (WARDLE e DERAKHSHAN, 2017, p. 4, tradução nossa)<sup>10</sup>

A desordem informacional descreve uma nova forma de comunicação disponível, viabilizada pela internet e pelos demais avanços tecnológicos com alcance global. O

---

<sup>9</sup> Reconhecemos, segundo Bona e Ribeiro (2018, p. 633), que “o significado de negação associado a esse prefixo não é mais produtivo no PB [português brasileiro] atual”, já que também se registra o emprego do prefixo com efeito de reversão de um processo. Para justificar essa afirmação, os autores citam formações como “desamar” e “desconhecer”, que tem datação antiga (séc. XIII), e neologismos como “desconversa” (1994), “desfavelização” (1996), “desincentivar” (2004), que empregam o prefixo com o sentido de reversão. Como outros neologismos, então, desinformar é reverter o processo de informar, e quem sofre essa ação deixa de ser um sujeito informado.

<sup>10</sup> “Informational pollution at a global scale; a complex web of motivations for creating, disseminating and consuming these ‘polluted’ messages; a myriad of content types and techniques for amplifying contents innumerable platforms hosting and reproducing this content; and breakneck speeds of communication between trusted peers”. (WARDLE e DERAKHSHAN, 2017, p. 4)

quadro proposto por Wardle e Derakhsham (2017) se dedica a compreender as implicações dessa novidade promovida pelo avanço da comunicação virtual: a arte de desinformar. Os autores se preocupam com o todo, não com a unidade textual que compõe a desordem informacional, a qual popularmente conhecemos como uma *fake news*. Os autores referem-se a ela como *false information* e, por isso, optamos pelo emprego de informação falsa.

Nós conceituamos informação falsa, a partir da definição de Gelfert (2018) para as *fake news*: “apresentações deliberadas de alegações (tipicamente) falsas ou ilusórias como notícias, de forma que as alegações são ilusórias por *design*”, conforme a tradução adotada por Gonçalves-Segundo (2020, p. 7). Há dois pontos dessa definição que destacamos: a proximidade com as notícias e o uso de mecanismos tecnológicos para sua propagação (o *design* das redes). Assim, a informação falsa é uma alegação que se apresenta no tempo do trabalho jornalístico, às vezes até mesmo com as suas vestimentas. Tomemos Santaella (2020) para entendermos o primeiro ponto da definição de Gelfert (2018): a notícia é “uma transmissão por algum tipo de meio – do boca a boca, panfleto, jornal, radiojornal, telejornal até redes sociais digitais –, de algum acontecimento, evento, fato, situação vivida em qualquer esfera da realidade” (SANTAELLA, 2020, p. 11). O relato jornalístico é o que compreendemos como o registro da realidade. A notícia, ou a informação, é curada por jornalistas, os profissionais responsáveis por certo rigor e padrão da notícia. A informação falsa também se apresenta como um registro da realidade, ainda que sua credibilidade não se baseie no código de ética dos jornalistas, mas na eficácia da sua disseminação nas redes sociais.

O segundo ponto da definição, o por *design*, é para Gelfert (2018) a razão do ineditismo da informação falsa. Segundo ele, “o que é distinto sobre a ampla circulação de *fake news* e seu caráter enganoso [...] [é] que se devem a características sistêmicas inerentes ao *design* das fontes de informação e dos mecanismos que deram origem a sua ascensão”<sup>11</sup> (GELFERT, 2018, p. 103, tradução nossa). Gelfert (2018) cita como mecanismos de funcionamento das redes sociais os vieses cognitivos, dentre eles, o viés de confirmação (a tendência humana de favorecer evidências que reforçam crenças pré-estabelecidas), o efeito de repetição (a exposição repetida a mesma informação), o efeito de predisposição (a influência subsequente de informação apresentada, construções

---

<sup>11</sup> “What is distinctive about the wide circulation of fake news and its deceptive character is [...] that they are due to systemic features inherent in the design of the sources and mechanisms that give rise to them” (GELFERT, 2018, p. 103).

linguísticas, por exemplo, como “vachina” ou “vírus chinês”), e a excitação emocional (redução da disposição para negociar ou se comprometer). É o acionamento desses vieses, segundo Gelfert (2018), que prejudica o pensamento crítico, pelo menos o daqueles persuadidos pela informação falsa.

## 1. A informação falsa e o jornalismo

Assim como os veículos de imprensa tradicionais, as redes sociais também operam como intermediárias entre o produtor de conteúdo e o seu auditório. Para Pariser (2012), as redes sociais “detêm um enorme poder – tanto poder, em muitos sentidos, quanto os editores de jornais, os selos de gravadores e outros intermediários que os precederam” (PARISER, 2012, p. 58). Hoje, o contato mais frequente que temos com a internet é intermediado por essas plataformas: WhatsApp, Google, YouTube, Facebook, Instagram. Cada uma delas apresenta características únicas, mas, de maneira geral, elas oferecem ao usuário a possibilidade de criar publicações, em texto, foto, montagem e vídeo; interagir com outras publicações, como curtir, compartilhar ou comentar, e com outros usuários, com o envio de mensagens privadas e a participação em grupos fechados. Algumas têm uma “página inicial” personalizada, o *feed*, para exibir publicações de outros usuários. Essas plataformas personalizam o conteúdo disponível através de um algoritmo inteligente para entregar uma experiência cada vez mais satisfatória ao usuário.

Sabemos que o jornalismo não é isento de posicionamento ideológico, nada realmente é, mas “tradicionalmente, na era hegemônica da comunicação de massas, as notícias eram fabricadas em fontes restritas, relativamente confiáveis” (SANTAELLA, 2018, p. 30). Os jornalistas são os responsáveis pela manutenção da ética profissional. E, na era da internet, esses profissionais também precisaram se adaptar às redes sociais. Conforme Tandoc *et al* (2018), em um primeiro momento o jornalista profissional usou as plataformas *on-line* para promover seu trabalho, depois para divulgar notícias em primeira mão aos seus seguidores. O Twitter, especialmente, é usado por jornalistas para detalhar notícias em tempo real, as famosas notícias urgentes (*breaking news*). Com isso, “não só as mídias [redes] sociais mudaram a distribuição das notícias, mas também desafiaram as crenças tradicionais sobre como as notícias deveriam parecer”<sup>12</sup> (TANDOC, LIM e LING, 2018, p. 139). O comportamento dos jornalistas como usuários

---

<sup>12</sup> Texto original: “Not only did social media change news distribution, it has also challenged traditional beliefs of how news should look.”

das redes sociais possibilitou, dentro desse ambiente, relatar fatos fora dos formatos restritos aos gêneros jornalísticos, como a própria notícia, a reportagem e a fotolegenda.

Assim, apesar da relação com o discurso jornalístico, a informação falsa não deve ser definida como textos que mimetizam a estrutura composicional de uma notícia, já que ela se apresenta em muitos formatos. Especificamente sobre a diferença entre a notícia e a informação falsa, Melo (2022, p. 79) aponta que a última é “mais curtas, monotemáticas e legíveis” e “recorre[m] mais a verbos e adjetivos relacionados à moral, além de conter, proporcionalmente, menos preposições, substantivos e adjetivos numéricos em seu texto, o que está ligado ao seu formato excessivamente declaratório e sensacionalista” (MELO, 2022, p. 79). O autor ainda cita que as notícias respondem a cinco perguntas jornalísticas: O que aconteceu? Quando se deu? Onde ocorreu? Como ou de que forma veio a se dar o fato? Por que o fato relatado aconteceu? Enquanto a informação falsa responde às três primeiras, simplificam a quarta e, normalmente, ignoram a última.

Os **não-jornalistas**, ou jornalistas independentes, sem associação com veículos de imprensa, também se aproveitaram do alcance proporcionado pelas redes sociais para produzir conteúdo pretensamente jornalístico e atingir um público cada vez maior. Esse movimento foi primeiro observado nos *blogs* e depois nas redes, que passaram a oferecer uma plataforma maior para esse jornalismo ficcional, ou seja, que recria a realidade sem base factual. Outra facilidade disponível por causa dos avanços tecnológicos é o modelo de negócios desse jornalismo, muito diferente do profissional. Allcott e Gentzkow (2017) investigaram o modelo econômico da informação falsa produzida durante as eleições presidenciais norte-americanas de 2016. Os autores encontraram sites exclusivamente de informação falsa, normalmente com nomes similares aos de veículos tradicionais da imprensa, e sites mistos, com informação falsa e notícia, ainda que partidárias. Conforme os autores, o investimento para criar um negócio de mensagens falsas é baixo, já que não há custos com a contratação de jornalistas profissionais para construir a credibilidade do site.

Além disso, esse modelo de negócios conta com um lucro a curto prazo, proveniente da receita publicitária do site. Ainda segundo eles, a internet possibilita um investimento baixo para a produção e divulgação de notícias e, em contrapartida, um sistema de remuneração com base no tráfego de usuários do site. Os autores também destacam o papel das redes sociais especificamente. Nelas, o custo para a criação de uma página ou perfil é incomparável ao de um veículo tradicional, o que torna a produção de informação falsa ainda mais lucrativa. Além do alcance proporcionado, há ainda a rapidez

na disseminação de informação nas redes. Produzir e distribuir conteúdo falso, antes da popularização das redes sociais, era simplesmente mais caro e menos rentável. Sobre as eleições presidenciais norte-americanas de 2016, especificamente, Allcott e Gentzkow (2017) apontam duas motivações dos fabricantes de informação falsa. A primeira é financeira, “notícias virais nas mídias sociais podem gerar uma receita significativa quando o usuário visita o site original”<sup>13</sup> (ALLCOTT e GENTZKOW, 2017, p. 217). A outra é ideológica: alguns dos produtores de informação falsa têm como objetivo alavancar ou prejudicar um agente político. Tanto aqueles identificados como *right-wing* quanto *left-wing* criaram sites de notícias falsas, os últimos com o objetivo de explorar o absurdo das notícias nas quais os primeiros acreditavam.

Uma das respostas do jornalismo profissional à informação falsa foi a criação de agências de checagem. A prática é certamente válida por “viabilizar o confronto da desinformação com diversas fontes e de trazer à tona as origens dos conteúdos desinformativos” (INTERVOZES, 2019, p. 38), o nosso *corpus* advém de uma iniciativa de checagem, a Comprova, que é justamente o que atesta a falsidade da informação analisada. Há limitações para a checagem por causa do volume de informação falsa, o que significa que as agências não podem ser a única solução para a questão. O Intervozes (2019), um coletivo de comunicação social, sugere como pistas na construção de soluções: (1) mudanças nas regras de compartilhamento de conteúdo online, (2) transparência e maior controle dos usuários sobre as plataformas, (3) celeridade na atuação do poder judiciário, (4) formação de educadores e operadores do direito, (5) debates críticos sobre meios e desinformação, (6) desenvolvimento de mecanismos de correção do ambiente digital (INTERVOZES, 2019, p. 42-45).

## 2. O *design* das redes sociais

Como nos recorda Prado (2019, p. 65): “sonhamos por cerca de 20 anos com a descentralização da informação, a liberdade de expressão e experimentamos a comunicação de todos para todos”. Esse sonho não se consolidou. Estamos, hoje, nas mãos dos algoritmos e das decisões das grandes empresas da internet, as Big Tech. Nós imaginamos as redes sociais como uma praça cheia de pessoas conhecidas, a nossa rede de relacionamentos, em que divulgamos a nossa imagem, a nossa opinião e as nossas

---

<sup>13</sup> Texto original: “news articles that go viral on social media can draw significant advertising revenue when users click to the original site”.

relações. Nessa fantasia, todo o conteúdo produzido por um usuário em uma plataforma estaria disponível para todos os seus contatos em rede, mas não é assim que as redes sociais operam. Elas filtram e ordenam o conteúdo oferecido aos usuários com o objetivo de entretê-los enquanto consomem publicidade dos mais variados produtos. Apesar de não produzirem discursos, plataformas como o Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, LinkedIn e TikTok fazem uma curadoria algorítmica nos discursos produzidos pelos seus próprios usuários.

O modelo de negócio é assim sintetizado pelo sociólogo brasileiro Sérgio Amadeu da Silveira (2018, p. 35): “as plataformas se alimentam de dados pessoais que são tratados e vendidos em amostras com a finalidade de interferir, organizar o consumo e as práticas dos seus clientes”. Os dados coletados pelas redes sociais “podem ter muitas formas, tanto verbais quanto imagéticas, sonoras, videográficas e sensórias, ou seja, obtidas por sensores” (SANTAELLA, 2019, p. 22). É com base na análise desses dados que as plataformas decidem qual conteúdo é relevante a cada usuário. Essa decisão é fruto de operações de uma inteligência artificial, única para cada plataforma. Até 2011, o Facebook, por exemplo, usava um algoritmo chamado *EdgeRank* para selecionar o conteúdo com base em três elementos: a afinidade entre os usuários, a relevância de cada publicação com base nas interações, e a atualidade do conteúdo. Desde então, o algoritmo utilizado se baseia em *machine learning*, ou aprendizado de máquinas. Ao invés de definir os elementos e instruir a máquina sobre como selecionar o conteúdo relevante, o próprio algoritmo aprende o que é relevante com base no comportamento anterior do usuário e, então, prevê quais publicações serão curtidas, compartilhadas ou comentadas. O algoritmo do Facebook, segundo publicação da própria empresa (FACEBOOK, 2021) primeiro seleciona todo o inventário do usuário, isto é, todas as postagens que poderiam aparecer no *feed*. Em seguida, observa sinais, como a interação entre os usuários e o tipo de postagem (foto, vídeo ou *link*) e, então, faz previsões sobre a postagem. A postagem ganha uma nota, e as maiores são ordenadas no topo do *feed*. O *software* de busca do Google, segundo Parisier (2012), considera mais de cem marcadores para decidir qual resultado é mais relevante para o usuário dentre as possibilidades.

Para Wardle e Derakhsham (2017), as interações em redes sociais desempenham uma importante função social ao sinalizarem com o que concordamos, ou ainda o que reconhecemos como importante e válido. Essas redes são responsáveis por parte da nossa conexão com os outros, por isso parte significativa da nossa interação encontra-se *on-line*. Os sistemas das plataformas manipulam, ao filtrar e organizar, as informações

disponíveis aos usuários para que eles “se sintam bem, confortáveis, acessíveis aos anúncios que buscarão estimulá-los a adquirirem um produto ou um serviço” (SILVEIRA, 2018, p. 38). Para Santaella (2018, p. 9), essa personalização do conteúdo entregue aos usuários cria bolhas ou câmaras de eco, definidas como um “ecossistema individual e coletivo de informação viciadas na repetição de crenças inamovíveis”. A criação de uma bolha é possível porque o algoritmo não desafia as crenças dos usuários. Um *streaming* de filmes e séries, como a Netflix, plataforma que também utiliza mecanismos semelhantes às redes sociais, oferece sempre as opções mais compatíveis com os hábitos do usuário, ele não o desafia para explorar outras afinidades. Uma vez definida a personalização, apenas a busca ativa do usuário resulta em outras opções de filmes e séries.

Hábitos, gostos, produtos, amigos, companheiros, tudo isso está disponível nos dados que inserimos em mídias sociais como Google, Facebook, Instagram e Twitter. Tanto mídias sociais quanto mecanismos de pesquisa podem desenvolver bolhas. De acordo com Parisier (2012, p. 81-82): “o consumo de informações que se ajustam às nossas ideias sobre o mundo é fácil e prazeroso; o consumo de informações que nos desafiam a pensar de novas maneiras ou a questionar nossos conceitos é frustrante e difícil”. As redes sociais conseguem, ainda, segmentar os usuários em grupos a ponto de desconectá-los de assuntos importantes do ponto de vista político: “a bolha dos filtros frequentemente bloqueia questões sociais importantes, porém complexas ou desagradáveis, tornando-as invisíveis” (PARISER, 2012, p. 135). Como as interações do usuário personalizam a cada instante a sua experiência, cria-se uma imagem virtual de si mesmo. O autor compara essa imagem a uma performance, e não a uma identidade, “a nossa segunda identidade, refletida na mídia que usamos, é muito parecida conosco, mas não exatamente igual” (PARISER, 2012, p. 105). As plataformas nos apresentam aquilo que gostaríamos de ser, e não realmente quem somos, por isso a tentação da câmara de eco.

O'Connor e Weatherall (2019) criaram um modelo para explicar como as alterações matemáticas influenciam decisões humanas. Para os autores, “a crença vem em graus que medem, de maneira geral, a probabilidade de acreditarmos que algo é verdadeiro; e as evidências que reunimos influenciam, como deveriam, esses graus de crença<sup>14</sup>” (O'CONNOR e WEATHERALL, 2019, p. 30). Cotidianamente, as crenças são

---

<sup>14</sup> Texto original: “beliefs come in degrees, which measure, roughly, how likely we think something is to be true. And the evidence we gather can and should influence these degrees of belief.”

importantes porque influenciam a tomada de decisão, tanto individual como coletiva. Portanto, ter uma crença em conformidade com as evidências já conhecidas possibilita decisões melhores. Usar o GPS, por exemplo, é mais útil do que não usar essa tecnologia, tornando-o um auxiliar obrigatório na navegação. Se crenças verdadeiras indicam melhores resultados, elas deveriam ser consenso.

Os pesquisadores projetam no modelo matemático redes com agentes que devem escolher entre duas ações: A (crença falsa) ou B (crença verdadeira). Aqui, a ação B é melhor que A porque apresenta **na média** resultados melhores. A ação A, no entanto, eventualmente apresenta bons resultados, o que pode gerar evidências enganosas. Cada agente faz a escolha entre A e B a partir de evidências coletadas por si mesmos e pelos outros, com quem se conectam em rede. Assim, cada agente analisa tanto a sua própria experiência quanto a relatada por conhecidos. Nesse primeiro teste, os parâmetros para optar A ou B têm como base as evidências coletadas por si mesmo e pelos outros agentes em rede. Se um agente realizasse apenas 3 experimentos, por exemplo, seria possível 2 resultarem em A e 1 em B, espera-se no modelo que esse agente opte por A. Ainda que seja a crença falsa, seria compatível com as evidências do agente. A simulação é encerrada quando a rede de agentes atinge consenso. A conclusão dos autores é que em geral as redes optam por B, a crença verdadeira. Em menor número, a escolha foi pela crença A, a falsa. Isso aconteceu quando um agente compartilhou evidências enganosas sobre A, que afinal tinha bons resultados em circunstâncias singulares, e essas evidências contaminaram o resto do grupo, que logo atingiu consenso. Poderíamos considerar o consenso na crença falsa, nesse primeiro teste, como um erro simples.

Esse primeiro resultado demonstra uma tendência natural para a crença verdadeira, mas ele se baseia puramente na análise das evidências. Supondo que os agentes são seres humanos, O'Connor e Weatherall (2019) adicionam, no segundo teste, o viés de confirmação. Com a mudança, os agentes confiam em quem compartilha da mesma crença e desconfiam de quem acredita na crença oposta. Isso fez com que os agentes recebessem, mas desconsiderassem as evidências propostas por quem desconfiam. O viés de confirmação só gerou grupos polarizados, que não atingiam consenso, em simulações radicais, em que os agentes ignoravam completamente as evidências de quem desconfiam. Transpondo para o funcionamento das mídias sociais, o impacto do viés de confirmação só se justificaria se elas mimetizarem estruturas muito fechadas de comunicação. Seria preciso que o usuário não tivesse um acesso mínimo à informação de qualidade.

O viés de conformidade, ao ser adicionado no modelo, tornou os agentes piores na tomada de decisões. Nessa versão, a conformidade é responsável por parte da escolha dos agentes, mas não pela sua totalidade. Como resultado, em algumas redes, os agentes individualmente escolheriam a crença verdadeira, mas não o fazem para não quebrar o consenso. Quanto maior a tendência para a conformidade, como redes mais fechadas ou agentes menos conectados, mais frequente é a escolha pela crença falsa. Ainda assim, os autores teorizam que esse comportamento só seria observado na realidade quando não houvesse custo para desempenhar uma determinada ação. Só assim o desejo de estar em conformidade pode ser sobrepujado pelo custo dessa crença. Acreditar que a vacinação contra sarampo é nociva, por exemplo, apresentaria um custo elevado para as pessoas, como o desenvolvimento da forma grave da doença, o que não compensaria a sua escolha. Por outro lado, “quando as crenças *não* são muito importantes para a tomada de ação, elas podem servir como um sinal. Elas dizem às pessoas a que grupo se pertence [...]”<sup>15</sup> (O’CONNOR e WEATHERALL, 2019, p. 90). A hipótese dos autores para a disseminação de informações falsas é que quem ignora evidências contrárias às suas crenças pode acreditar em uma falsidade por ser emocionalmente caro romper com ela.

O comportamento do modelo matemático de O’Connor e Weatherall (2019) demonstra que alterações nos mecanismos das redes sociais influenciam o comportamento humano. O Facebook, conforme O’Neil (2020), publicou os resultados de um experimento para encorajar a votação nas eleições de 2010 e 2012 nos Estados Unidos conduzido com os seus usuários. Assim, à época da votação, os usuários foram encorajados a compartilhar posts dizendo “Eu votei”. A campanha foi bem-sucedida: “depois de comparar históricos de votação, os pesquisadores estimaram que a campanha havia aumentado a participação em 340 mil pessoas” (O’NEIL, 2020, p. 281). Em outro experimento, em 2012, também descrito pela cientista de dados, o Facebook separou publicações positivas e negativas e manipulou o *feed* de 690 mil usuários. Metade deles passaram a exibir menos publicações positivas e, a outra metade, menos negativas. “Quando estudaram o comportamento subsequente de postagens dos usuários, encontraram evidências de que o *feed* manipulado de fato havia alterado seus humores” (O’NEIL, 2020, p. 285). Usuários do *feed* positivo produziram mais publicações alegres e usuários negativos, mais tristes.

---

<sup>15</sup> Texto original: “When beliefs are not very important to action, they can come to take the role of a kind of social signal. They tell people what group you belong to (...)”.

Observamos a partir do entendimento do funcionamento das redes sociais o segundo ponto da definição de informação falsa conforme Gelfert (2018): a circulação de informação falsa deve-se a características sistêmicas das fontes de informação. O autor cita justamente os vieses cognitivos do usuário – o viés de confirmação, o efeito de repetição, o efeito de predisposição, e a excitação emocional. O’Connor e Weatherall (2019) citam ainda na sua pesquisa o viés de conformidade. As bolhas não são impenetráveis. Um usuário pode realizar buscas específicas para se informar sobre determinado assunto. Ainda assim, o funcionamento das redes sociais favorece que o usuário receba conteúdo agradável às suas crenças, isolando-o de crenças contrárias. Para Wardle e Derakhshan (2017, p. 50), as câmaras de eco (ou bolhas) são atraentes ao usuário porque “fornecem espaços seguros para compartilhar crenças e visões de mundo com os outros, com pouco medo de confronto ou divisão”. Apesar de confortáveis, os autores são unânimes em destacar que é uma parcela pequena a de usuários presos em redes fechadas.

Para o auditório que consome mensagens falsas nas mídias sociais, o conteúdo é interpretado como verdadeiro ou, ainda, é curtido ou compartilhado por causa do acionamento vieses cognitivos como o viés de confirmação, o efeito de repetição, o efeito de predisposição (*priming*), e a excitação emocional. A informação falsa é uma nova fonte, assim como os veículos tradicionais de imprensa, que informam sua audiência sobre os temas debatidos pela opinião pública. Os produtores de informação falsa obtêm lucro com *sites* próprios com base na renda publicitária. Esse modelo de negócio é rentável porque não requer a contratação de funcionários ou a locação de um espaço físico para a produção de notícias falsas, basta que elas sejam provocativas o suficiente para atrair cliques, que geram renda via publicidade. Para Wardle (2019), o compartilhamento de informações falsas, ao contrário da produção, que tem motivação financeira, é acionado por circunstâncias sociais e psicológicas. Compartilhar conteúdo nas mídias sociais é também se identificar entre os seus pares.

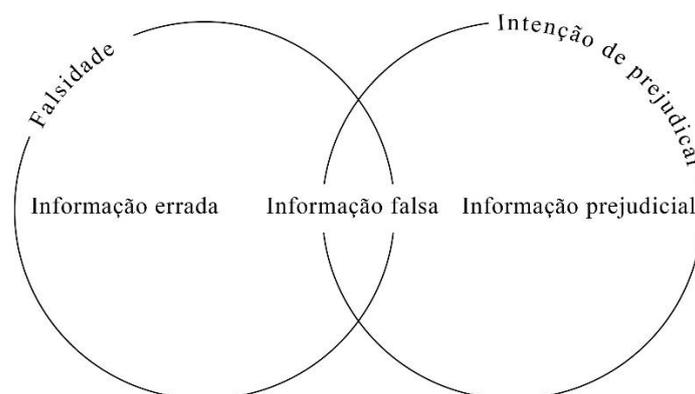
### **3. Categorias de análise da informação falsa**

Informação falsa são alegações falsas apresentadas como um relato da realidade, tal qual o discurso jornalístico, disseminadas nas redes sociais com o apoio dos seus mecanismos. É importante que as alegações falsas de fato obtenham sucesso, ou seja, que se tornem relevantes em alguma instância. Não basta que o orador desonesto tenha a intenção de enganar, é preciso que o seu discurso se torne relevante no ambiente digital, no ciberespaço. Se falso e relevante, entendemos como uma informação falsa. Tomamos

Wardle e Deraksham (2017) como base para as categorias de análise da informação falsa. Os autores dividem a desordem informacional em três tipos: *disinformation*, quando a informação falsa foi criada deliberadamente e é prejudicial a algo/alguém; *misinformation*, quando a informação falsa é criada ou compartilhada de maneira não intencional; e *mal-information*, quando uma informação privada ou prejudicial ao seu autor é compartilhada deliberadamente. Em Wardle (2019), a autora acrescenta que quando compartilhada, *disinformation* normalmente se torna *misinformation*.

Esses termos não apresentam tradução consolidada em português, assim, sugerimos as seguintes: *misinformation* como **informação errada**, portanto sem intenção deliberada de prejudicar um alvo; *disinformation*, por sua vez, torna-se **informação falsificada**, em que o produtor desse conteúdo tem a intenção de prejudicar; e *malinformation* é a **informação prejudicial**, informação real, mas prejudicial aos olhos da opinião pública. O nosso orador desonesto, o sofista, é o criador da informação falsa, ainda que o auditório persuadido pela informação falsa possa também a compartilhar.

**Figura 1 Infográfico disponível em Wardle (2019, p. 9) e traduzido pela autora**



Com o objetivo de criar um quadro teórico, Wardle e Deraksham (2017) indicam três elementos em três fases a serem observados na informação falsa: agente, intérprete e mensagem na criação, produção e distribuição. As **fases** se resumem na compreensão de que, a partir da criação da informação, ela se torna um produto midiático e é, posteriormente, distribuída ou tornada pública. Temos a **criação** da informação, a **produção** do conteúdo para a plataforma digital, e a **distribuição** desse conteúdo. Cada uma dessas fases pode apresentar agentes diferentes, ou seja, quem idealiza a mensagem pode não produzir, nem distribuir a peça de desinformação. Esses agentes podem, por sua vez, ter níveis diferentes de consciência sobre a facticidade da informação falsa, quem

interage com o texto (curtir, compartilhar) pode não saber que ele é falso. Pode, ainda, saber que é falso, mas compartilhar como uma piada.

Para o primeiro elemento, o **agente**, Wardle e Derakhsham (2017, p. 25-26) elaboram tópicos norteadores: (1) tipo de agente: oficial (atores políticos, veículos de imprensa, órgãos jurídicos etc.) ou não-oficial (anônimos); (2) nível de organização: baixo, variável (pertence a uma organização ou a um grupo de lobistas, por exemplo); (3) motivação: financeira (para lucrar com publicidade de acessos motivados pela desordem informacional), política (para prejudicar atores políticos em disputas eleitorais), social (para se conectar com um grupo de pessoas) e psicológica (para buscar prestígio ou reforço social); (4) audiências: a quem a mensagem se destina; (5) intenção de enganar a audiência: baixa, variável; e (6) intenção de prejudicar: baixa, variável.

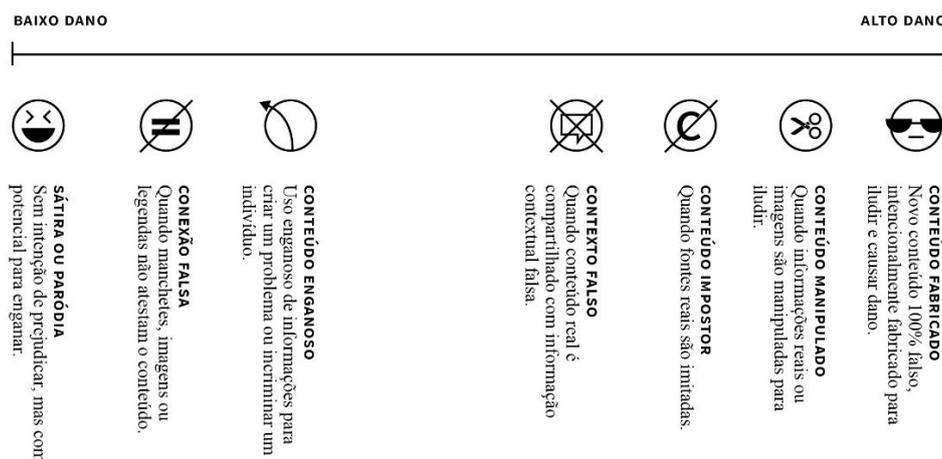
Quanto ao **intérprete**, Wardle e Derakhsham (2017, p. 27) entendem como auditório o conjunto de indivíduos que acessa a mensagem. A interpretação do auditório tem como base sua compreensão social, cultural, ideológica e até mesmo suas experiências pessoais. Essa interpretação codifica a resposta do auditório à mensagem, que os autores classificam dentre três possibilidades: (1) hegemônica: endosso à mensagem, (2) oposição: rejeição à mensagem, e (3) negociação: endosso a certos aspectos da mensagem. Acreditamos, no entanto, que a última categoria dos autores se desdobra em negociação para mais e negociação para menos, já que o auditório pode adicionar informações à mensagem ou reduzir as informações apresentadas, tal qual Meyer (2017) propõe possibilidades de resposta do auditório. Essas respostas ensejam uma tomada de ação do auditório: engajar com a mensagem (comentar, compartilhar, curtir), em apoio ou oposição, ou ignorar a mensagem. Dessa forma, observaremos apenas as duas primeiras possibilidades de resposta da audiência: (1) hegemônica ou (2) oposição, uma vez que não observamos réplicas à informação falsa, e essas respostas fomentam a mesma ação, o engajamento da audiência.

O último elemento, a **mensagem**, os autores entendem como a peça de desinformação em si, que pode ser produzida dentro dos limites da comunicação em mídias sociais: imagens, vídeos, áudios, textos, fotografias, material audiovisual editado, memes, gráficos etc. Eles destacam cinco tópicos sobre a mensagem: (1) durabilidade (curto prazo, longo prazo, evento); (2) estratégia de falsificação (conexão falsa, conteúdo enganoso, contexto falso, conteúdo impostor, conteúdo manipulado e conteúdo fabricado); (3) legalidade da mensagem (legal, ilegal); (4) marca de credibilidade (imitação de empresa, governo, indivíduo ou veículo de imprensa); (5) alvo da mensagem

(ator social, grupo ou instituição). Dessas categorias, nós só não avaliaremos se a mensagem é legal ou ilegal. A maior contribuição de Wardle e Derakhsham (2017) é a categorização das estratégias de falsificação.

A informação falsa não pertence a um gênero específico, como a notícia, mas às alegações, opiniões expressas como verdadeiras ainda que, em essência, sejam falsas. Wardle e Derakhsham (2017) optaram por categorizar as diferentes estratégias de falsificação com base na probabilidade de causar dano ao auditório, em ordem crescente, sátira, conexão falsa, conteúdo enganoso, contexto falso, conteúdo impostor, conteúdo manipulado e conteúdo fabricado. Assim, a informação falsa se divide entre alto e baixo dano, quando compartilhada por alguém que não a reconhece como errada. Esse é o caso de notícias falsas que se originam em *sites* de humor, por exemplo. Wardle (2019) amplia as descrições das categorias apontadas em Wardle e Derakhsham (2017), por isso consideramos as duas obras.

**Figura 2 Infográfico disponível em Wardle (2019, p. 11) e traduzido pela autora**



A **sátira** ou **paródia** foi incluída em Wardle (2019), embora a autora reconheça que há dúvida quanto a isso. Nas mídias sociais, a fonte das publicações compartilhadas é facilmente perdida. No jornal, sabemos reconhecer melhor quando somos apresentados a textos como editoriais ou reportagens jornalísticas. As publicações no Facebook muitas vezes se parecem com publicações em redes sociais, ou se parecem com notícias jornalísticas, mas são ambos editoriais. Gelfert (2018) e Tandoc *et al.* (2018) também observam, nos seus estudos, a citação a informação falsa originária de *sites* humorísticos. Os autores são unânimes, no entanto, ao concordar que uma sátira ou uma paródia não são uma informação falsa *a priori*, mas podem ser compartilhadas como verdadeiras fora de contexto.

As categorias da informação errada, “informação que é falsa, mas não foi criada com a intenção de prejudicar”<sup>16</sup> (WARDLE e DERAKHSHAN, 2017, p. 20), são a **conexão falsa**, quando manchetes, ilustrações ou legendas não confirmam o conteúdo reproduzido; e a manipulação de informações via **conteúdo enganoso**, ou seja, o uso enganoso de informações para fabricar um conteúdo. Exemplos são textos em que o corpo da notícia não confirma o título, como as notícias *click-bait*, que geram cliques, e, portanto, receita aos *sites*, mas que distorcem ou manipulam o conteúdo, normalmente com fins ideológicos. Quem compartilha esses textos, segundo os autores, dificilmente tem consciência da sua falsidade. As duas categorias podem apresentar erros genuínos, mas, mesmo se corrigidos, o alcance da correção é sempre menor do que a informação inédita. Para Wardle (2019), tanto a conexão falsa quanto o conteúdo enganoso são frequentes nos veículos tradicionais de comunicação, o que diminui a credibilidade da imprensa para a sociedade.

Já as categorias de informação prejudicial são: o **contexto falso**, conteúdo verdadeiro fora de contexto; **conteúdo impostor**, imitação de fontes verdadeiras (como personalidades e atores políticos); **conteúdo manipulado**, conteúdo verdadeiro manipulado; e **conteúdo fabricado**, conteúdo falso fabricado. Sobre o conteúdo impostor, é possível que um humorista ou personalidade imite uma fonte original, como um político, nesse caso, o objetivo desse conteúdo é o mesmo que o da sátira ou da paródia. Mas esse tipo de conteúdo é muitas vezes interpretado como original. São essas categorias que Wardle (2019) compreende como essenciais para o avanço do debate sobre a informação falsa. Assim, para além de identificar se um discurso é verdadeiro ou falso, a autora sugere o estudo sobre quais estratégias são usadas na criação de conteúdo que alimenta a desordem informacional.

---

<sup>16</sup> Texto original: “information that is false, but not created with the intention of causing harm”.

### III. ANÁLISE RETÓRICA DE FALSIDADES

Em dezembro de 2019, foi identificada a circulação de uma nova variante do coronavírus (SARS-CoV-2), no mês seguinte, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional, reconhecendo a pandemia em 11 de março do mesmo ano. Quase um ano depois da descoberta do vírus, em 8 de dezembro, o Reino Unido vacinou a primeira pessoa no mundo contra a covid-19. A imagem de Margaret Keenan recebendo a vacina era de esperança frente a todas as limitações que a doença impôs a todos nós. No Brasil, notícias, editoriais e entrevistas foram publicados sobre as vacinas e a necessidade da vacinação em massa como estratégia no combate à crise sanitária. A vacinação foi uma corrida contra o vírus que durou longos doze meses: “de janeiro até o fim de 2021, o país atingiu a sonhada marca de 80% de sua população-alvo completamente vacinada” (INSTITUTO BUTANTAN, 2021). A nossa corrida teve início em 17 janeiro de 2021, quando a enfermeira do Instituto de Infectologia Emílio Ribas Mônica Calazans se tornou a primeira pessoa a ser imunizada no país.

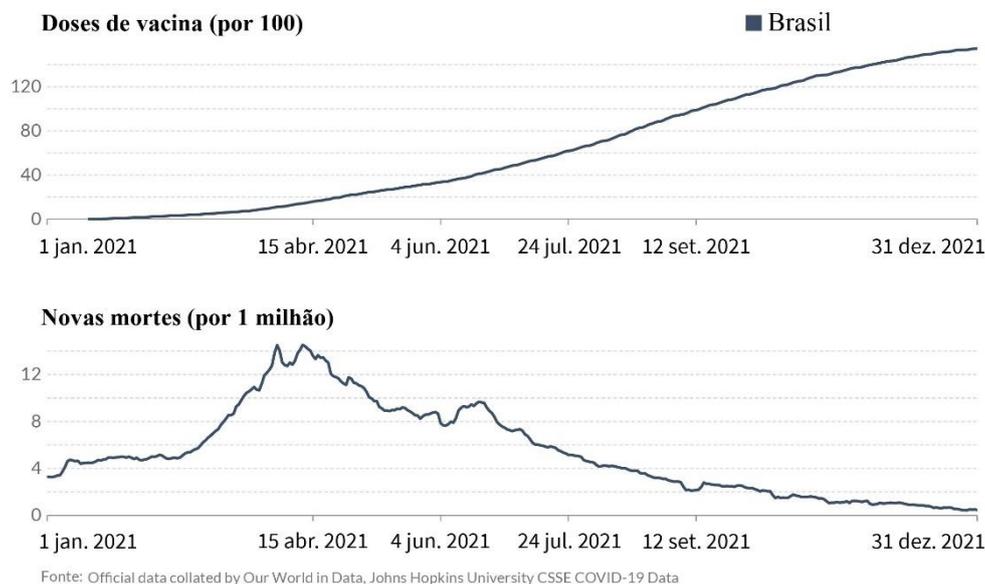
O início da vacinação não solucionou a crise sanitária imediatamente. O Brasil atingiu no dia 23 de março 3 mil mortos em 24 horas pela covid-19. No mês seguinte, foram 4 mil mortos em 8 de abril. Durante 2021, o Brasil registrou aproximadamente 423 mil mortes por covid-19, como comparação, em 2020, foram cerca de 194 mil mortes (RITCHIE, MATHIEU, *et al.*, 2020)<sup>17</sup>. O segundo ano da pandemia foi o mais letal para a população brasileira, mas também foi um ano de esperança. Em 3 de maio, a morte em maiores de 80 anos, população prioritária na vacinação, era de 13% das vítimas, em janeiro, antes da vacinação, o percentual era de 28%. A vacina contra a covid-19, aos poucos, passou a proteger a população vacinada dos casos mais graves da doença. No gráfico abaixo, podemos observar o número de mortes ao longo do ano em comparação ao número de doses aplicadas.

---

<sup>17</sup> A pesquisa de Hannah Ritchie, Edouard Mathieu, Lucas Rodés-Guirao, Cameron Appel, Charlie Giattino, Esteban Ortiz-Ospina, Joe Hasell, Bobbie Macdonald, Saloni Dattani e Max Roser sobre os dados do coronavírus foi lançada em 2020. As atualizações sobre os números da pandemia são diárias e estão disponíveis em [ourworldindata.org/coronavirus](https://ourworldindata.org/coronavirus).

## COVID-19: doses de vacina e mortes confirmadas

Devido a vários protocolos e desafios na atribuição da causa da morte, o número de mortes confirmadas pode não representar com precisão o verdadeiro número de mortes causadas pelo COVID-19.



Seis meses após o início da vacinação, o Brasil tem queda de 42% nos óbitos por covid-19, quando completamos metade da população elegível vacinada com uma dose da vacina. Em julho de 2021, quase cem milhões de brasileiros tinham recebido ao menos uma dose da vacina contra covid-19, em setembro, cerca de 140 milhões, em novembro, quase 160 milhões. Até o final do ano, foram mais de 166 milhões de pessoas. Depois de 12 meses, o Brasil atingiu 80% da população acima de 12 anos imunizada com as duas doses da vacina. Questiona-se, no entanto, a campanha de vacinação brasileira, conforme Maciel *et al* (2022). Os pesquisadores apontam as seguintes falhas no funcionamento do Programa Nacional de Imunização: a disponibilidade de vacinas e a organização federal. Para a primeira, citam a recusa do país em adquirir 200 milhões de doses da COVAX Facility, a Aliança Mundial de Vacinas, optando por 42,5 milhões de doses; o cancelamento da compra de 46 milhões de doses da CoronaVac pelo Ministério da Saúde, em outubro de 2020; e a demora na negociação com as farmacêuticas Pfizer e Janssen. Sobre a organização federal, os autores citam a inclusão das gestantes e puérperas como grupo prioritário, e sua subsequente retirada, “acabou gerando desalinhamento e descoordenação entre União, estados e municípios na estratégia de vacinação estabelecida” (MACIEL, FERNANDEZ, *et al.*, 2022, p. 954). Os autores também citam a falta de agulhas e seringas para a vacinação, problema relatado pela imprensa em dezembro de 2020.

Com esse breve panorama, podemos entender que a informação falsa sobre as vacinas contra a covid-19 foi publicada em um momento oportuno para estabelecer um paradoxo, uma opinião contrária à opinião pública. O consenso, a *doxa*, é que a vacinação em massa é uma importante estratégia no combate à crise sanitária; a opinião contrária, o paradoxo, é que a vacinação não é uma estratégia eficaz. Consideramos, assim, que os seis primeiros meses de 2021 ofereceram o momento oportuno (*kairos*) para a formação de um outro consenso. Observamos na nossa coleta de dados que das 142 checagens publicadas pela Comprova<sup>18</sup> sobre a pandemia de 1º de janeiro de 2021 a 31 de dezembro de 2021, 70 delas foram sobre as vacinas contra covid-19. De todas as publicações, selecionamos oito para integrarem o nosso *corpus*. Os critérios adotados para seleção foram: (1) o tema da informação falsa ser efeitos colaterais das vacinas contra covid-19; (2) o formato da informação falsa ser texto ou texto e imagem– excluimos as publicações em vídeo, áudio ou *live*; (3) a informação falsa ter sido publicada no Twitter. Para cada uma das publicações que compõem o *corpus*, apresentamos a informação falsa conforme a apuração da Comprova e analisamos o discurso como parte da desordem informacional e como retórico. Durante a análise, cada prova retórica – ética, patética e lógica – foi analisada pela perspectiva de cada um dos possíveis auditórios: os que aceitam o discurso e os que se opõem a ele. Chamaremos de **auditório da aparência** o que compreende a informação como verdadeira e aceita esse discurso e de **auditório da essência** aquele que o compreende como uma informação falsa e se opõe.

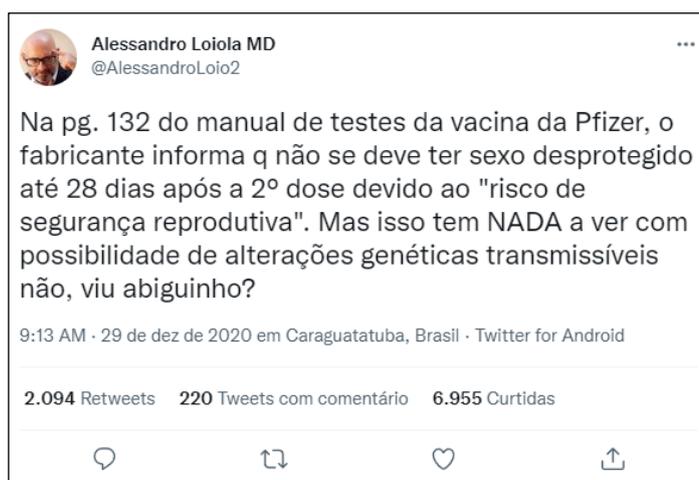
## 1. Manual da Pfizer sugere alteração genética?

A figura abaixo reproduz o conteúdo verificado pela Comprova em 12 de janeiro de 2021. A postagem foi feita na rede social Twitter pela conta @AlessandroLoio2. Lê-se no texto: “Na pg. 132 do manual de testes da vacina da Pfizer, o fabricante informa q não se deve ter sexo desprotegido até 28 dias após a 2º dose devido ao “risco de segurança reprodutiva” (*sic*). Mas isso tem NADA a ver com possibilidade de alterações genéticas transmissíveis não, viu abiguinho? (*sic*)”.

---

<sup>18</sup> Sobre a agência, a Comprova é um projeto idealizado pela First Draft, organização fundada por empresas de tecnologia para combater a cultura de desinformação. A Comprova é formada por repórteres de mais de trinta veículos jornalísticos brasileiros, entre eles veículos como Folha de S.Paulo, Correio do Povo, Estadão, Correio Braziliense, Alma Preta, Diário do Nordeste e Rádio Bandeirantes. Sobre o processo de verificação dessa agência, os seus editores selecionam o conteúdo a ser investigado e o distribuem a um grupo de jornalistas dos veículos parceiros e eles, então, se voluntariam para checar a veracidade do conteúdo. Os verificadores conduzem suas investigações e escrevem um relatório, que é revisado e aprovado por pelo menos três outros jornalistas. Cada publicação é investigada por pelo menos dois veículos e verificada por outros três.

**Figura 3: Informação falsa 1**



O título da checagem da Comprova (2021) é “Médico descontextualiza manual da Pfizer para sugerir alterações genéticas pela vacina”, seguido da descrição do conteúdo verificado: “postagem de médico fala sobre orientação de sexo protegido em manual de vacina e engana ao sugerir que isso teria relação com supostas alterações genéticas causadas pelo imunizante” (COMPROVA, 2021). A agência classifica o conteúdo como enganoso:

a farmacêutica explicou ao Comprova que a recomendação não é feita para evitar mutações genéticas, mas porque os estudos dessa vacina - como de qualquer outra - não incluem gestantes. Especialistas descartam totalmente que uma vacina para covid-19 seja capaz de causar alterações genéticas nos seres humanos. (COMPROVA, 2021)

O **agente** é oficial, Alessandro Loiola, que além de médico é autor dos livros *Covid19: a fraudemia* e *Covid 19: a batalha das vachinas*. O seu perfil no Twitter (@AlessandroLoio2), rede em que a mensagem foi publicada, tem mais de 191 mil seguidores<sup>19</sup>. O Comprova (2021) nos informa ainda que ele foi Coordenador-Geral de Empreendedorismo e Inovação, do Departamento de Empreendedorismo Cultural, da Secretaria da Economia Criativa, de novembro de 2019 a janeiro de 2020. É um agente com nível de organização variável, por não ser um anônimo. Entendemos a sua motivação, com base nesse único discurso, como social, isto é, o agente busca se conectar a um grupo de pessoas, o que pode gerar um ganho financeiro ou psicológico futuro. Por ser um discurso publicado no Twitter, o auditório do agente é tanto o contrário às vacinas quanto o favorável, o engajamento por meio de curtidas, compartilhamento e comentários, seja qual for o posicionamento, gera engajamento na publicação do agente, aumentando o seu alcance. Por ser médico, e, portanto, especialista em Medicina, a

<sup>19</sup> Consultado em 2 de maio de 2021.

intenção de enganar e de prejudicar é variável, não se pode alegar desconhecimento da parte do agente, ainda que essa hipótese não possa ser completamente descartada. Alessandro Loiola não atendeu ao pedido de esclarecimento da Comprova (2021).

Quanto ao **intérprete**, o Twitter permite comentar, compartilhar ou curtir, mas nós não dispomos de ferramentas para analisar a resposta geral do auditório, se foi de endosso ou de rejeição. Consideramos, por conta dessa limitação, que ele se distribui, em proporção indefinida, entre apoio e oposição, já que a manifestação das duas posições é igual: comentar, compartilhar ou curtir. O auditório que apoia pode ser de um negacionista científico ou de alguém com dúvidas, por qualquer que seja a razão, sobre a vacinação contra a covid-19. Já o auditório que se opõe tem uma opinião formada sobre a vacinação, favorável a ela. Por fim, a **mensagem** se apresenta no formato de texto. Consideramos sua durabilidade de curto prazo porque o início da vacinação era iminente à época da publicação, bem como a sua aceitação pela população brasileira, acostumada a campanhas de vacinação em massa. A estratégia de falsificação adotada é o contexto falso, a informação veiculada é verdadeira (ou baseada na realidade), mas há uma correlação errada entre a informação e sua motivação:

A página do documento mencionado por Loiola apresenta a expressão “risco de segurança reprodutiva”, mas não se refere a risco de alteração genética – suposto efeito do imunizante de alterar o material genético (DNA) das pessoas, possibilidade rechaçada pela farmacêutica e por especialistas. Os critérios do estudo exigem que o voluntário se abstenha de relações sexuais por um período de 28 dias, assim como da doação de esperma. Como alternativa, no caso de uma relação sexual, o uso do preservativo é indispensável. No caso de gravidez, a gestação terá acompanhamento médico. (COMPROVA, 2021)

A correlação verdadeira é que a expressão “risco de segurança reprodutiva” consta no manual da Pfizer porque a vacina faz parte de um estudo clínico sem participação de gestantes. Não há imitação de fonte, mas o fato do agente ser médico pode ser interpretado como marca de credibilidade. O alvo da mensagem é a farmacêutica Pfizer, ou, de forma mais genérica, as vacinas contra covid-19.

- **Auditório da essência:**

Não há uma preocupação do orador com a construção das **provas éticas** para o auditório da essência. O conselho do orador, implícito, é: a vacina Pfizer contra covid-19 é prejudicial, logo não se vacine. Para o auditório da essência, esse é um mau conselho, ele não é sábio ou razoável. Como não há identificação possível entre orador e auditório da essência, a estratégia para as provas éticas é apelar para a diferença de identidades. Na dimensão do *logos*, o orador não demonstra virtude intelectual nem razão prática para o

auditório da essência, uma vez que a correlação implícita entre “risco de segurança reprodutiva” e alteração genética, ou risco de infertilidade, é falsa. Na dimensão do *ethos*, também não há virtude moral, o orador é desonesto e mentiroso, por isso o discurso exorta um vício: a imprudência, vício por excesso de coragem. Na dimensão do *pathos*, não há disposição do orador para prestar serviço ou solidariedade, a não ser que o auditório interprete a falsidade por um erro genuíno, nesse caso o orador demonstra benevolência ao desejar compartilhar um conhecimento, que não sabe ser falso. A imagem do orador para o auditório da essência é de uma pessoa desonesta, mentirosa, imprudente, que coloca em risco a vida de outras pessoas por ignorar a verdade ou por malícia.

O apelo do orador para o auditório da essência reside nas **provas patéticas**. Esse auditório, tomado pela paixão, responde ao discurso, o que, no universo digital, potencializa o tráfego da informação falsa. Não há diferença entre boa e má repercussão *online*, qualquer uma das duas gera relevância nas redes. O orador busca a polêmica, o dissenso, o afastamento do auditório, e, com isso, a sua reação. Na dimensão do *logos*, a pergunta é uma questão de qualificação, ou seja, é sobre uma circunstância da vacina. Ela provoca “risco de segurança reprodutiva”? A vacina é prejudicial? Para o auditório de essência, a resposta é não, ele se opõe. Quando o auditório compreende a questão e sua resposta a ela, ele identifica o orador e a si mesmo. Para o orador, a imagem do auditório da essência é a de alguém que será tomado por uma emoção forte, em oposição ao orador e ao discurso. Novamente, não há identificação, mas distanciamento entre orador e auditório, um processo iniciado nas provas éticas e consolidado nas patéticas. Na dimensão do *ethos*, o orador é imprudente, enquanto o auditório é seu contrário: prudente, sábio, razoável e corajoso por se opor a uma falsidade. Na dimensão do *pathos*, a paixão despertada é a cólera, esse auditório se sente inferior em relação ao orador. Essa relação assimétrica, a inferioridade, está marcada no discurso pela descortesia do orador: “viu abiguinho?”, o uso do diminutivo e o erro na grafia da palavra ocorre quando o orador se refere diretamente ao auditório. Eles conotam uma idiotização do auditório, o que contribui para a cólera do auditório.

Como **provas lógicas**, o discurso apresenta o seguinte raciocínio: a vacina Pfizer causa risco de segurança reprodutiva, o que significa alterações genéticas transmissíveis. É uma informação falsa porque, segundo a Comprova (2021), o aviso de risco de segurança reprodutiva é obrigatório no manual de testes de vacinas que não são testadas em grávidas. Propomos o seguinte silogismo aparente para o discurso:

Todo risco de segurança reprodutiva causa alterações genéticas transmissíveis.  
A vacina Pfizer causa risco de segurança reprodutiva.  
A vacina Pfizer causa alterações genéticas transmissíveis.

Para o auditório da essência, na dimensão do *logos*, o tópico do argumento é a consequência, isto é, as “alterações genéticas transmissíveis” são indicadas como consequência de “risco de segurança reprodutiva”, o raciocínio é um entimema aparente. A segunda premissa do silogismo, menor ou particular, está no primeiro período da postagem: “Na pg. 132 do manual de testes da vacina da Pfizer, o fabricante informa q não se deve ter sexo desprotegido até 28 dias após a 2º dose devido ao ‘risco de segurança reprodutiva’”. A primeira premissa, a maior ou a geral, está implícita, isso significa que o auditório constrói esse conhecimento com o discurso ou já partilha dele. A conclusão aparece no discurso, mas invertida, em uma proposição negativa: “Mas isso tem NADA a ver com possibilidade de alterações genéticas transmissíveis não, viu abiguinho?”.

A conexão entre o primeiro e o segundo período da mensagem está em considerar que ambos são sobre o mesmo assunto, assim “alterações genéticas transmissíveis” retoma o significado de “risco de segurança reprodutiva”. Essa inferência possibilita ao auditório reconhecer a primeira premissa e entender a conclusão, ainda que o orador a apresente na negativa. Na dimensão do *ethos*, o auditório da essência não compartilha os mesmos saberes que o orador, ele diferencia, por exemplo, “risco de segurança reprodutiva” de “alterações genéticas transmissíveis”. O auditório também não acredita que a vacinação seja capaz de alterar o DNA, mesmo o da população grávida. Como o auditório da essência se opõe ao orador, esse é um conhecimento não compartilhado, orador e auditório defendem opiniões contrárias e, com isso, se distanciam, se opõem, na *doxa*. Na dimensão do *pathos*, o discurso é claro e seu estilo não é adequado ao assunto, mas é adequado às redes sociais. Mesmo o erro não-intencional, provavelmente em “2º dose”, não prejudica a clareza do texto, suficiente para o auditório das redes. Por fim, a ironia é a principal figura de linguagem explorada pelo discurso. A ironia é a “figura de pensamento pela qual se diz o contrário do que se pensa, com intenção sarcástica” (CHERUBIM, 1973, p. 41). A ironia distancia o orador e o auditório ao apresentar a conclusão na negativa, ou seja, o contrário do que se quer dizer, e de forma mordaz.

- **Auditório da aparência:**

Para o auditório da aparência, na construção das **provas éticas**, o conselho do orador – a vacina da Pfizer é prejudicial, logo não devemos nos vacinar – parece sábio e razoável, o que transpõe as qualidades do discurso para esse orador. Na dimensão do

*logos*, constrói-se a aparência de prudência na transparência da fonte de informação (“na pg. 132 do manual de testes da vacina da Pfizer”), no rigor técnico expresso pelos numerais (“até 28 dias após a 2º dose”), e na ênfase na conclusão irônica (“mas isso tem NADA a ver”). O discurso é honesto e sincero para o auditório da aparência. Na dimensão do *ethos*, há virtude moral na imagem do orador e a virtude exortada é a coragem, uma vez que o orador se coloca contra uma *doxa*, a de que a vacinação é eficaz e segura. Na dimensão do *pathos*, há disposição ativa do orador para prestar serviço por esclarecer um assunto ao auditório, que pode não ter lido o manual de testes da vacina, como ele, mas não há respeito. A agressividade do orador para o auditório da essência (“viu abiguinho?”), nesse caso, parece-nos que, se persuadido, o auditório passa a tomar a mensagem como sua, ao compartilhar ou curtir, o que transforma um outro auditório, aquele que não sabe da informação revelada, esse sujeito idiotizado. A imagem do orador para o auditório da aparência é de uma pessoa honesta, sincera, prudente, que é benevolente ao compartilhar a verdade.

O apelo do orador para o auditório da aparência reside nas provas éticas, é a identificação entre orador e auditório, por isso mesmo as **provas patéticas** apontam para as virtudes, o caráter do orador. Na dimensão do *logos*, a pergunta levantada pelo auditório da aparência é a mesma: a vacina é prejudicial? A diferença está na resposta. Enquanto o da essência nega, o da aparência aceita. A aceitação provoca uma identificação entre auditório e orador por serem corajosos, o valor partilhado é a coragem. Por apelar à virtude, a paixão despertada pelo discurso é a segurança (confiança), uma emoção suave, que pressupõe uma superioridade na relação orador e auditório contra um terceiro, provavelmente favorável à vacinação. Essa identificação é provocada pela aceitação de uma proposição: a vacina da Pfizer é prejudicial, e por compartilharem a mesma virtude: a coragem contra os poderosos.

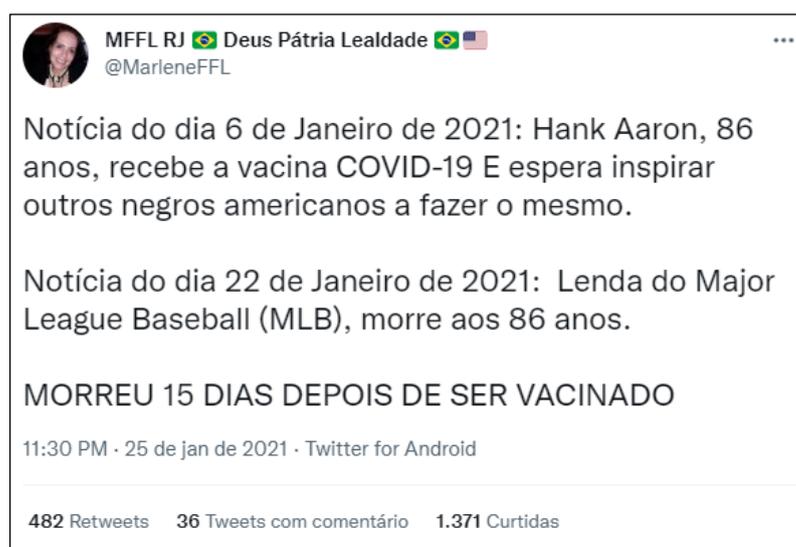
Como **provas lógicas**, o silogismo é o mesmo para o auditório da essência e o da aparência, mas o primeiro percebe esse raciocínio como um silogismo aparente e o segundo apenas como um silogismo. Na dimensão do *logos*, para o auditório da aparência, o tópico é o da qualidade, debate-se a qualidade da vacina da Pfizer; e o raciocínio é um entimema. A premissa implícita (todo risco de segurança reprodutiva causa alterações genéticas transmissíveis) é internalizada ou reforçada quando o auditório interpreta “risco de segurança reprodutiva” por “alterações genéticas transmissíveis”, orador e auditório partilham, o acordo de que as vacinas contra covid-19 são, de alguma forma, prejudiciais, nocivas. Há consenso entre eles. Na dimensão do *ethos*, o auditório da aparência

compartilha os saberes do orador. O auditório da aparência pertence, assim, ao mesmo grupo que o orador, eles se aproximam na *doxa* em defesa da mesma opinião. Na dimensão do *pathos*, o discurso é claro e adequado às redes sociais. A ironia é a principal figura de linguagem, mas dessa vez ela aproxima orador e auditório, que riem de um terceiro, um outro, aquele que não quer ver a verdade.

## 2. Jogador de beisebol morreu por causa da vacina?

A figura abaixo reproduz o conteúdo verificado em 03 de fevereiro de 2021. A postagem foi feita na rede social Twitter por uma conta não identificada pela Comprova (2021). Lê-se no texto: “Notícia do dia 6 de Janeiro de 2021: Hank Aaron, 86 anos, recebe a vacina COVID-19 E espera inspirar outros negros americanos a fazer o mesmo. Notícia do dia 22 de janeiro de 2021: Lenda do Major League Baseball (MLB), morre aos 86 anos. MORREU 15 DIAS DEPOIS DE SER VACINADO” (*sic*).

Figura 4: Informação falsa 2



A conta do Twitter que reproduzimos acima tem 59 mil seguidores e publicou em 25 de janeiro a mesma mensagem checada pela Comprova dias depois, não temos informações sobre a conta. A agência remete a publicação a um ativista contra as vacinas dos Estados Unidos, Robert F. Kennedy Jr, sobrinho do presidente John F. Kennedy. O tuíte em português não é, no entanto, uma tradução direta do ativista, que publicou em 22 de janeiro de 2021, a postagem reproduzida abaixo. O texto pode ser traduzido como: “A trágica morte de Hank Aaron é parte de uma onda de mortes suspeitas entre idosos logo após a aplicação de vacinas contra covid-19. Ele recebeu uma dose da vacina Moderna em 5 de janeiro para inspirar outros negros americanos a se vacinarem”.

**Figura 5: Fonte da informação falsa 2**



O título da checagem da Comprova (2021) é “Jogador de beisebol dos EUA, Hank Aaron morreu de causas naturais e não por conta da vacina”, seguido da descrição do conteúdo verificado: “tuíte sugere que Hank Aaron, 86 anos, falecido 17 dias depois de tomar vacina, morreu em decorrência da vacina contra Covid-19” (2021). A agência classifica o conteúdo como falso:

o boato de que haveria relação entre a imunização e a morte do ex-jogador foi propagado por um conhecido ativista do movimento antivacina dos EUA. (COMPROVA, 2021)

Como o tuíte da conta @MarleneFFL não é uma tradução literal do tuíte de Robert F. Kennedy, tomaremos a primeira como **agente**. É um agente não-oficial com nível de organização baixo, por ser um anônimo. Entendemos a sua motivação, com base nesse único discurso, como psicológica, isto é, o agente busca reforço social do seu grupo. Por ser um discurso publicado no Twitter, o auditório é tanto o contrário às vacinas quanto o favorável. A intenção de enganar e de prejudicar é baixa, por considerarmos que a autora não é um agente social. Novamente, quanto ao **intérprete**, consideramos que ele se distribui, em proporção indefinida, entre aceitação e oposição. Nossas considerações são que o auditório varia do negacionista científico ao genuinamente confuso, aos contrários e aos favoráveis a vacinação. A **mensagem** se apresenta no formato de texto, também a consideramos de curto prazo. A estratégia de falsificação adotada é o contexto falso, a

informação veiculada é verdadeira (ou baseada na realidade), mas foi tirada de contexto para sugerir uma correlação entre a vacinação e a morte do atleta:

Hank Aaron tomou a vacina da Moderna em 5 de janeiro no Morehouse School of Medicine, em Atlanta, na Geórgia. Dezesete dias depois, em 22 de janeiro, ele morreu, aos 86 anos. [...] À NBC News, o grupo médico que examinou o corpo do ex-jogador afirmou que ele morreu de “causas naturais”. [...] os responsáveis pela autópsia em Fulton County afirmaram que sua morte “não teve nada a ver” com a vacina. Segundo eles, não havia nenhum elemento que sugerisse que Aaron teve qualquer tipo de reação alérgica ou anafilática à vacina. (COMPROVA, 2021)

Apesar de não existir evidências quanto a respeito da influência da vacinação na morte de Hank Aaron, há na informação falsa uma tentativa de correlacionar o falecimento do atleta com a vacinação. Não há imitação de fonte, mas poderíamos considerar como marca de credibilidade o emprego de “notícia”, o que simula uma reprodução de fonte de credibilidade. O alvo da mensagem são as vacinas contra covid-19.

- **Auditório da essência:**

Não observamos uma preocupação do orador com a construção das **provas éticas** para o auditório da essência. O conselho do orador, novamente implícito, é o mesmo: a vacina contra covid-19 é prejudicial, logo não se vacine. Orador e auditório se distanciam porque para o último o conselho do orador é mau. Na dimensão do *logos*, o orador não demonstra virtude intelectual nem razão prática, porque o auditório não vê relação entre a vacinação e a morte do atleta uma vez que a única prova do orador é a correlação temporal. Na dimensão do *ethos*, não há virtude moral, o orador é desonesto e mentiroso. Além disso, ele se ocupa da morte de um ídolo para criar a sua falsidade, sem respeitar o luto dos que sentem a sua dor. Para esse auditório, o discurso exorta um outro vício: a insensibilidade, o vício da deficiência da temperança (moderação). Na dimensão do *pathos*, não há disposição do orador para prestar serviço ou solidariedade. Exceto se o auditório da essência toma o orador por ignorante ao invés de desonesto, nesse caso o senso de urgência do orador expressado pelo uso das letras maiúsculas (“MORREU 15 DIAS DEPOIS DE SER VACINADO”) pode ser interpretado como benevolência.

O apelo do orador nas **provas patéticas** é a indignação, é o que faz o auditório da essência interagir com a postagem e, com isso, aumentar o seu alcance. O emprego da dor do outro pelo orador para confundir é o que causa indignação. Na dimensão do *logos*, a pergunta é novamente uma questão de qualificação, a circunstância da vacina é se ela provoca a morte, o que retorna a pergunta: a vacina é prejudicial? Para o auditório de

essência, a resposta é não, ele se opõe à tese do orador. Na dimensão do *ethos*, o orador é insensível, enquanto o auditório é: indignado na justa medida. Isso porque o apelo emocional no uso de um ídolo que “espera inspirar outros negros americanos” para provocar pânico com a vacinação iminente da população contra a covid-19 afasta o auditório da essência do orador. O primeiro é, com isso, mais virtuoso que o último. Na dimensão do *pathos*, a paixão despertada é a indignação, o auditório se sente superior ao orador por identificar uma injustiça, o uso do orador da dor da perda na sua argumentação. Nesse caso, o uso de palavras com conotação positiva – o verbo “inspirar” que indica a motivação de Hank Aaron e o substantivo “lenda” que o caracteriza – é fonte de indignação para o auditório, e reforça a insensibilidade do orador.

Como **prova lógica**, o discurso apresenta o raciocínio: Hank Aaron morreu 15 dias depois de ser vacinado, logo a sua morte foi em decorrência da vacina. É uma informação falsa porque, segundo a Comprova (2021), o atleta morreu de causas naturais. O raciocínio apresentado pelo discurso é indutivo, é um exemplo. Ao contrário do silogismo, raciocínio dedutivo, o exemplo parte do particular para o geral: Hank Aaron tomou a vacina contra covid-19 e, quinze dias depois, morreu; logo, a vacina contra covid-19 causa morte. Para o auditório da essência, na dimensão do *logos*, o tópico do argumento é a consequência, a morte é apresentada pelo discurso como consequência da vacinação contra covid-19, e o raciocínio é um exemplo aparente. A apresentação do exemplo está explícita para o auditório: “Hank Aaron, 86 anos, recebe a vacina COVID-19”, “Lenda do Major League Baseball (MLB), morre aos 86 anos”. A conclusão, no entanto, está implícita: a vacina contra covid-19 causa morte. A conclusão é a parte do raciocínio que deve ser construída pelo auditório, é o saber que, ao final do discurso, orador e auditório partilham ou não.

Na dimensão do *ethos*, o auditório da essência não compartilha esse saber com o orador. A correlação temporal entre a vacinação e a morte do atleta não é suficiente para persuadir o auditório. Como o auditório da essência se opõe ao orador, eles defendem opiniões contrárias e se opõem na *doxa*. Na dimensão do *pathos*, o discurso é claro e seu estilo não é adequado. Parte da credibilidade do discurso reside na apresentação de duas notícias jornalísticas, mas um erro gramatical evidente no emprego da vírgula na segunda (“Lenda do Major League Baseball (MLB), morre aos 86 anos”), o que não corresponde ao estilo jornalístico. Entendemos que os dois primeiros períodos do discurso são reproduções das notícias e apenas o último deve ser considerado como redação própria do orador, por isso que o uso de letras maiúsculas para provocar a ênfase é adequado ao

estilo, ao contrário do erro gramatical. Por fim, o paradoxo é a principal figura de linguagem explorada pelo discurso. O paradoxo “é a figura que consiste em exprimir a opinião contrária ao senso comum, tendo por aparência o erro, mas podendo conter a verdade ou parte dela, e ser, portanto, apenas uma forma de originalidade, e não raro engenhoso sofisma” (CHERUBIM, 1973, p. 58). A opinião contrária à *doxa* é que as vacinas contra covid-19 causam a morte, mas é essa opinião que o orador expõe como verdade. Por se opor a ela, o paradoxo distancia orador e auditório da essência.

- **Auditório da aparência:**

Para o auditório da aparência, na construção das **provas éticas**, o conselho do orador – a vacina contra covid-19 é prejudicial, logo não se vacine – parece sábio e razoável, o que torna o orador prudente. Na dimensão do *logos*, a construção da prudência está nas provas apresentadas, os dois períodos apresentados como títulos de notícias jornalísticas: “Hank Aaron, 86 anos, recebe a vacina COVID-19 E espera inspirar outros negros americanos a fazer o mesmo”, “Lenda do Major League Baseball (MLB), morre aos 86 anos”. Os títulos são acompanhados das supostas datas de publicação, o que também favorece a credibilidade do orador. Na dimensão do *ethos*, há virtude moral porque o orador é honesto e sincero na sua exemplificação. A virtude exortada pelo discurso é a sabedoria, o discurso mostra um orador capaz de correlacionar a vacinação à morte de Hank Aaron. Há uma aparência de sabedoria nesse raciocínio. Na dimensão do *pathos*, há disposição ativa do orador para prestar serviço, compartilhar a sua sabedoria, e há respeito. O orador pretende persuadir pela apresentação de provas lógicas, não há uma provocação direta ao auditório, mas respeito a sua inteligência. A imagem do orador para o auditório da aparência é de uma pessoa honesta, sincera, prudente, que é benevolente ao compartilhar a sabedoria.

O apelo do orador nas **provas patéticas** é o medo (temor). Na dimensão do *logos*, a pergunta levantada pelo auditório da aparência é a mesma: a vacina é prejudicial? A sua resposta, ao contrário do auditório da essência, é sim. Na dimensão do *ethos*, a identidade do orador e do auditório está na sabedoria, tanto um quanto outro partilham de um conhecimento, de um saber; assim o valor partilhado é a sabedoria. Na dimensão do *pathos*, a paixão despertada é o medo (temor), uma emoção forte que pressupõe uma inferioridade na relação orador e auditório contra um terceiro, quem não sabe que a vacina é prejudicial, não entende as evidências, reforçadas pelo exemplo apresentado pelo discurso. O apelo ao medo está no uso de letras maiúsculas, uma alteração emocional,

para reforçar a informação de que o atleta morreu após se vacinar (“MORREU 15 DIAS DEPOIS DE SER VACINADO”). A imagem do auditório da aparência para o orador é de alguém que busca informações sobre as vacinas contra a covid-19, por isso o discurso apela para a racionalidade, busca conquistar o auditório pela sua argumentação. Esse mesmo discurso, talvez como parte do jornalismo profissional, apela ao medo para conquistar a atenção do auditório.

Como **provas lógicas**, o exemplo é o mesmo para o auditório da essência e o da aparência, mas o primeiro percebe esse raciocínio como exemplo aparente e o segundo apenas como um exemplo. Na dimensão do *logos*, para o auditório da aparência, o tópico é o da qualidade, no caso das vacinas contra covid-19; e o raciocínio é um exemplo. A conclusão implícita (a vacina contra covid-19 causa morte) é compartilhada por orador e auditório. Na dimensão do *ethos*, observamos o consenso entre orador e auditório, ambos partilham do acordo de que as vacinas contra covid-19 são prejudiciais. O auditório da aparência pertence ao mesmo grupo que o orador, eles estão próximos na *doxa*. Na dimensão do *pathos*, o discurso é claro e adequado às redes sociais. O estilo busca aproximar-se do jornalístico com a marcação de datas e o emprego de “notícia” (“Notícia do dia 6 de Janeiro de 2021”, “Notícia do dia 22 de janeiro de 2021”). O paradoxo é a principal figura de linguagem, mas ela aproxima orador e auditório que compartilham nessa nova opinião, formada em oposição à *doxa*, ao senso comum.

### **3. Embaixador indiano foi mais uma vítima da vacinação?**

A figura abaixo reproduz o conteúdo verificado pela Comprova em 27 de maio de 2021. Postagens semelhantes foram feitas na rede social Twitter por contas diferentes com leves variações no texto. Há também tuítes em que a morte é atribuída ao embaixador e outros ao ator indiano. Reproduzimos o texto do tuíte verificado pela Comprova com a tarja da agência porque a conta @slan19467036 foi suspensa no Twitter, assim a publicação não está mais disponível. Lê-se no texto: “Embaixador da saude da Índia recebe picada ao vivo na televisão para mostrar a todos a segurança! Morre dois dias

depois e entra para a estatística TMC”. As figuras na sequência são variações da postagem publicadas no Twitter ao longo do mês de maio de 2021.

**Figura 6: Informação falsa 3**



O título da checagem da Comprova (2021) é “Não há evidências de que morte de ator indiano esteja associada à vacina”, seguido da descrição do conteúdo verificado: “tuíte com uma imagem do ator indiano Vivek sendo vacinado afirma que ‘embaixador da saúde da Índia’ recebeu a vacina contra a covid-19, em ação televisionada, para mostrar a todos a segurança da substância, mas morreu dois dias depois” (COMPROVA, 2021). A agência classifica o conteúdo como enganoso:

tuíte que associa a morte de um ator indiano à imunização pela vacina Covaxin, ocorrida dois dias antes. O artista sofreu um infarto e a equipe médica que o atendeu descartou ligação entre os fatos, conforme divulgado amplamente pela imprensa indiana. Cardiologistas ouvidos pelo Comprova afirmam que a vacina não forma trombos que levam à doença cardíaca. (COMPROVA, 2021)

Essa informação falsa, a terceira na nossa análise, assemelha-se com a segunda. As duas exemplificam as possíveis consequências de se vacinar contra a covid-19 com

base na morte de figuras públicas. Por isso, apresentamos a análise da terceira informação falsa a partir da tabela abaixo, que sumariza os principais pontos, seguida de breves comentários sobre a análise.

**Tabela 9: Embaixador indiano foi mais uma vítima da vacinação?**

<b>Categorias da desordem informacional</b>		
<b>Agente (orador)</b>		
Tipo de agente	Não-oficial	
Nível de organização	Variável	
Motivação	Financeira	
Auditório	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrário às vacinas</li> <li>• Favorável às vacinas</li> </ul>	
Intenção de enganar o auditório	Baixa	
Intenção de prejudicar	Baixa	
<b>Intérprete (auditório)</b>		
Resposta do auditório à mensagem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceitação do discurso</li> <li>• Oposição ao discurso</li> </ul>	
<b>Mensagem (discurso)</b>		
Durabilidade	Curto prazo	
Estratégia de falsificação	Contexto falso	
Marca de credibilidade	Veículo de imprensa	
Alvo da mensagem	Vacina contra covid-19	
<b>Categorias de análise retórica</b>	<b>Auditório da essência</b>	<b>Auditório da aparência</b>
<b>Provas éticas</b>		
<i>Logos</i> : o discurso demonstra a virtude intelectual do orador?	Não	Sim
<i>Logos</i> : o discurso demonstra a razão prática do orador? É razoável?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : o discurso demonstra a virtude moral do orador, honestidade e sinceridade?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : qual é a virtude exortada no discurso?	Insensibilidade	Sabedoria
<i>Pathos</i> : há demonstração de disposição ativa do orador para prestar serviço ao outro?	Não	Sim
<i>Pathos</i> : há demonstração de respeito do orador para o auditório?	Não	Sim
<b>Provas patéticas</b>		
<i>Logos</i> : quais são as perguntas do auditório?	A vacina é prejudicial?	A vacina é prejudicial?
<i>Logos</i> : qual é a resposta do auditório ao discurso?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : qual é a identidade (modo de ser) do orador? Quais seus valores?	Insensibilidade	Sabedoria
<i>Ethos</i> : qual é a identidade (modo se ser) do auditório? Quais seus valores?	Indignação na justa medida	Sabedoria
<i>Pathos</i> : qual é a paixão despertada pelo discurso? Quais são suas circunstâncias?	Indignação	Medo (temor)
<i>Pathos</i> : qual é a relação hierárquica entre orador e auditório (assimétrica, simétrica, igualdade)?	Assimétrica, inferior	Assimétrica, inferior

Provas lógicas		
<i>Logos</i> : a qual tópico retórico pertence a argumentação?	Tópico da consequência	Tópico da qualidade
<i>Logos</i> : qual é o raciocínio lógico da argumentação?	Exemplo aparente	Exemplo
<i>Ethos</i> : qual é a opinião partilhada entre orador e auditório?	Dissenso	Consenso
<i>Ethos</i> : qual é a posição entre orador e auditório na doxa?	Distância	Proximidade
<i>Pathos</i> : o discurso apresenta clareza? O estilo do discurso é adequado ao assunto?	Sim	Sim
<i>Pathos</i> : quais são as figuras empregadas no discurso?	Paradoxo	Paradoxo

Para as categorias da desordem informacional, observamos um **agente** não-oficial com nível de organização variável pela variedade de tuítes postados sobre o mesmo tema, o que sugere uma ação planejada. A motivação é financeira porque o tuíte oferece a fonte da informação, quando o usuário clica no *link* da notícia, ele é redirecionado para o *site* Tribuna Nacional, o que gera receita publicitária. Consideramos que os **intérpretes** se distribuem, em proporção indefinida, entre aceitação e oposição. A **mensagem** tem durabilidade de curto prazo. A marca de credibilidade da mensagem está no *link* da notícia por conferir a credibilidade institucional do jornalismo à informação. O alvo da mensagem são as vacinas contra covid-19. A estratégia de falsificação adotada é o contexto falso, a informação veiculada é verdadeira (ou baseada na realidade), mas foi tirada de contexto. A foto é de um ator indiano, não de um embaixador de saúde, além disso também não há correlação entre a vacinação e a sua morte:

O ator indiano Vivekanandan, conhecido profissionalmente como Vivek, foi vacinado um dia antes de sofrer um infarto, mas não há evidências que relacionem os dois eventos [...]. Vivek sofreu um ataque cardíaco um dia após ter sido imunizado com a vacina Covaxin, no Hospital da Faculdade Pública de Medicina Omandurar Estate, na Índia. A equipe médica que o atendeu negou ligação entre o problema cardíaco, que o levou à morte no dia seguinte, e o imunizante, conforme divulgado pela imprensa indiana. (COMPROVA, 2021)

Para o auditório da essência, a construção da imagem do orador é a mesma: sem virtude intelectual nem moral cujo conselho é prejudicial em um momento de crise sanitária. A única prova lógica do orador, a correlação temporal, é frágil. É um orador desonesto capaz de desrespeitar um momento de dor para criar uma mentira. A imagem do auditório da essência, de oposição, é de quem se rende à indignação, que se traduz em cultivar a indignação na justa medida, como virtude. A indignação é amplificada se o auditório reconhecer que a morte relatada não foi de um embaixador, mas de um ator,

porque evidencia a mentira. O raciocínio é um exemplo: embaixador de saúde da Índia morreu dois dias depois de ser vacinado, logo a sua morte foi em decorrência da vacina. É uma informação falsa porque seria preciso “ocasionar estresse físico e essa demanda aumentada pode desencadear um infarto. Entretanto, a pessoa já teria que ter a artéria parcialmente entupida, não havendo relação de causalidade nesse processo” (COMPROVA, 2021). O estilo do discurso, divergindo da segunda informação falsa, é adequado. O texto do tuíte reforça um apelo mais emocional, pessoal, no uso da exclamação, e o título da notícia marca a credibilidade.

Para o auditório da aparência, a imagem do orador é a de alguém sábio, prudente, honesto e benevolente para compartilhar os seus saberes, a sua capacidade de correlacionar fatos. A imagem do auditório da aparência, de aceitação, é de quem se move pelo medo (temor). O orador primeiro inspira calma (“para mostrar a todos a segurança”), para é substituída pelo medo durante a leitura, despertado por “Morre dois dias depois e entra para a estatística”. O *link* da notícia em si, a sua apresentação como prova, reforça o exemplo construído pela argumentação do discurso. Percebemos a identificação entre orador e auditório em “a estatística TMC”, uma vez que a sigla “TMC” presente na mensagem “refere-se à expressão ‘Teoria da Mera Coincidência’, utilizada por perfis de extrema-direita para supor ligação entre fatos distintos” (COMPROVA, 2021). Somado ao uso de “TMC” temos o de “picada”, orador e auditório compartilham vocabulários específicos, sinalizando que eles pertencem ao mesmo grupo.

#### **4. Vacina provocou mal súbito em jogador de futebol?**

A figura abaixo reproduz o conteúdo verificado pela Comprova em 15 de junho de 2021. A postagem foi feita na rede social Twitter pela conta @allanldsantos, em 13 de junho de 2021. Lê-se no texto: “O médico-chefe e cardiologista da equipe italiana confirmou via rádio italiana que Eriksen havia recebido a vacina Pfizer em 31 de Maio. Há especulações de que ele teve coágulo sanguíneo ou miocardite, nada ainda confirmado em relação à vacina, mas o questionamento é grande.”

**Figura 7: Informação falsa 4**



O título da checagem da Comprova (2021) é “É falso que jogador dinamarquês tenha se vacinado antes de sofrer mal súbito”, seguido da descrição do conteúdo verificado: “um tuíte do blogueiro bolsonarista Allan dos Santos alega que o jogador de futebol Christian Eriksen, vítima de um mal súbito enquanto jogava, teria tomado a vacina da Pfizer contra a covid em 31 de maio” (COMPROVA, 2021). A agência classifica o conteúdo como enganoso:

Tuíte informa como fonte uma entrevista feita para uma rádio italiana, cuja existência a própria emissora nega. O jogador tampouco foi vacinado, segundo o diretor do clube onde atua. (COMPROVA, 2021)

Essa informação falsa assemelha-se com a segunda e a terceira, ela também exemplifica um efeito colateral grave como consequência da vacina, apesar de a figura pública nesse caso não ter morrido. A quarta análise, assim, é apresentada a partir da tabela e de breves comentários.

**Tabela 10: Vacina provocou mal súbito em jogador de futebol?**

<b>Categorias da desordem informacional</b>	
<b>Agente (orador)</b>	
Tipo de agente	Oficial
Nível de organização	Variável
Motivação	Financeira
Auditório	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrário às vacinas</li> <li>• Favorável às vacinas</li> </ul>
Intenção de enganar o auditório	Baixa
Intenção de prejudicar	Baixa
<b>Intérprete (auditório)</b>	
Resposta do auditório à mensagem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceitação do discurso</li> <li>• Oposição ao discurso</li> </ul>
<b>Mensagem (discurso)</b>	
Durabilidade	Curto prazo

Estratégia de falsificação	Conteúdo manipulado	
Marca de credibilidade	Indivíduo (jornalista)	
Alvo da mensagem	Vacina Pfizer	
<b>Categorias de análise retórica</b>	<b>Auditório da essência</b>	<b>Auditório da aparência</b>
<b>Provas éticas</b>		
<i>Logos</i> : o discurso demonstra a virtude intelectual do orador?	Não	Sim
<i>Logos</i> : o discurso demonstra a razão prática do orador? É razoável?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : o discurso demonstra a virtude moral do orador, honestidade e sinceridade?	Sim	Sim
<i>Ethos</i> : qual é a virtude exortada no discurso?	Sinceridade	Sabedoria
<i>Pathos</i> : há demonstração de disposição ativa do orador para prestar serviço ao outro?	Sim	Sim
<i>Pathos</i> : há demonstração de respeito do orador para o auditório?	Sim	Sim
<b>Provas patéticas</b>		
<i>Logos</i> : quais são as perguntas do auditório?	A vacina é prejudicial?	A vacina é prejudicial?
<i>Logos</i> : qual é a resposta do auditório ao discurso?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : qual é a identidade (modo de ser) do orador? Quais seus valores?	Sinceridade	Sabedoria
<i>Ethos</i> : qual é a identidade (modo de ser) do auditório? Quais seus valores?	Sinceridade	Sabedoria
<i>Pathos</i> : qual é a paixão despertada pelo discurso? Quais são suas circunstâncias?	Calma	Medo (temor)
<i>Pathos</i> : qual é a relação hierárquica entre orador e auditório (assimétrica, simétrica, igualdade)?	Simétrica, igualdade	Assimétrica, inferior
<b>Provas lógicas</b>		
<i>Logos</i> : a qual tópico retórico pertence a argumentação?	Tópico da consequência	Tópico da qualidade
<i>Logos</i> : qual é o raciocínio lógico da argumentação?	Exemplo aparente	Exemplo
<i>Ethos</i> : qual é a opinião partilhada entre orador e auditório?	Consenso	Consenso
<i>Ethos</i> : qual é a posição entre orador e auditório na doxa?	Proximidade	Proximidade
<i>Pathos</i> : o discurso apresenta clareza? O estilo do discurso é adequado ao assunto?	Sim	Sim
<i>Pathos</i> : quais são as figuras empregadas no discurso?	Paradoxo	Paradoxo

Para as categorias da desordem informacional, observamos um **agente** oficial. Allan dos Santos é criador do *site* Terça Livre e investigado no inquérito sobre a organização e o financiamento de atos antidemocráticos. Consideramos seu nível de organização variável porque “as provas coletadas pela Polícia Federal com a quebra de

sigilo do aparelho celular de Allan dos Santos mostram que ele mantinha reuniões com deputados bolsonaristas e servidores do Palácio do Planalto” (COMPROVA, 2021). Consideramos a motivação financeira porque Allan dos Santos se apresenta como jornalista profissional, é a sua atividade financeira, por isso a importância de se manter relevante para o seu público. A intenção de enganar e prejudicar o auditório é baixa. Os **intérpretes** se distribuem, em proporção indefinida, entre aceitação e oposição. A **mensagem** tem durabilidade de curto prazo. A marca de credibilidade da informação está no próprio autor, um jornalista. O alvo da mensagem são as vacinas contra covid-19, especificamente a Pfizer. A estratégia de falsificação adotada é o conteúdo manipulado. Nessa estratégia, conteúdo verdadeiro – o jogador Eriksen de fato teve um mal súbito em campo – é manipulado para criar outro fato, que o mal súbito foi um efeito colateral da vacinação contra a covid-19:

Durante a partida entre Dinamarca e Finlândia na Eurocopa neste sábado, 12, o jogador dinamarquês Christian Eriksen sofreu um mal súbito e chegou a ficar inconsciente em campo. Ele recebeu massagem cardíaca até ser reanimado e ser encaminhado a um hospital. A partida chegou a ser suspensa, mas foi retomada quando todos no estádio receberam a notícia de que ele estava em condição estável. [...] segundo o diretor da Inter de Milão, Giuseppe Marotta. Ele negou que o jogador já tivesse se infectado com o coronavírus ou mesmo que tenha se vacinado. “Ele não teve covid nem havia se vacinado ainda”, disse Marotta ao canal de TV Rai Sport. (COMPROVA, 2021)

O interessante nessa informação falsa é a proximidade da data de publicação do tuíte com o ocorrido, o que possibilita, para o auditório de essência, uma interpretação de erro genuíno por parte do orador. É a primeira análise em que temos uma aproximação entre orador e auditório da essência. Na dimensão do *logos* nas provas éticas, o auditório considera a argumentação falsa, por isso não identifica virtude intelectual ou razão prática no orador, mas ele não é um orador desonesto, pelo contrário, ele é honesto por externar sua dúvida. Na dimensão do *ethos*, então, há virtude moral do orador ao reforçar sua cautela em comunicar a informação (“nada ainda confirmado em relação à vacina”), a virtude do discurso é a sinceridade. A imagem do orador é de alguém enganado, até mesmo ignorante, mas não desonesto. É um orador agradável porque informa, presta um serviço, é sincero ao expor suas dúvidas, percebidas pelo emprego de “especulações”, “nada confirmado” e “questionamento”.

Nas provas patéticas, a dúvida do orador parece, para o auditório da essência, verdadeira. Esse auditório, também de forma verdadeira, opõe-se a tese proposta pelo orador. Tanto orador quanto auditório compartilham como virtude a sinceridade, é com ela que o primeiro questiona e o segundo responde. A falta de distanciamento entre orador

e auditório de essência permite uma negociação das suas distâncias. A paixão despertada é a calma, há uma pacificação entre o orador e o auditório da essência, como se a dúvida genuína possibilitasse um diálogo entre opostos. Nas **provas lógicas**, o raciocínio é um exemplo aparente: jogador de futebol teve mal súbito depois de ser vacinado, logo o mal súbito foi em decorrência da vacina. Diferente das análises anteriores, orador e auditório estão próximos na *doxa*, ao invés de se opor ao auditório, o orador relata uma informação divulgada pela imprensa italiana e faz um questionamento. O orador apresenta a sua fonte (“o médico-chefe e cardiologista da equipe italiana”, “via rádio italiana”), reafirma que é cedo para qualquer conclusão (“especulações”, “nada ainda confirmado”), mas possibilita o diálogo com o auditório da essência (“questionamento”).

Para o auditório de essência, já persuadido que a vacina é prejudicial, a imagem do orador é de virtude intelectual e moral, a primeira por correlacionar os fatos e a segunda por compartilhar essa informação com o auditório. Soma-se a isso a benevolência com o auditório, os cuidados já mencionados do orador em enfatizar que não tem “nada ainda confirmado em relação à vacina”. Nas provas patéticas, a dúvida do orador parece, para o auditório da aparência, uma cautela ao somar mais um caso de efeito colateral da vacinação. Tanto orador quanto auditório compartilham como virtude a sabedoria, eles dividem um saber ignorado pelo resto do mundo, ávido pela vacinação. A paixão despertada é o medo (temor) de ambos, orador e auditório, sofrerem um mal, serem obrigados a se vacinar e correrem os riscos da vacinação. É essa a identificação entre eles, a de saberem uma verdade que é oculta para os demais. Essa verdade é reforçada pelas provas apresentadas no discurso: “o médico-chefe e cardiologista da equipe italiana”, pelo conhecimento médico, “rádio italiana”, pela credibilidade da imprensa, “coágulo sanguíneo ou miocardite”, pela exatidão dos termos empregados.

## **5. Adolescente infartou após a vacina?**

A figura abaixo reproduz o conteúdo verificado pela Comprova em 22 de setembro de 2021. A postagem foi feita na rede social Twitter por dezenas de conta. Lê-se no texto: “Apresento a vcs a Isabelli, 16 anos, filha da Cris. (*sic*) Podia ser a minha filha ou a sua, mas era a filha da Cris. A Cris que eu agora n sei como confortar, mas sei q ela n vai virar um número. (*sic*) Essas fotos são da última semana de sua vida feliz. Que Cris suporte a dor da ausência.”

Figura 8: Informação falsa 5



O título da checagem da Comprova (2021) é “Morte de adolescente não tem relação causal com vacina da Pfizer, ao contrário do que sugere tuíte”, seguido da descrição do conteúdo verificado: “tuíte fala sobre a morte de uma adolescente e traz imagens dela com o cartão de vacinação” (COMPROVA, 2021). A agência classifica o conteúdo como enganoso:

tuíte engana ao sugerir que a vacina da Pfizer teria sido a causa da morte de uma adolescente de 16 anos. No dia em que o post foi publicado, o caso era considerado suspeito e estava sendo investigado, ou seja, não tinha nenhuma confirmação. Um dia depois, o governo de São Paulo afirmou que não há como atribuir relação causal entre a Púrpura Trombótica Trombocitopênica (PTT) – doença preexistente detectada na garota – e a vacina. (COMPROVA, 2021)

O agente é não-oficial, Valeria Rozen Scher, que “é psicóloga e ficou conhecida nas redes sociais após publicar vídeos em que se recusava a usar máscara ao andar na praia de Búzios, no Rio de Janeiro” (COMPROVA, 2021). É um agente com nível variável de organização porque, conforme a agência, Valeria tem contato com políticos, como a deputada federal Bia Kicis, e médicos contrários à vacinação, como Nise Yamaguchi. Entendemos sua motivação como social, isto é, busca conectar-se a um grupo de pessoas específico. Por ser um discurso publicado no Twitter, o auditório é tanto o contrário às vacinas quanto o favorável, já que o engajamento é a resposta de ambos, o que alavanca o alcance das publicações. A intenção de enganar e de prejudicar é baixa. Quanto ao intérprete, ele se distribui, em proporção indefinida, entre apoio e oposição.

Por fim, a **mensagem** se apresenta no formato de texto e imagem. Consideramos sua durabilidade de curto prazo porque à época de publicação a vacinação já tinha uma alta aceitação no público maior de 18 anos. A estratégia de falsificação adotada é o conteúdo manipulado. O conteúdo verdadeiro é manipulado para criar outro fato, é verdade que a adolescente morreu, mas não a sua morte não foi provocada pela vacina contra covid-19:

O diagnóstico apontou que a causa do óbito, sete dias após a jovem ser imunizada, foi uma doença autoimune, grave e rara, conhecida como Púrpura Trombótica Trombocitopênica. Segundo o infectologista pediátrico André Ricardo Araújo da Silva, a PTT é uma condição que ocorre normalmente na infância, podendo se manifestar na adolescência, em que o organismo apresenta uma queda de plaquetas, um dos componentes do sangue envolvido na coagulação. [...]

Dentre os 70 profissionais que participaram do diagnóstico da adolescente, estavam especialistas em Hematologia, Cardiologia, Infectologia, médicos dos Centros de Referência para Imunobiológicos Especiais (CRIEs) do Estado e representantes dos municípios de São Bernardo do Campo, Santo André e São Paulo. O Centro de Informações Estratégicas em Vigilância em Saúde (CIEVS) estadual também contribuiu para a análise. (COMPROVA, 2021)

É importante destacar que o caso foi usado como justificativa pelo Ministério da Saúde para recomendar a suspensão da vacinação em adolescentes sem comorbidades, “a própria Anvisa, entretanto, manteve a recomendação de vacinação neste grupo, com base em evidências científicas avaliadas e aprovadas pelo órgão” (COMPROVA, 2021). Não há marca de credibilidade da informação. O alvo da mensagem são as vacinas contra covid-19, especificamente a vacinação em adolescentes.

- **Auditório da essência:**

A publicação é de 16 de setembro de 2021, “no dia em que o post foi publicado, 16 de setembro, havia apenas a suspeita de que a morte poderia estar relacionada com a vacina da Pfizer, sem nenhuma comprovação” (COMPROVA, 2021). Ao contrário da última informação falsa analisada, publicada em junho, consideramos que associar imediatamente a morte como consequência da vacinação divide o auditório entre o de aceitação e o de oposição ao invés de possibilitar um diálogo entre eles. Isso porque o momento da vacinação era outro, aproximadamente 23% da população brasileira tinha recebido ao menos uma dose da vacina contra covid-19 em junho de 2021, três meses depois 72% da população brasileira estava vacinada com ao menos uma dose, eram em média 1,5 milhão de vacinas aplicadas por dia (VEJA, 2021). No início era possível questionar a medida ou mesmo a eficácia das vacinas, com o avanço da vacinação, essa linha de argumentação se tornou inverossímil. O auditório da essência não mostra mais benevolência com o erro do orador, porque, em setembro, as vacinas eram consenso.

Para o auditório da essência, o orador usa a morte da adolescente para promover a tese de que as vacinas são prejudiciais. Nas **provas éticas**, não há virtude intelectual nem razão prática porque o conselho implícito é prejudicial. Na dimensão do *logos*, é importante pontuar que esse conselho agora busca apelar à maternidade ou paternidade do auditório, e não mais a sua própria saúde. O conselho é: a vacina contra covid-19 é prejudicial, logo não vacine seus filhos. Isso é enfatizado na repetição do substantivo “filha”: “filha da Cris”, “podia ser minha filha ou sua”, “filha da Cris”. Ele não é um conselho sábio ou razoável. Na dimensão do *ethos*, o auditório da essência não observa uma virtude moral no orador, não há honestidade ou sinceridade no seu apelo, pelo contrário, o seu vício é a insensibilidade. Sem se importar com a dor de uma família, o orador da informação falsa incorpora o fato no seu discurso para propagar que as vacinas são nocivas. Na dimensão do *pathos*, o auditório da essência não observa a disposição do orador em prestar serviço ou respeito. A intenção do orador, para o auditório da essência, é de alguém desonesto e insensível.

Nas **provas patéticas**, o auditório da essência levanta uma questão de qualificação: as vacinas contra covid-19 são prejudiciais para adolescentes? A resposta do auditório, uma negativa, é o que de fato divide orador e auditório, é o que provoca o dissenso e os coloca em lados opostos da *doxa*. A identidade do orador é a de um negacionista, alguém contrário à vacinação quase um ano após o seu início, e a do auditório é de alguém favorável à vacinação. A paixão despertada no auditório da essência é a indignação com o uso de uma morte para perpetuar um mau conselho e com a ameaça que esse discurso impõe à campanha de vacina, esperança do auditório para o fim da crise sanitária. A relação hierárquica entre orador e auditório é de superioridade do último, detentor de uma indignação justa na medida em que o orador se apropria da dor para promover uma ideia. A indignação é acionada a cada apelo emocional do discurso, observado no uso do apelido para o nome da mãe da jovem (“Cris”), na tentativa de colocar o auditório no lugar dessa mãe (“ou a sua [filha]”), na confissão do orador de fraqueza (“agora n sei como confortar”), na coragem do orador (“mas sei q ela n vai virar um número”), na amplificação da dor da mãe (“Que Cris suporte a dor da ausência”).

Como **provas lógicas**, essa informação falsa faz o mesmo das que construíram a sua argumentação a partir de um exemplo: a Isabelli morreu após ser vacinada, logo a sua morte foi em decorrência da vacina. O raciocínio apresentado pelo discurso é indutivo, é um exemplo aparente, por isso parte de um caso particular, a morte da jovem, para uma generalização, a morte de jovens. Para o auditório da essência, na dimensão do *logos*, o

tópico é a consequência, a morte é apresentada pelo discurso como consequência da vacinação contra covid-19. O texto da publicação não faz essa associação entre a morte e a vacina, o auditório atinge essa conclusão ao observar a primeira foto de Isabelli (“Essas fotos são da última semana de sua vida feliz”), que são apresentadas ao orador como prova da alegria da adolescente. A primeira foto retrata Isabelli na frente de um cartaz com os dizeres “Vacina pela vida” e com o nome do município, São Bernardo do Campo (SP). A jovem segura o comprovante de vacinação com uma das mãos enquanto a outra pressiona o lugar em que a vacina foi aplicada com um algodão. Para o auditório da essência, a proximidade entre a vacinação e a morte de Isabelli é uma coincidência trágica, ele não assume, assim, a conclusão implícita do orador.

Na dimensão do *ethos*, o auditório da essência não compartilha com o orador a crença que as vacinas são prejudiciais. O auditório da essência se opõe ao orador na *doxa*, não há consenso entre eles. É importante destacar que com a vacinação dos adolescentes, as aulas presenciais foram retomadas na maioria dos estados brasileiros. Assim, a opinião favorável à vacinação, a posição do auditório de essência, tornou-se a versão da opinião pública. A posição do orador, contrário às vacinas, representava discordância. Na dimensão do *pathos*, o discurso é claro e seu estilo é adequado às redes sociais. As abreviações, como “vcs”, “n” e “q”, são comuns nesse ambiente e não prejudicam o entendimento do texto. O apelo emocional do discurso se traduz nas metáforas, ou nos clichês, presentes em “mas sei q ela n vai virar um número” e “Que Cris suporte a dor da ausência”. Para o auditório da essência, no entanto, esse apelo emocional só desperta a indignação pelo uso da morte da jovem em benefício próprio do orador, que é propagar sua crença.

- **Auditório da aparência:**

Para o auditório da aparência, a morte da filha da Cris é mais uma das muitas mortes que embasam a desconfiança com a vacinação. Nas **provas éticas**, há virtude intelectual e razão prática por parte do orador. Na dimensão do *logos*, o conselho do orador, a vacina contra covid-19 é prejudicial, logo não vacine seus filhos, aproxima esse orador especialmente de quem tem filhos, por isso o apelo do orador: “Podia ser a minha filha ou a sua, mas era a filha da Cris”. O conselho parece prudente, para não sofrer a mesma dor que a Cris, não vacine seus filhos. Na dimensão do *ethos*, há honestidade e sinceridade no orador, em especial no seu último apelo: “Que Cris suporte a dor da ausência”. A virtude exortada pelo discurso é a coragem, mesmo sem saber como, o

orador se dispõe a lutar contra a injustiça que acometeu essa mãe: “A Cris que eu agora n sei como confortar, mas sei q ela n vai virar um número”. Há, então, na dimensão do *pathos*, disposição do orador em prestar serviço e respeito. Orador e auditório da essência aproximam-se da Cris ao mesmo tempo em que se distanciam de quem é favorável à vacinação.

Nas **provas patéticas**, a resposta do auditório da aparência é afirmativa para o questionamento: as vacinas contra covid-19 são prejudiciais para adolescentes? É a resposta que separa os auditórios, com isso a identidade dos dois grupos. Entendemos que em setembro de 2021 optar contra a vacinação era sobre pertencer a um grupo, de se identificar com outros indivíduos. Essa identificação é só discursiva, uma vez que o Brasil até o final de 2021 vacinou quase 70% da população. É um vínculo entre orador e auditório que os identifica perante a *doxa* e reforça os seus laços, podemos entender esse grupo como contrário à vacinação. A paixão despertada no auditório da aparência é a compaixão, o auditório é instado a sentir empatia pela posição da mãe que perdeu uma filha, e ainda pode temer que ocorra consigo o mesmo. A compaixão coloca orador e auditório em igualdade, eles se aproximam. Podemos observar essa proximidade no segundo período do texto (“Podia ser a minha filha ou a sua, mas era a filha da Cris”), o orador marca a identificação com o auditório a partir dessa exposição: foi ela, poderia ser eu, poderia ser você a sentir “a dor da ausência”.

Como **provas lógicas**, o exemplo é o mesmo para o auditório da essência e o da aparência: a Isabelli morreu após ser vacinada, logo a sua morte foi em decorrência da vacina. Na dimensão do *logos*, o tópico é o da qualidade: a vacina é prejudicial?, e o raciocínio é um exemplo. A correlação entre a vacina e morte da jovem é feita pela interpretação do auditório de texto e imagens, em especial a primeira, que mostra Isabelli após a vacinação. Assim, a conclusão implícita (a vacina contra covid-19 é prejudicial) é construída pelo auditório a partir das pistas do orador. Na dimensão do *ethos*, compartilhar a conclusão do raciocínio é o que possibilita o consenso entre orador e auditório, ambos pertencem ao mesmo grupo, dividem as mesmas qualidades, buscam as mesmas virtudes.

Na dimensão do *pathos*, o discurso é claro e seu estilo é adequado às redes sociais. O apelo do orador está no aceno à compaixão, que ele materializa em uma gradação que desvela a morte de Isabelli. Na primeira parte do discurso, o orador introduz a adolescente: “Apresento a vcs a Isabelli, 16 anos, filha da Cris”; depois, aproxima o auditório do orador e da própria Cris: “Podia ser a minha filha ou a sua, mas era a filha

da Cris”. É na segunda que o auditório começa a compreender a tragédia que envolve Isabelli: “A Cris que eu agora n sei como confortar, mas sei q ela n vai virar um número”; na sequência o desfecho: “Essas fotos são da última semana de sua vida feliz”, em que o orador anuncia a morte de Isabelli pelo uso do marcador temporal: “última”. A compaixão do auditório é amplificada pela metáfora final no discurso (“Que Cris suporte a dor da ausência”), que cria “dor da ausência” para indicar o luto da mãe pela sua filha.

## 6. Outro jovem morreu após a injeção de veneno?

A figura abaixo reproduz o conteúdo verificado pela Comprova em 29 de setembro de 2021. A postagem foi feita na rede social Twitter pela conta @Renata91493146. Lê-se no texto: “Samuel Pimentel de Oliveira - de Vera Cruz-RS - 22 anos! Uma vida inteira e saudável pela frente, interrompida por uma injeção de veneno. #AVC isquêmico #derrame #morte cerebral”.

Figura 9: Informação falsa 6



O título da checagem da Comprova (2021): “É falso que morte de jovem no Rio Grande do Sul esteja associada à vacina contra covid”, seguido da descrição do conteúdo verificado: “posts no Twitter e no Instagram usam imagem com anúncio de sepultamento de jovem de 22 anos, morador da cidade de Vera Cruz, no Rio Grande do Sul, para afirmar que ele morreu por causa da vacina contra o coronavírus” (COMPROVA, 2021). A agência classifica o conteúdo como enganoso:

é falso que a morte de jovem de 22 anos em Vera Cruz, no Rio Grande do Sul, tenha relação com a vacina contra a covid-19. A ligação inventada é mencionada em dois posts publicados no Twitter e no Instagram. Secretarias de saúde da cidade onde ele morava e de onde ele morreu, hospital onde o óbito ocorreu, família e Anvisa descartam qualquer suspeita de relação causal entre morte por AVC e o imunizante. (COMPROVA, 2021)

Essa informação falsa, a sexta na nossa análise, assemelha-se com a quinta, que também exemplifica uma possível consequência da vacinação com a morte de um jovem. Esse era o público, em setembro de 2021, da campanha de vacinação nacional contra covid-19. Pelas semelhanças, apresentamos a análise a partir da tabela e de breves comentários.

**Tabela 11: Outro jovem morreu após a injeção de veneno?**

<b>Categorias da desordem informacional</b>		
<b>Agente (orador)</b>		
Tipo de agente	Não-oficial	
Nível de organização	Baixo	
Motivação	Social	
Auditório	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrário às vacinas</li> <li>• Favorável às vacinas</li> </ul>	
Intenção de enganar o auditório	Baixa	
Intenção de prejudicar	Baixa	
<b>Intérprete (auditório)</b>		
Resposta do auditório à mensagem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceitação do discurso</li> <li>• Oposição ao discurso</li> </ul>	
<b>Mensagem (discurso)</b>		
Durabilidade	Curto prazo	
Estratégia de falsificação	Conteúdo manipulado	
Marca de credibilidade	-	
Alvo da mensagem	Vacinas contra covid-19	
<b>Categorias de análise retórica</b>	<b>Auditório da essência</b>	<b>Auditório da aparência</b>
<b>Provas éticas</b>		
<i>Logos</i> : o discurso demonstra a virtude intelectual do orador?	Não	Sim
<i>Logos</i> : o discurso demonstra a razão prática do orador? É razoável?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : o discurso demonstra a virtude moral do orador, honestidade e sinceridade?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : qual é a virtude exortada no discurso?	Insensibilidade	Indignação justa
<i>Pathos</i> : há demonstração de disposição ativa do orador para prestar serviço ao outro?	Não	Sim
<i>Pathos</i> : há demonstração de respeito do orador para o auditório?	Não	Sim
<b>Provas patéticas</b>		
<i>Logos</i> : quais são as perguntas do auditório?	A vacina é prejudicial?	A vacina é prejudicial?

<i>Logos</i> : qual é a resposta do auditório ao discurso?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : qual é a identidade (modo de ser) do orador? Quais seus valores?	Insensibilidade	Indignação justa
<i>Ethos</i> : qual é a identidade (modo de ser) do auditório? Quais seus valores?	Indignação justa	Indignação justa
<i>Pathos</i> : qual é a paixão despertada pelo discurso? Quais são suas circunstâncias?	Indignação	Indignação
<i>Pathos</i> : qual é a relação hierárquica entre orador e auditório (assimétrica, simétrica, igualdade)?	Assimétrica, superior	Assimétrica, superior
<b>Provas lógicas</b>		
<i>Logos</i> : a qual tópico retórico pertence a argumentação?	Tópico da consequência	Tópico da qualidade
<i>Logos</i> : qual é o raciocínio lógico da argumentação?	Exemplo aparente	Exemplo
<i>Ethos</i> : qual é a opinião partilhada entre orador e auditório?	Dissenso	Consenso
<i>Ethos</i> : qual é a posição entre orador e auditório na doxa?	Distância	Proximidade
<i>Pathos</i> : o discurso apresenta clareza? O estilo do discurso é adequado ao assunto?	Sim	Sim
<i>Pathos</i> : quais são as figuras empregadas no discurso?	Paradoxo	Paradoxo

Para as categorias da desordem informacional, o **agente** é não-oficial porque não há informações sobre a conta para investigação, assim seu nível de organização é baixo. A motivação é social por reforçar a identidade do agente dentro de um grupo social, contrário à vacinação. Os **intérpretes** distribuem-se, em proporção indefinida, entre aceitação e oposição. A **mensagem** tem durabilidade de curto prazo. Não há marca de credibilidade da mensagem, seu alvo são as vacinas contra covid-19. A estratégia de falsificação adotada é o conteúdo manipulado, a informação da morte de Samuel é verdadeira, mas ela não foi em decorrência da vacinação:

Nem o hospital e nem a vigilância epidemiológica da cidade de Cachoeira do Sul, onde fica a unidade, relacionam o óbito ao imunizante. A Prefeitura de Vera Cruz e a família do rapaz também negam essa ligação. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) não recebeu nenhuma notificação sobre suspeita de causalidade entre a morte do rapaz e a vacina. Samuel havia tomado a primeira dose mais de 30 dias antes da morte.

A morte cerebral do jovem foi confirmada em 14 de setembro no Hospital de Caridade e Beneficência (HCB) de Cachoeira do Sul, cidade a 88 km de Vera Cruz. Na certidão de óbito dele, consta que a causa do óbito foi “lesão encefálica anóxica, acidente vascular encefálico isquêmico”.  
(COMPROVA, 2021)

Para o auditório da essência, o orador insiste em uma opinião oposta ao senso comum, a de que a vacina é prejudicial, não há sabedoria ou razoabilidade. Não há virtude moral porque o orador usa a morte de um jovem (“22 anos!”) para persuadir acerca da

sua crença, que é falsa para o auditório da essência. O vício do orador é ser insensível à dor do outro, transformando-a em argumento a qualquer custo. A imagem do orador é de alguém desonesto e insensível, sem disposição para prestar serviço ao outro. Não há menção a vacinas contra covid-19, a identificação da tese parte do auditório compreender que “injeção de veneno” se refere aos imunizantes. E compreender essa expressão distancia orador e auditório da essência porque o último discorda da suposição que a vacina é uma injeção de veneno. A paixão despertada é a indignação. “22 anos!”, “uma vida inteira e saudável pela frente”, “interrompida”, as marcações do orador que no auditório da aparência despertam a compaixão, no da essência são razão da indignação do auditório. Novamente, o orador é insensível, por isso provoca no auditório da essência uma indignação justa, o que, por sua vez, torna o orador virtuoso. A argumentação está no exemplo: Samuel morreu após ser vacinado, logo a sua morte foi em decorrência da vacina. A credibilidade do discurso é construída pela imagem que anuncia o velório do jovem, como a morte é, portanto, verdadeira, o orador espera que a causa que ele apresenta para essa morte também seja. Por isso, a figura de linguagem explorada é o paradoxo, essa tentativa de opor uma opinião a um consenso.

Para o auditório da aparência, o conselho do orador é prudente, já que a vacina contra covid-19 é prejudicial. A virtude do orador é a indignação justa, é sempre uma tragédia a morte de um jovem, o que o orador reforça: “uma vida inteira e saudável pela frente”. A argumentação é voltada aos jovens, saudáveis, capazes de se recuperar de uma infecção, e que podem ter a vida “interrompida”, como pontua o orador no caso de Samuel. Embora a resposta do auditório da aparência seja positiva, o apelo às provas patéticas é o mesmo que o do auditório da essência. É também a indignação que move o auditório, a revolta pela morte de um jovem. Orador e auditório cultivam a mesma virtude, então, a indignação justa e, por isso, pertencem ao mesmo grupo. Há uma proximidade entre eles, uma identificação, possível pelo acionamento de um vocabulário compartilhado (“injeção de veneno”) para vacina contra a covid-19. A morte de Samuel é mais um exemplo, uma prova, para o auditório da aparência. Entendemos que o funcionamento das redes sociais é o que permite o alcance dessa informação falsa, uma vez que é uma crença compartilhada apenas por um grupo social restrito: contrário à vacinação.

## 7. A vacina é segura para crianças?

A figura abaixo reproduz o conteúdo verificado pela Comprova em 11 de setembro de 2021. A postagem foi feita na rede social Twitter pela conta @PauloPMelo. Lê-se no texto: “Não caíam na conversinha de que a vacina da Pfizer é segura para crianças só porque o FDA e o CDC aprovaram. (sic) Aqui está cópia do documento elaborado PELA PRÓPRIA EMPRESA em seu pedido de autorização de uso, onde escreve ‘o número de participantes no presente programa de/ desenvolvimento clínico é muito pequeno para detectar qualquer risco potencial de miocardite associada à vacinação. A SEGURANÇA A LONGO PRAZO NO GRUPO 5-12 anos SERÁ ESTUDADA EM CINCO ESTUDOS PÓS AUTORIZAÇÃO, incluindo ESTUDOS DE FOLLOW-UP DE CINCO ANOS DE DURAÇÃO Para avaliar/ SEQUELAS DE LONGO PRAZO DE MIOCARDITE/PERICARDITE PÓS-VACINAL’. Ou seja, a própria indústria dizendo que só terá certeza da segurança e das sequelas após CINCO ANOS do início da vacinação. E você ainda quer vacinar seus filhos? Sério? #Pfizergate/ @DRobertaLacerda @AnaPaulaVolei @AlessandroLoio2 @Rconstantino @luislacombereal @RobertoZeballo7 @flferronato @karinamichelin @Dr\_Francisco\_ @LucianaACBarros @ZimmermanRicardo”

Figura 10: Informação falsa 7



O título da checagem da Comprova (2021) é: “Segurança de vacina da Pfizer para crianças foi atestada pelo CDC; monitoramento de longo prazo é padrão”, seguido da descrição do conteúdo verificado: “sequência de tuítes e postagem no Instagram expõem parte de um documento da Pfizer admitindo que os testes em crianças de 5 a 12 anos foram feitos em um grupo muito reduzido para que pudessem ser conclusivos para casos

de miocardite nessa faixa etária. Ele orienta que as pessoas não acreditem na segurança da vacina para esse público só porque o FDA e o CDC a aprovaram.” (COMPROVA, 2021). A agência classifica o conteúdo como enganoso:

é enganosa a sequência de tuítes e a postagem no Instagram, feitas por um médico, questionando se a vacina da Pfizer contra a covid-19 é segura para crianças de 5 a 12 anos. Ele destaca apenas trecho de um documento da farmacêutica, que afirma ser pequeno o número de participantes nos estudos para identificar risco potencial de miocardite associada ao imunizante na faixa etária. O médico omite que autoridades sanitárias consideraram os benefícios da vacinação superiores aos riscos, o que também foi destacado no relatório. (COMPROVA, 2021)

Esse é um exemplo interessante de informação falsa porque se organiza como uma *thread*, ou fio, no Twitter. Como há uma limitação de caracteres em cada tuíte, a *thread* é utilizada para textos maiores que 240 caracteres. Consequentemente, esse é um dos maiores exemplos do *corpus*. O penúltimo tuíte consiste em uma sequência de *arrobas*, isto é, o autor marcou outras pessoas no Twitter, para que elas fossem notificadas da sua publicação. Isso não significa que exista qualquer relação pessoal entre os usuários, é comum “marcar” pessoas famosas para que a publicação ganhe relevância. Os usuários @DRobertaLacerda e @Dr\_Francisco\_ tiveram suas contas suspensas pelo Twitter; @AnaPaulaVolei é a ex-jogadora de vôlei Ana Paula Henkel; @AlessandroLoio2, curiosamente, é o autor da primeira informação falsa analisada; @Rconstantino e @luislacombereal são, respectivamente, Rodrigo Constantino e Luís Ernesto Lacombe, jornalistas; @RobertoZeballo7 e @ZimermanRicardo são médicos, o primeiro com 27,7 mil seguidores e o segundo com 42,2 mil; @flferronato e @LucianaACBarros são advogadas com 290,2 mil e 28 mil seguidores; @karinamichelin é uma jornalista independente, com publicações verificadas pela Comprova.

O **agente** é não-oficial, o médico Paulo Macio Porto de Melo tem 8 mil seguidores no Twitter, a sua conta no Instagram é mais relevante, com 146 mil, mas suas postagens podem ser consideradas como serviço, com *post* sobre doenças e assuntos relacionados à medicina em geral. Consideramos o seu nível de organização baixo porque não há indícios pela postagem que o agente conheça de fato as pessoas que citou. Entendemos sua motivação como social. Por ser um discurso publicado no Twitter, o auditório é tanto o contrário às vacinas quanto o favorável, já que o engajamento é a resposta dos dois auditórios. A intenção de enganar é baixa, a de prejudicar consideramos variável pelo conhecimento médico do agente. Quanto ao **intérprete**, ele se distribui, em proporção indefinida, entre apoio e oposição. Consideramos, no entanto, o auditório favorável à tese do orador e, portanto, contrário à vacinação restrito pelo avanço da imunização no Brasil

em novembro de 2021. O próprio agente não é contra as vacinas: “procurado, o autor do tuíte afirmou ser a favor da vacinação, mas ‘ser contra esta vacina, neste grupo etário’” (COMPROVA, 2021).

A **mensagem** se apresenta no formato de texto e imagem. Sua durabilidade é de curto prazo e a marca de credibilidade da informação é a autoridade do agente, que é médico. O alvo da mensagem são as vacinas contra covid-19, especificamente a vacinação em crianças. A estratégia de falsificação é o contexto falso. Sobre o documento citado pelo agente como prova da veracidade do seu discurso, ele é “um documento de 82 páginas apresentado pela Pfizer em reunião junto ao Comitê Consultivo de Vacinas e Produtos Biológicos Relacionados (VRBPAC), do FDA, a agência reguladora de medicamentos dos Estados Unidos, em 26 de outubro de 2021” (COMPROVA, 2021). O documento é verdadeiro, mas ele não aponta riscos para a vacinação.

A página do documento compartilhada no post apresenta, em inglês, as conclusões gerais de risco-benefício da vacinação em crianças de 5 a 12 anos. No texto, a farmacêutica informa que a covid é uma infecção grave e potencialmente fatal para crianças e que as duas doses primárias da vacina mostraram um perfil favorável de segurança e tolerabilidade, respostas imunes robustas contra todas as variantes preocupantes e alta eficácia contra a covid-19 sintomática [...]

De fato, como observado pelo autor das postagens, o documento destaca que o número de participantes no programa de desenvolvimento clínico é muito pequeno para detectar quaisquer riscos potenciais de miocardite associados à vacinação. [...] Para a infectologista Fernanda Grassi, que é pesquisadora titular do Instituto Gonçalo Moniz/Fiocruz-Bahia, os testes vacinais na fase anterior à aprovação de uma vacina – ou seja, a fase 3 – são mesmo limitados. “Você faz os testes em um número limitado de pessoas e quando essa vacina é aprovada e vai para a fase 4, você tem a farmacovigilância”, aponta.

Qualquer vacina precisa dessa vigilância, diz. “Todas as vacinas precisam de farmacovigilância, até as que são aprovadas há muito tempo. Evidentemente, qualquer vacina ou qualquer medicamento que entre (aprovada), a gente tem que continuar investigando, vendo se casos que vão surgindo estão ou não relacionados à vacina”, explica. (COMPROVA, 2021)

Essa informação falsa, a sétima na nossa análise, assemelha-se com a primeira, elas são inclusive sobre a mesma vacina, da farmacêutica Pfizer. As duas apresentam trechos de informações verdadeiras concedidas pela farmacêutica para descontextualizar a informação com o objetivo de criar um problema para a vacina contra covid-19. Apresentamos a análise da sétima informação falsa, então, a partir da tabela abaixo e de breves comentários.

Tabela 12: A vacina é segura para crianças?

<b>Categorias da desordem informacional</b>		
<b>Agente (orador)</b>		
Tipo de agente	Não-oficial	
Nível de organização	Baixo	
Motivação	Social	
Auditório	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrário às vacinas</li> <li>• Favorável às vacinas</li> </ul>	
Intenção de enganar o auditório	Baixa	
Intenção de prejudicar	Variável	
<b>Intérprete (auditório)</b>		
Resposta do auditório à mensagem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceitação do discurso</li> <li>• Oposição ao discurso</li> </ul>	
<b>Mensagem (discurso)</b>		
Durabilidade	Curto prazo	
Estratégia de falsificação	Contexto falso	
Marca de credibilidade	Indivíduo (médico)	
Alvo da mensagem	Vacinas contra covid-19	
<b>Categorias de análise retórica</b>	<b>Auditório da essência</b>	<b>Auditório da aparência</b>
<b>Provas éticas</b>		
<i>Logos</i> : o discurso demonstra a virtude intelectual do orador?	Não	Sim
<i>Logos</i> : o discurso demonstra a razão prática do orador? É razoável?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : o discurso demonstra a virtude moral do orador, honestidade e sinceridade?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : qual é a virtude exortada no discurso?	Imprudência	Coragem
<i>Pathos</i> : há demonstração de disposição ativa do orador para prestar serviço ao outro?	Não	Sim
<i>Pathos</i> : há demonstração de respeito do orador para o auditório?	Não	Sim
<b>Provas patéticas</b>		
<i>Logos</i> : quais são as perguntas do auditório?	A vacina é prejudicial?	A vacina é prejudicial?
<i>Logos</i> : qual é a resposta do auditório ao discurso?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : qual é a identidade (modo de ser) do orador? Quais seus valores?	Imprudência	Sabedoria
<i>Ethos</i> : qual é a identidade (modo de ser) do auditório? Quais seus valores?	Sabedoria	Sabedoria
<i>Pathos</i> : qual é a paixão despertada pelo discurso? Quais são suas circunstâncias?	Cólera	Segurança (confiança)
<i>Pathos</i> : qual é a relação hierárquica entre orador e auditório (assimétrica, simétrica, igualdade)?	Assimétrica, inferior	Igualdade
<b>Provas lógicas</b>		
<i>Logos</i> : a qual tópico retórico pertence a argumentação?	Tópico da qualidade	Tópico da qualidade

<i>Logos</i> : qual é o raciocínio lógico da argumentação?	Entimema aparente	Entimema
<i>Ethos</i> : qual é a opinião partilhada entre orador e auditório?	Dissenso	Consenso
<i>Ethos</i> : qual é a posição entre orador e auditório na <i>doxa</i> ?	Distância	Proximidade
<i>Pathos</i> : o discurso apresenta clareza? O estilo do discurso é adequado ao assunto?	Sim	Sim
<i>Pathos</i> : quais são as figuras empregadas no discurso?	Ironia	Ironia

Sobre o discurso retórico, as provas éticas não apontam para o auditório da essência a um orador sábio (virtude intelectual) ou prudente (razoabilidade), a esse auditório criticar as vacinas contra a covid-19 não é razoável. O conselho é: a vacina Pfizer é prejudicial a crianças, logo não vacine seu filho. A conclusão do conselho é enfatizada pelo orador em: “E você ainda quer vacinar seus filhos? Sério?” O vício exortado pelo discurso é a imprudência, o excesso de coragem. Para o auditório da essência, o orador discursa sobre trechos de um documento que conhece superficialmente ou que ignora completamente sem primeiro se aprofundar sobre o assunto. O orador não é corajoso por revelar uma informação ao auditório, ele é imprudente por revelar sem o conhecimento adequado. O orador não demonstra disposição ativa nem benevolência, pelo contrário, ele se posiciona de maneira agressiva perante o auditório, o que percebemos no emprego do diminutivo do substantivo “conversa” de forma irônica quando o orador se dirige ao auditório no primeiro período (“não caiam na conversinha”), no uso excessivo de maiúsculas para ênfase, que se assemelham a gritos *online*, na recapitulação irônica (“Ou seja, a própria indústria dizendo que só terá certeza da segurança e das sequelas após CINCO ANOS do início da vacinação”), que culmina em outra ironia (“E você ainda quer vacinar seus filhos? Sério?”).

Nas provas patéticas, a questão do auditório é se a vacina é prejudicial, mais uma vez, o auditório da essência opõem-se ao orador, ele nega a tese do discurso. Com isso, orador e auditório se distanciam, o orador é imprudente, enquanto o auditório da essência é prudente (sábio). É esse auditório que ao se perceber diante de uma falsidade é tomado pela cólera, o também distancia orador e auditório, que se identificam com grupos sociais distintos. Ainda assim, a identidade de cada um deles está entrelaçada porque um só existe em oposição ao outro. Nas provas lógicas, assim como a primeira informação falsa analisada, essa também apresenta um raciocínio lógico construído a partir do tópico da qualidade, isto é, a questão é se a vacina da Pfizer, algo que sabemos existir, é ou não

segura para crianças. Oferecemos dois silogismos possíveis, e semelhantes, para o discurso:

Toda vacina segura precisa de muitos participantes no programa clínico.  
A vacina Pfizer não teve muitos participantes no programa clínico.  
A vacina Pfizer não é uma vacina segura.

Toda vacina segura precisa de estudos de longo prazo no programa clínico.  
A vacina Pfizer não teve estudos de longo prazo no programa clínico.  
A vacina Pfizer não é uma vacina segura.

O raciocínio é um entimema aparente. Tanto para um quanto para outro, a premissa principal, a maior, está implícita, assim como a conclusão. O orador apresenta ao longo do discurso as premissas menores: “onde escreve ‘o número de participantes no presente programa de/ desenvolvimento clínico é muito pequeno para detectar qualquer risco potencial de miocardite associada à vacinação”, ou seja, são necessários muitos participantes em programas clínicos; “A SEGURANÇA A LONGO PRAZO NO GRUPO 5-12 anos SERÁ ESTUDADA EM CINCO ESTUDOS PÓS AUTORIZAÇÃO, incluindo ESTUDOS DE FOLLOW-UP DE CINCO ANOS DE DURAÇÃO Para avaliar/ SEQUELAS DE LONGO PRAZO DE MIOCARDITE/PERICARDITE PÓS-VACINAL””, isto é, são necessários estudos de longo prazo. Sabemos, como o auditório da essência, no entanto, que poucos participantes e estudos de curto prazo são comuns em programas de desenvolvimento clínico de vacinas, conforme verificação da Comprova (2021). Esse é o saber que não é partilhado entre orador e auditório, que os distancia na *doxa*. Consideramos, ainda, o discurso claro e adequado a redes sociais, em especial o formato de *thread* e a marcação de contas no Twitter do mesmo grupo social que o orador, e a figura de linguagem explorada, como já exemplificado, é a ironia.

Para o auditório da aparência, o conselho do orador parece sábio e razoável, se não há dados suficientes, como apontado pela própria Pfizer, é melhor não vacinar as crianças. O orador indica provas que comprovam a veracidade do discurso, como a “cópia do documento elaborado PELA PRÓPRIA EMPRESA”, com a ênfase do autor, e as citações diretas indicadas por aspas, ainda que sejam traduções do material original. Essa transparência do orador reforça a imagem de honestidade e sinceridade do orador. A virtude exortada é a sabedoria, traço que o auditório da aparência acredita compartilhar com o orador. É o que os identifica como pertencentes a um mesmo grupo, oposto a outro, aqueles que são favoráveis à vacinação. Há segurança no auditório que informado do mal que o espreita, sabe exatamente como responder a ele: as crianças não devem ser vacinadas. A disposição ativa do auditório está em compartilhar esse saber, partilhado

com o orador da aparência, mas não há respeito no discurso, pelo contrário. Acreditamos que o auditório se coloca junto ao orador, pertencentes ao mesmo grupo, e juntos usam a ironia para identificar um terceiro, o outro. A ironia, mordaz nas palavras de Cherubim (1973), é contra o inimigo comum.

## 8. Vacina da Pfizer causou 1.223 mortes?

A figura abaixo reproduz o conteúdo verificado pela Comprova em 13 de dezembro de 2021. A postagem foi feita na rede social Twitter pela conta @ThaisConexao. Lê-se no texto: “1 - Juiz ordena a liberação de documentos da Pfizer: muitas mortes e efeitos colaterais foram encobertos! / 2 - O FDA recentemente tentou impor em tribunal q os documentos q deram à picada da Pfizer autorização de emergência para ser injetada em humanos seriam mantidos à 7 chaves por até 55 anos (*sic*). Felizmente, o juiz ordenou a liberação d 500 documentos por mês (de um total de 360.000) (*sic*). / 3 - A 1a série mostra que, com a , a Pfizer mais do que fez jus à sua reputação infame como uma das empresas mais criminosas que o planeta já conheceu (*sic*). Só nos primeiros 3 meses, milhares de efeitos colaterais graves e 1.223 mortes foram ocultados do público (*sic*). / 4 - Já em fevereiro, foi revelado 1.223 mortos - um número absurdamente alto, porque a  havia acabado de começar (*sic*). Em comparação, a  contra a gripe suína foi completamente retirada nos EUA em 2009, depois que “apenas” 25 pessoas morreram. / 5 - Das 42.086 pessoas relatadas com efeitos colaterais moderados a graves entre 1º de dezembro e 28 de fevereiro, 1.223 morreram, ou 1 em 34 - um número assustadoramente alto! / 6 - Além disso, o FDA admite que efeitos colaterais leves não foram registrados. Até o final de fevereiro, 270 gestações c/ abortos espontâneos e partos prematuros. E das 116 mulheres a amamentar, foram registrados 17 casos, 3 dos quais com graves consequências para a saúde do bebê (*sic*). / 7 - Apesar disso, a FDA decidiu a favor da aprovação de emergência para a vacina Pfizer. A Anvisa e EMA e todos os países por

aí. Até quando vamos ver esse genocídio ocorrer? Se eu perder essa minha conta depois dessa thread. Voltarei! 😊”

**Figura 11: Informação falsa 8**

**Thaïs Gar - First, do no harm** @ThaisConexao

🚫 Juiz ordena a liberação de documentos da Pfizer: muitas mortes e efeitos colaterais foram encobertos!

[phmpt.org/wp-content/upl...](https://phmpt.org/wp-content/upl...)

Segue o fio 📖 ⬇️

1/

1:03 PM · 2 de dez de 2021 · Twitter for iPhone

708 Retweets 78 Tweets com comentário 1.557 Curtidas

**Thaïs Gar - First, do no harm** @ThaisConexao · 2 de dez de 2021

Em resposta a @ThaisConexao

2/ O FDA recentemente tentou impor em tribunal q os documentos q deram à picada da Pfizer autorização de emergência para ser injetada em humanos seriam mantidos à 7 chaves por até 55 anos. Felizmente, o juiz ordenou a liberação d 500 documentos por mês (de um total de 360.000).

8 131 528

**Thaïs Gar - First, do no harm** @ThaisConexao · 2 de dez de 2021

3/ A 1a série mostra que, com a 📄, a Pfizer mais do que fez jus à sua reputação infame como uma das empresas mais criminosas que o planeta já conheceu. Só nos primeiros 3 meses, milhares de efeitos colaterais graves e 1.223 mortes foram ocultados do público.

1 125 507

**Thaïs Gar - First, do no harm** @ThaisConexao · 2 de dez de 2021

4/ Já em fevereiro, foi revelado 1.223 mortos - um número absurdamente alto, porque a 📄 havia acabado de começar. Em comparação, a 📄 contra a gripe suína foi completamente retirada nos EUA em 2009, depois que “apenas” 25 pessoas morreram.

BNT162b2  
3.3.4 Cumulative Analysis of Post-authorization Adverse Event Reports

**Figure 1. Total Number of BNT162b2 AEs by System Organ Classes and Event Terminations**

Table 2 shows the most commonly (≥2%) reported MedDRA (v. 23.1) PTs in the overall dataset (through 28 February 2021).

**Table 2. Events Reported in ≥2% Cases**

MedDRA SOC	MedDRA PT	Cumulative Through 28 February 2021 All AEs (N=4286)
Blood and lymphatic system disorders	Lymphadenopathy	1073 (24.7%)
	Lymphadenitis	1008 (23.5%)
Cardiac disorders	Arrhythmia	2152 (50.2%)
	Bradycardia	1034 (23.9%)
General disorders and administration site conditions	Pain	2666 (62.2%)
	Injection site pain	2111 (49.3%)

CONFIDENTIAL  
Page 8  
FDA-CBER-2021-0083-000001

1 126 452

**Thais Gar - First, do no harm** @ThaisConexao · 2 de dez de 2021 ...

5/ Das 42.086 pessoas relatadas com efeitos colaterais moderados a graves entre 1º de dezembro e 28 de fevereiro, 1.223 morreram, ou 1 em 34 - um número assustadoramente alto!

BNT162b2  
5.3.6 Cumulative Analysis of Post-authorization Adverse Event Reports

Table 1 below presents the main characteristics of the overall cases.

**Table 1. General Overview: Selected Characteristics of All Cases Received During the Reporting Interval**

Characteristics	Relevant cases (N=42086)	
Gender:	Female	29914
	Male	9182
	No Data	2990
Age range (years): 0.01 -107 years Mean = 50.9 years n = 34952	≤ 17	175 <sup>a</sup>
	18-30	4953
	31-50	13886
	51-64	7884
	65-74	3098
	≥ 75	5214
Case outcome:	Unknown	6876
	Recovered/Recovering	19582
	Recovered with sequelae	520
	Not recovered at the time of report	11361
	Fatal	1223
Unknown	9400	

<sup>a</sup> in 46 cases reported age was <16-year-old and in 34 cases <12-year-old.

As shown in Figure 1, the System Organ Classes (SOCs) that contained the greatest number (>2%) of events, in the overall dataset, were General disorders and administration site conditions (51,335 AEs), Nervous system disorders (25,957), Musculoskeletal and connective tissue disorders (17,283), Gastrointestinal disorders (14,096), Skin and subcutaneous tissue disorders (8,476), Respiratory, thoracic and mediastinal disorders (8,848), Infections and infestations (4,610), Injury, poisoning and procedural complications (5,500), and Inosinotations (3,603).

3 125 456

**Thais Gar - First, do no harm** @ThaisConexao · 2 de dez de 2021 ...

6/ Além disso, o FDA admite que efeitos colaterais leves não foram registrados. Até o final de fevereiro, 270 gestações c/ abortos espontâneos e partos prematuros. E das 116 mulheres a amamentar, foram registrados 17 casos, 3 dos quais com graves consequências para a saúde do bebê.

2 107 460

**Thais Gar - First, do no harm** @ThaisConexao · 2 de dez de 2021 ...

7/ Apesar disso, a FDA decidiu a favor da aprovação de emergência para a vacina Pfizer. A Anvisa e EMA e todos os países por aí. Até quando vamos ver esse genocídio ocorrer?

Se eu perder essa minha conta depois dessa thread. Voltarei! 😞

8 117 551

O título da checagem da Comprova (2021) é: “Tuítes enganam ao afirmar que vacina da Pfizer causou ‘muitas mortes’”, seguido da descrição do conteúdo verificado: “tuítes afirmam que, após juiz ordenar liberação de documentos da Pfizer, descobriu-se que mortes e efeitos colaterais foram encobertos” (COMPROVA, 2021). A agência classifica o conteúdo como enganoso:

sequência de tuítes engana ao afirmar que houve "muitas mortes e efeitos colaterais" decorrentes da vacina da Pfizer contra a covid-19. Diferentemente do que o conteúdo diz, os casos descritos em documento da farmacêutica não relacionam óbitos, abortos e outros relatos ao imunizante. Além disso, a Organização Mundial da Saúde afirma que “os benefícios das vacinas superam os riscos na redução de hospitalizações e mortes devido à infecção”. (COMPROVA, 2021)

Consideramos o **agente** como oficial porque a @ThaisConexao é identificada como uma jornalista do jornal Conexão Política, *site* que “é alvo de checagens do Comprova desde 2019, também por enganar ao publicar conteúdos negacionistas como o que relacionava o assassinato de um cientista sino-americano ao seu trabalho de pesquisa

com o novo coronavírus” (COMPROVA, 2021). Por conta da sua rede, consideramos o nível de organização variável. Entendemos sua motivação como financeira porque quanto maior o alcance do seu perfil, maior o público das suas notícias jornalísticas. Ainda que a agente não ofereça um *link* ao usuário, o alcance do seu perfil é financeiramente relevante para o *site* em que trabalha. Quanto ao **intérprete**, ele se distribui, em proporção indefinida, entre apoio e oposição, ainda que o apoio provavelmente fosse escasso em dezembro de 2021. A **mensagem** se apresenta no formato de texto e imagem, que reproduz em quadros e gráficos em inglês. Sua durabilidade é de curto prazo e a marca de credibilidade da informação são as imagens apresentadas. O alvo da mensagem é a vacina da Pfizer contra covid-19. A estratégia de falsificação é o conteúdo manipulado.

O discurso relata como fato: (1) um juiz ter liberado documentos da Pfizer, não há comprovação, são os mesmos documentos usados pela sétima informação falsa analisada; (2) a vacina provocou 1.223 mortes, esse é de fato o número de morte entre os 42.086 casos de pessoas vacinas observadas, mas essas mortes não são apontadas como consequência da vacinação/ (3) abortos e partos prematuros como consequência da vacinação, conforme a agência: “o documento [da Pfizer] é claro ao afirmar que, entre essas 116 mães, não houve a ‘ocorrência de quaisquer eventos adversos clínicos’ [...]. O conteúdo verificado também inventa que o documento fala em ‘270 gestações com abortos espontâneos e partos prematuros’” (COMPROVA, 2021).

A última informação falsa, a oitava, assemelha-se com a primeira e a sétima. O alvo de todas é a vacina contra covid-19 da Pfizer. Além disso, elas se referem a documentos oficiais da própria farmacêutica, ainda que a primeira informação falsa não apresente o documento em si, para comprovar a informação reportada. Apresentamos a sua análise a partir do quadro abaixo e de breves comentários.

**Tabela 13: Vacina da Pfizer causou 1.223 mortes?**

<b>Categorias da desordem informacional</b>	
<b>Agente (orador)</b>	
Tipo de agente	Não-oficial
Nível de organização	Baixo
Motivação	Social
Auditório	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrário às vacinas</li> <li>• Favorável às vacinas</li> </ul>
Intenção de enganar o auditório	Baixa
Intenção de prejudicar	Variável
<b>Intérprete (auditório)</b>	
Resposta do auditório à mensagem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceitação do discurso</li> <li>• Oposição ao discurso</li> </ul>

<b>Mensagem (discurso)</b>		
Durabilidade	Curto prazo	
Estratégia de falsificação	Contexto falso	
Marca de credibilidade	Indivíduo (médico)	
Alvo da mensagem	Vacina contra covid-19	
<b>Categorias de análise retórica</b>	<b>Auditório da essência</b>	<b>Auditório da aparência</b>
<b>Provas éticas</b>		
<i>Logos</i> : o discurso demonstra a virtude intelectual do orador?	Não	Sim
<i>Logos</i> : o discurso demonstra a razão prática do orador? É razoável?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : o discurso demonstra a virtude moral do orador, honestidade e sinceridade?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : qual é a virtude exortada no discurso?	Imprudência	Coragem
<i>Pathos</i> : há demonstração de disposição ativa do orador para prestar serviço ao outro?	Não	Sim
<i>Pathos</i> : há demonstração de respeito do orador para o auditório?	Não	Sim
<b>Provas patéticas</b>		
<i>Logos</i> : quais são as perguntas do auditório?	A vacina da Pfizer é prejudicial?	A vacina da Pfizer é prejudicial?
<i>Logos</i> : qual é a resposta do auditório ao discurso?	Não	Sim
<i>Ethos</i> : qual é a identidade (modo de ser) do orador? Quais seus valores?	Imprudência	Sabedoria
<i>Ethos</i> : qual é a identidade (modo de ser) do auditório? Quais seus valores?	Sabedoria	Sabedoria
<i>Pathos</i> : qual é a paixão despertada pelo discurso? Quais são suas circunstâncias?	Cólera	Temor (medo)
<i>Pathos</i> : qual é a relação hierárquica entre orador e auditório (assimétrica, simétrica, igualdade)?	Assimétrica, inferior	Assimétrica, inferior
<b>Provas lógicas</b>		
<i>Logos</i> : a qual tópico retórico pertence a argumentação?	Tópico da consequência	Tópico da qualidade
<i>Logos</i> : qual é o raciocínio lógico da argumentação?	Entimema aparente	Entimema
<i>Ethos</i> : qual é a opinião partilhada entre orador e auditório?	Dissenso	Consenso
<i>Ethos</i> : qual é a posição entre orador e auditório na <i>doxa</i> ?	Distância	Proximidade
<i>Pathos</i> : o discurso apresenta clareza? O estilo do discurso é adequado ao assunto?	Sim	Sim
<i>Pathos</i> : quais são as figuras empregadas no discurso?	Paradoxo	Paradoxo

Para o auditório da essência, as provas éticas empregadas pelo orador não revelam virtude intelectual ou razoabilidade. Em dezembro de 2021, a maioria da população

brasileira estava vacinada, o que torna improvável a prevalência da ideia de que as vacinas provocam efeitos colaterais graves. O orador também não demonstra virtude moral porque o vício exortado é a imprudência. A partir do documento técnico produzido pela Pfizer, o orador amplifica as informações relatadas: “só nos primeiros 3 meses, milhares de efeitos colaterais graves e 1.223 mortes foram ocultados do público”, o documento menciona “520 pessoas recuperadas com sequelas (não ‘milhares’, nem ‘efeitos colaterais graves’)” (COMPROVA, 2021). Há imprudência em compartilhar uma informação sem a compreender completamente. A imprudência do orador não condiz com alguém benevolente. Nas provas patéticas, o questionamento do auditório é o mesmo das informações semelhantes: a vacina da Pfizer é prejudicial? Aqueles que respondem “não”, que se opõem ao discurso, são quem consideramos como auditório da essência. Ele se difere do orador, de um lado o orador é imprudente e do outro o orador, sábio. Cada um deles pertence a um grupo, com identidades também amplificadas pelas redes sociais, o que resulta em um distanciamento entre eles. O discurso desperta cólera no auditório frente a imprudência do orador.

Nas provas lógicas, o discurso apresenta tanto exemplos aparentes quanto entimemas aparentes. Na introdução do discurso, o orador expõe o ineditismo do documento revelado: “Juiz ordena a liberação de documentos da Pfizer: muitas mortes e efeitos colaterais foram encobertos!”. Não é só uma informação recente, como uma que as agências oficiais, como o FDA, lutaram para manter escondida: “O FDA recentemente tentou impor em tribunal q os documentos q deram à picada da Pfizer autorização de emergência para ser injetada em humanos seriam mantidos à 7 chaves por até 55 anos”/” Felizmente, o juiz ordenou a liberação d 500 documentos por mês (de um total de 360.000)”. Nos três primeiros tuítes, o discurso reforça o ineditismo e a qualidade da informação, é o que consideramos um furo jornalístico (aparente). O orador apresenta os exemplos aparentes que confirmam como a vacina da Pfizer é prejudicial: o alto número de mortes, os milhares de efeitos colaterais relatados, e as centenas de abortos espontâneos provocados. Cada uma dessas informações é um exemplo de uma consequência nefasta da vacinação, o que confirma a posição do orador e do auditório em se opor a ela. Dos exemplos, construímos o silogismo aparente a seguir:

Todo genocídio provoca muitas mortes.  
A vacina Pfizer provocou muitas mortes.  
A vacina Pfizer provocou um genocídio.

O raciocínio é um entimema aparente. A premissa principal, a maior, que reflete o acordo compartilhado entre orador e auditório, apresenta a definição de “genocídio”. O auditório da essência pode concordar com essa definição, mas discorda da premissa menor, que a Pfizer tenha provocado um genocídio. De qualquer forma, é um entimema porque o silogismo não está completo no discurso. A eficácia do discurso para o auditório da essência é o dissenso, é o cultivo dessa distância. Esse auditório é o inimigo do orador, é também parte da definição da identidade desse mesmo orador. A figura de linguagem é, novamente, o paradoxo. O discurso pretende estabelecer um novo acordo, uma nova opinião, sobre um tema em discussão: a vacinação contra a covid-19.

Para o auditório da aparência, as provas éticas empregadas pelo orador revelam virtude intelectual e moral. O orador, ao se deparar com uma nova informação, fornecida pela justiça dos Estados Unidos (“Juiz ordena a liberação de documentos da Pfizer”), é capaz de transmitir suas principais revelações ao auditório, o que demonstra sua prestação de serviço e benevolência. A identificação entre auditório e orador está em compartilharem a mesma virtude, a coragem (“Se eu perder essa minha conta depois dessa *thread*. Voltarei!”), por revelarem, em oposição à opinião pública, os efeitos colaterais da vacinação. Quando o auditório da aparência interage com a informação falsa, entendemos que ele se confunde com o orador, toma o discurso como uma produção própria, por isso faz uma das ações oferecidas: curtir, compartilhar ou comentar. A resposta do auditório da aparência à questão de qualidade proposta pelo discurso é afirmativa: sim, a vacina da Pfizer é prejudicial. O discurso justifica essa resposta a partir de provas traduzidas dos documentos: “só nos primeiros 3 meses, milhares de efeitos colaterais graves e 1.223 mortes foram ocultados do público”, “Já em fevereiro, foi revelado 1.223 mortos - um número absurdamente alto, porque a 📌 havia acabado de começar”, “das 42.086 pessoas relatadas com efeitos colaterais moderados a graves entre 1º de dezembro e 28 de fevereiro, 1.223 morreram, ou 1 em 34” e “até o final de fevereiro, 270 gestações c/ abortos espontâneos e partos prematuros. E das 116 mulheres a amamentar, foram registados 17 casos, 3 dos quais com graves consequências para a saúde do bebê”. A paixão despertada no auditório é uma emoção suave, que apela à virtude moral, a segurança (confiança). Há uma relação simétrica entre orador e auditório que desperta essa confiança, marcada pelo *emoji* final da mensagem, por saberem a resposta a um problema que se impõe (“A Anvisa e EMA e todos os países por aí. Até quando vamos ver esse genocídio ocorrer?”).

Nas provas lógicas, o discurso apresenta para o auditório da aparência exemplos e entimemas. O raciocínio construído pelo discurso é que cada exemplo de efeito colateral provocado pela vacina da Pfizer reforça a tese de que, em breve, essa vacina provocará um genocídio. Orador e auditório da aparência estão em consenso, posicionados próximos em defesa de uma mesma opinião. O discurso reforça essa identificação ao se referir à vacina da Pfizer como “picada da Pfizer” ou com um *emoji*, e desperta o temor do auditório ao amplificar o apelo a essa paixão com o uso de exclamações (“muitas mortes e efeitos colaterais foram encobertos!”, “um número assustadoramente alto!”) e de modificadores negativos (“reputação **infame**”, “uma das empresas [Pfizer] mais **criminosas**”, “efeitos colaterais **graves**”, “um número **absurdamente** alto”, “um número **assustadoramente** alto!”, “**graves** consequências”). Orador e auditório da essência acreditam em um paradoxo, na ideia de que os efeitos colaterais são tão graves que é preferível não se vacinar.

## CONCLUSÃO

A Retórica não se manteve a mesma ao longo da sua história. Há vinte e cinco séculos, ela se dedicava aos discursos proferidos oralmente no campo da justiça, da política e do elogio. Hoje a compreendemos como parte da ciência dedicada à observação da língua, ainda que seu foco seja a língua em uso, a fala, ou, ainda, o discurso, e o estudo sobre a construção da argumentatividade. Para Fiorin (2014), é a linguística do discurso que herda a Retórica, na forma de uma “competência retórica inconsciente à maneira da competência linguística postulada por Chomsky” (FIORIN, 2014, p. 16). Com isso, a Retórica passa a ser uma ferramenta de análise não só para discursos orais, mas também para todo e qualquer discurso produzido por um orador. Todo discurso é retórico, nessa perspectiva, porque a intenção de um orador é agir sobre seu auditório.

A informação falsa é também retórica. Entendemos que o discurso mentiroso, ou ainda o discurso sofista, pertence a Retórica tal qual o discurso do mais nobre dos homens. Isso porque se o orador tem intenção de agir sobre o auditório, e para isso contrói um discurso com provas ficcionais, esse discurso não é menos retórico do que o do político na tribuna do Congresso Nacional. A Sofística pertence à Retórica, por isso é possível analisar o discurso mentiroso a partir das ferramentas retóricas, se considerarmos as contribuições sofísticas. Concordamos com Cassin (2005), que contrapõe a retórica aristotélica, com base nos tópicos (“retórica do *topos*”), à retórica sofística, com base no tempo (“retórica do *kairos*”). O momento em que a informação falsa passa a existir é mais relevante do que os tópicos postulados por Aristóteles (*Ret.*), isso justamente porque a informação é falsa. A refutação dessa informação está em apontar a falsidade, não há um problema na construção do raciocínio do discurso em si, mas nas premissas. A informação falsa analisada partiu de premissas manipuladas ou baseadas em contextos falsos. O discurso, no entanto, apresenta entimemas ou exemplos.

As premissas entre orador e auditório são geradas a partir de acordos entre eles. A informação falsa, quando compreendida como verdadeira, é possível apenas pelo *kairos*, isto é, o momento oportuno em que o discurso passa a existir. Nós analisamos oito informações falsas publicadas em 2021, em 12 de janeiro, em 3 de fevereiro, em 27 de maio, em 15 de junho, em 22 de setembro, em 29 de setembro, em 9 de novembro e em 13 de dezembro. As quatro primeiras foram publicadas durante os seis primeiros meses de vacinação. Com base o calendário de vacinação do Governo do Estado de São Paulo

(2022), até o final de junho de 2021, a vacina foi disponibilizada para trabalhadores de saúde, indígenas, quilombolas, trabalhadores de segurança pública e educação, portadores de comorbidades, trabalhadores de transporte, população grávida ou puérpera, pessoas com deficiência permanente, população acima de 40 anos. A primeira informação falsa associava a vacina contra covid-19 da Pfizer com alterações genéticas, e as outras três apontavam um efeito colateral (duas mortes e um mal súbito) da vacinação em uma personalidade. Ainda conforme o calendário de vacinação do Governo do Estado de São Paulo (2022), até o final de agosto, a população acima de 15 anos estava vacinada com ao menos uma dose. As duas informações falsas publicadas em setembro eram sobre a morte de jovens, com 16 e 22 anos, o público-alvo da campanha de vacinação nesse mês era a população entre 12 e 14 anos. A informação falsa publicada em novembro alerta sobre efeitos colaterais na vacinação de crianças, a partir de 5 anos, público vacinado a partir de janeiro de 2022. A última informação falsa, publicada em dezembro, prega aos convertidos ao apresentar um discurso conspiratório.

A partir da análise do *corpus*, então, confirmamos a nossa primeira hipótese: há uma conexão entre a informação falsa e o *kairos*. Percebemos como as informações falsas sobre os efeitos colaterais das vacinas acompanham o seu tempo. No início de 2021, a primeira informação falsa questiona as vacinas contra a covid-19, especificamente a da farmacêutica Pfizer, mas a vacinação não era ainda uma realidade. Da segunda a sétima, a argumentação dos efeitos colaterais acompanham os grupos da campanha de vacinação no Brasil. Cada uma delas passa a existir no momento oportuno para movimentar as redes sociais. A segunda informação falsa, por exemplo, é publicada no *kairos* da morte de Hank Aaron, 86 anos, justamente no final de janeiro, quando a vacinação dos grupos prioritários começa no Brasil. Em maio e em junho, as informações falsas analisadas são sobre adultos e, em setembro, sobre jovens e adolescentes. No final de 2021, quando a vacinação em crianças começou a ser discutida, a informação falsa analisada aborda justamente essa faixa etária.

A informação falsa existe porque se contrapõe a *doxa*, por isso a importância do momento da publicação para a compreensão do efeito dessa informação no auditório. Para as informações analisadas pela agência Comprova com nome e sobrenome para referência, podemos verificar se existiu um pico de buscas no Google confirmando o interesse despertado dessas informações no auditório. O Google Trends registra um pico na busca por “Hank Aaron” no Brasil entre 7 a 13 de fevereiro de 2021, a verificação da informação falsa sobre ele foi publicada em 12 de janeiro pela Comprova; entre 16 e 22

de maio, há um pico de busca por “Vivekh”, o nome do suposto embaixador da saúde indiano da informação falsa verificada em 27 de maio; de 1 a 2 de junho, todos os estados brasileiros registram uma busca atípica por “Eriksen”, da informação falsa verificada em 15 de junho; entre 12 a 18 de setembro, registrou-se a maior popularidade para a busca de “Samuel Pimentel de Oliveira”, o jovem da informação falsa verificada em 29 de setembro de 2021. Há, portanto, uma conexão entre a informação falsa e o seu tempo, podemos supor um pico de interesse acerca do tema quando ela passa a existir, seguido pelo desinteresse.

A informação falsa só existe nas mídias sociais, um eco dessa comunicação certamente infecta as conversas cotidianas, mas a própria existência do universo da desordem informativa depende do funcionamento das redes sociais. O ambiente digital propicia um fluxo constante de informações, seja de fontes confiáveis ou não, o que possibilita a existência da informação falsa. Conforme Wardle e Deraksham (2017), há uma poluição informacional em escala global hospedada em plataformas digitais. Compreendemos a desordem informacional como concorrente da informação que é produto do jornalismo. A partir de Gelfert (2018), a informação falsa é uma alegação publicada ao mesmo tempo em que o trabalho jornalístico relata assuntos correlatos, como o avanço da vacinação na população brasileira e a aprovação pela Anvisa da vacinação contra covid-19 em adolescentes e em crianças. A informação falsa é apresentada como um acontecimento, um evento, um fato, o que inaugura um novo acordo entre orador e auditório. Esse acordo é selado quando o discurso passa a existir porque ele se contrapõe ao relato jornalístico. Em setembro de 2021, o Ministério da Saúde recomendou a vacinação de adolescentes de 12 a 17 anos, em dezembro, a Anvisa aprova o uso das vacinas em crianças de cinco a onze anos; o relato jornalístico, o debate público, reflete-se na informação falsa.

Entendemos, ainda a partir de Gelfert (2018), que a diferença entre a informação falsa e o boato, ou a mentira, está no funcionamento das redes sociais. Para o autor, essas redes partem de vieses cognitivos humanos – como o viés de confirmação, o efeito de repetição, o efeito de predisposição e a excitação emocional – para personalizar o conteúdo do usuário. Sabemos que elas avaliam as chances de o usuário interagir com as publicações antes de organizá-las no *feed*. As redes sociais buscam oferecer conteúdo que provoca a reação do usuário, que pode curtir, compartilhar ou comentar cada publicação. Quanto maior a frequência de interação do usuário, mais tempo ele passa *online* nessa rede. Retomamos o pensamento de Wardle e Deraksham (2017), para quem a nossa

interação com outros nas redes corresponde a uma função social, ela sinaliza a qual grupo pertencemos, qual é a nossa identidade, e o que reconhecemos como importante. À disposição dos algoritmos também estão os nossos desejos e as nossas crenças, que podem ser afinadas até que a nossa satisfação nas redes se centre em uma bolsa de interações. Isso significa que, para certos usuários, as redes sociais oferecem um mundo ficcional, criado unicamente de discursos, em que as vacinas contra covid-19 têm uma alta taxa de mortalidade e as crianças vacinadas desenvolvem miocardite. As bolhas, os filtros, as câmaras de eco, a personalização do conteúdo empregada como mecanismo de funcionamento das redes sociais permite uma segmentação de discurso capaz de rivalizar com a realidade. É o que explica a última informação falsa analisada, mais próxima da teoria de conspiração do que do relato jornalístico.

A reação do auditório nas redes sociais não significa que ele apoie a tese do orador. É possível se opor a um discurso quando o usuário comenta uma publicação, por exemplo, ou ainda compartilhar essa publicação precedida por uma crítica. Isso significa que a informação falsa não tem apenas o público convertido, preso em uma câmara de eco, a manifestação de quem se opõe a informação falsa amplia o alcance e, portanto, a renda da publicação igualmente. Conforme Allcott e Gentzkow (2017), a produção de informação falsa possibilita lucro a curto prazo com base na receita publicitária, uma vez que o investimento inicial para produzir esse tipo de informação é baixo se comparado a um veículo de imprensa profissional. Com as redes, produzir informação falsa tornou-se mais fácil, mais barato e mais lucrativo. Quem produz informação falsa a projeta para dois auditórios, o que concorda com a tese do orador e o que se opõe a ela. Os dois são responsáveis pelas interações em rede do discurso, isto é, pela sua eficácia.

Com isso, percebemos que a informação falsa contraria o princípio retórico do consenso, ela busca o dissenso, conforme proposto por Amossy (2014). A informação falsa é a opinião contrária, e é essa divergência que identifica o orador e o auditório como pertencentes a um mesmo grupo. Esses dois precisam de um terceiro, pertencente ao outro grupo, para reforçar a sua identidade, por isso a informação falsa depende do orador, do auditório e do outro. Orador e auditório da informação falsa se reconhecem pela oposição a esse outro, ao inimigo. É por isso que, nas análises, identificamos esses três como o orador, o auditório da essência, que percebe a falsidade do discurso, e o auditório da aparência, que percebendo ou não a falsidade se identifica com o orador como membros do mesmo grupo social. Pelos agentes da nossa análise, podemos identificar esses agentes como contrários à vacinação, conforme a nossa amostra, eles pertencentes a um grupo

político compreendido como bolsonarista, isto é, apoiadores do presidente Jair Bolsonaro. Alguns deles integram veículos de comunicação, outros são próximos a deputados federais do mesmo grupo ou são candidatos a cargos políticos defendendo pautas semelhantes. São indivíduos que se identificam a partir das mesmas opiniões e crenças, no caso da nossa análise, a oposição à vacinação contra a covid-19.

A nossa segunda hipótese, assim, também se confirmou: o funcionamento das redes sociais altera a argumentação da informação falsa. Para o auditório de essência, isto é, contrário ao conselho do orador da informação falsa, o apelo emocional do discurso, as provas patéticas, foram o destaque; enquanto que para o auditório da aparência, favorável ao orador, o apelo moral do discurso, as provas éticas, foram mais relevantes. A identificação entre orador e auditório da aparência parece-nos crucial para a interação desse auditório com o discurso nas redes sociais. É a identificação, o fato de orador e auditório pertencerem ao mesmo grupo, que persuade esse auditório. O auditório da essência também apela às provas morais, nesse caso é ele o honesto, sincero e justo, ao contrário do orador; mas são as provas patéticas, as emoções, que o impulsionam a se opor ao discurso. As paixões do auditório da essência são mais fortes, se considerarmos Quintiliano (2015), do que as do auditório da aparência.

Cada informação falsa selecionada para compor o *corpus* foi analisada com base em dois critérios. Primeiro pelas categorias da desordem informacional (WARDLE), o que nos possibilitou de fato classificar cada texto como uma informação falsa, integrante da desordem informacional. Depois pelas categorias retóricas, elaboradas a partir da fundamentação teórica fornecida pela Retórica. Observamos cada uma das provas retóricas a partir de uma das três dimensões elencadas por Galinari (2014), do *ethos*, do *pathos* e do *logos*. Conforme o autor, tomamos cada uma dessas dimensões como um ângulo para a análise das provas retóricas. Observamos, assim, nas **provas éticas**: (1) a dimensão do *logos*: demonstração de virtude intelectual (prudência e sabedoria) e razão prática do conselho do orador; (2) a dimensão do *ethos*: demonstração de virtude moral do orador, identificação da virtude (ou vício) do orador; (3) a dimensão do *pathos*: demonstração de solidariedade e benevolência do orador; nas **provas patéticas**: (1) a dimensão do *logos*: quais perguntas são despertadas no auditório e quais são suas respostas; (2) a dimensão do *ethos*: a identidade do orador e do auditório e os seus valores; (3) a dimensão do *pathos*: a paixão despertada no auditório pelo discurso e a distância entre orador e auditório; nas **provas lógicas**: (1) a dimensão do *logos*: o tópico e os raciocínios retóricos; (2) a dimensão do *ethos*: os saberes partilhados entre orador e

auditório e o posicionamento de cada um na *doxa*; (3) a dimensão do *pathos*: a adequação do estilo do discurso, sua clareza, e as figuras de linguagem empregadas. Com base nessas categorias, apresentamos uma tabela com as conexões entre as provas retóricas.

**Tabela 14: Conexões entre as provas retóricas**

<i>Logos</i>	<i>Ethos</i>	<i>Pathos</i>	
Prudência	Virtude	Benevolência	Orador
Questões e respostas	Modos de ser	Paixões	Auditório
Raciocínio	Tese	Estilo	Discurso

Nas provas que correspondem ao orador, as éticas, observamos que a prudência, a virtude e a benevolência não foram características se o discurso for analisado a partir da visão do auditório da essência. Apenas na quarta informação falsa há demonstração de virtude intelectual porque consideramos possível uma dúvida verdadeira quanto a causa do mal súbito do jogador de futebol dado o curto intervalo entre o evento e a publicação. A insensibilidade e a imprudência foram os vícios exortados pelo discurso. Para o auditório da aparência, a imagem do orador era de prudência, virtude e benevolência e as virtudes exortadas: a coragem, a sabedoria e a indignação justa. Nas provas do auditório, as patéticas, as perguntas das informações analisadas foram mais genéricas – A vacina contra a covid-19 é prejudicial? – ou mais particular – A vacina da Pfizer contra a covid-19 é prejudicial? Entendemos que a separação dos auditórios está na resposta: a oposição para o auditório da essência e a aceitação para o da aparência.

Se o auditório se identifica com o orador, ambos compartilham os mesmos valores e cultivam as mesmas virtudes. Se não, os valores e as virtudes se opõem. Na visão do auditório da essência, o orador foi marcado por vícios como a imprudência e a insensibilidade, enquanto o auditório demonstrava sabedoria, indignação e coragem. A oposição entre um e outro, marcada por um distanciamento, evocada a cólera ou a indignação no auditório da essência. Já o auditório da aparência se identifica com o orador, que juntos pressupõem um outro como terceiro. Com esse outro, orador e auditório contrastam valores e virtudes, mas entre si eles as compartilham. A sabedoria, a indignação justa e a coragem uniram orador e auditório da aparência. Para esse auditório, as paixões despertadas foram a cólera, o medo, a indignação e a segurança.

Por fim, nas provas lógicas, percebemos que o exemplo foi mais empregado pelos oradores que o silogismo e os tópicos para os argumentos foram da qualidade e da consequência, tanto para um auditório quanto para o outro. O erro do raciocínio do

discurso, o que indica a falsidade, estavam no estabelecimento das premissas entre orador e auditório, isto é, nos acordos prévios, e não necessariamente na construção lógica dos silogismos. Com isso, se orador e auditório partilham desse acordo, a eficácia do discurso está na busca pelo consenso, se não partilham, a eficácia está no dissenso. No primeiro caso, orador e auditório defendem a mesma opinião, por isso se aproximam, no debate público. No segundo, orador e auditório se opõem, se distanciam. Quanto às figuras de linguagem, observamos o paradoxo, a ironia e a metáfora, mas seria preciso um estudo dedicado a elas para uma melhor compreensão da manifestação dessas figuras na informação falsa.

## REFERÊNCIAS

- ALEXANDRE JR., M. Introdução. In: \_\_\_\_\_ **Retórica**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012. p. XIII-LXXI.
- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. Spring 2017, p. 211-236, 2017.
- AMOSSY, R. How to do things with doxa: toward an analysis of argumentation in discourse. **Poetics Today**, Tel Aviv, v. 23, n. 3, p. 465-487, Fall 2002.
- AMOSSY, R. **Apologia da polêmica**. São Paulo: Contexto, 2014.
- AMOSSY, R. O ethos na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, R. **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2018. p. 119-144.
- ARISTÓTELES. **Metafísica**. 2. ed. ed. São Paulo: Edipro, 2012.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução de Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena Manuel Alexandre Júnior. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.
- ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Tradução de Luciano Ferreira de Souza. São Paulo: Martin Claret, 2015.
- ARISTÓTELES. **Órganon: Categorias, Da interpretação, Analíticos anteriores, Analíticos posteriores, Tópicos, Refutações sofísticas**. 3ª. ed. São Paulo: Edipro, 2016.
- BARCELOS, T. N. et al. Análise de fake news veiculadas durante a pandemia de COVID-19 no Brasil. **Panam Salud Publica**, p. 45-65, 2021.
- BAZZOLA, R. B. Prefácio. In: FIGUEIREDO, M. F.; FERREIRA, F. A. **Retórica e multimodalidade**. Franca: Unifran, 2018. p. 10-12.
- BEZERRA, J.; MAGNO, M.; MAIA, C. Desinformação, antivacina e políticas de morte: o mito (d)e virar jacaré! **Mídia e Cotidiano**, v. 15, n. 3, p. 6-23, 2021.
- BONA, C.; RIBEIRO, P. Sobre a produtividade e a semântica do prefixo des- no português brasileiro atual. **D.E.L.T.A.**, n. 34.2, p. 611-634, 2018.
- BUCCI, E. O jornalismo ordenador. In: \_\_\_\_\_ **Poder no jornalismo**. São Paulo: Edusp, 2003. p. 9-13.
- CASSIN, B. **O efeito sofístico**. 1ª. ed. São Paulo: Ed. 34, 2005.
- CHERUBIM, S. **Dicionário de figuras de linguagem**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1973.

COMPROVA. É falso que jogador dinamarquês tenha se vacinado antes de sofrer mal súbito. **Comprova**, 2021. Disponível em:

<<https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/e-falso-que-jogador-dinamarques-tenha-se-vacinado-antes-de-sofrer-mal-subito/>>. Acesso em: 19 jul 2022.

COMPROVA. É falso que morte de jovem no Rio Grande do Sul esteja associada à vacina contra covid. **Comprova**, 2021. Disponível em:

<<https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/e-falso-que-morte-de-jovem-no-rio-grande-do-sul-esteja-associada-a-vacina-contracovid/>>. Acesso em: 21 jul 2022.

COMPROVA. Jogador de beisebol dos EUA, Hank Aaron morreu de causas naturais e não por conta da vacina. **Comprova**, 2021. Disponível em:

<<https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/jogador-de-beisebol-dos-eua-hank-aaron-morreu-de-causas-naturais-e-nao-por-conta-da-vacina/>>. Acesso em: 16 jul 2022.

COMPROVA. Médico descontextualiza manual da Pfizer para sugerir alterações genéticas pela vacina. **Comprova**, 2021. Disponível em:

<<https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/medico-descontextualiza-manual-da-pfizer-para-sugerir-alteracoes-geneticas-pela-vacina/>>. Acesso em: 12 jul. 2022.

COMPROVA. Morte de adolescente não tem relação causal com vacina da Pfizer, ao contrário do que sugere tuíte. **Comprova**, 2021. Disponível em:

<<https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/morte-de-adolescente-nao-tem-relacao-causal-com-vacina-da-pfizer-ao-contrario-do-que-sugere-tuite/>>. Acesso em: 19 jul 2022.

COMPROVA. Não há evidências de que morte de ator indiano esteja associada à vacina. **Comprova**, 2021. Disponível em:

<<https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/nao-ha-evidencias-de-que-morte-de-ator-indiano-esteja-associada-a-vacina/>>. Acesso em: 18 jul 2022.

COMPROVA. Segurança de vacina da Pfizer para crianças foi atestada pelo CDC; monitoramento de longo prazo é padrão. **Comprova**, 2021. Disponível em:

<<https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/seguranca-de-vacina-da-pfizer-para-criancas-foi-atestada-pelo-cdc-monitoramento-de-longo-prazo-e-padrao/>>. Acesso em: 22 jul 2022.

COMPROVA. Tuítes enganam ao afirmar que vacina da Pfizer causou ‘muitas mortes’.

**Comprova**, 2021. Disponível em:

<<https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/tuites-enganam-ao-afirmar-que-vacina-da-pfizer-causou-muitas-mortes/>>. Acesso em: 23 jul 2022.

COMPROVA. Projeto Comprova, s/d. Disponível em:

<<https://projeto comprova.com.br/about/>>. Acesso em: 02 abril 2022.

DANG, S. Folha.com, 2021. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/10/twitter-frustra-previsoes-de-crescimento-de-usuarios.shtml>>. Acesso em: 23 janeiro 2022.

DATASENADO, I. D. P. **Redes sociais, notícias falsas e privacidade de dados na internet**. Brasília. 2019.

DESCONHECIDO. **Retórica a Herênio**. Tradução de Ana Paula Celestino Farias e Adriana Seabra. São Paulo: Hedra, 2005.

ECO, U. **A estrutura do ausente**. 3ª. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.

EGGS, E. Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna. In: AMOSSY, R.

**Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2018. p. 29-56.

FACEBOOK. Facebook.com, 2021. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/business/news/let-me-explain-video-series-how-does-news-feed-work#>>. Acesso em: 9 setembro 2021.

FERRARI, P. **Como sair das bolhas**. São Paulo/Fortaleza: Educ/Armazém de Cultura, 2018.

FERREIRA, L. A. A retórica dos vigilantes: autorias online. **EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, abril 2019. 74-89.

FIGUEIREDO, M. F.; SANTOS JR, V. F. Uma incursão ao pathos: o método aristotélico de descrição das paixões e a relação hierárquica delas emanada. In:

FERREIRA, L. A. **Inteligência retórica: o pathos**. São Paulo: Blucher, 2020. p. 65-88.

FIORIN, J. L. **Figuras de retórica**. São Paulo: Contexto, 2014.

FIORIN, J. L. **Argumentação**. 1ª. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

FRANCE PRESS. G1, 2021. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/04/29/twitter-tem-baixo-crescimento-no-numero-de-usuarios-no-1o-trimestre-de-2021.ghtml>>. Acesso em: 06 ago 2021.

GALHARDI, C. P.; FREIRE, N. P.; MINAYO, M. C. S. . F. M. C. M. Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia de Covid-19 no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, 25 (Supl. 2), 2020. 4201-4210.

GALINARI, M. M. Logos, ethos e pathos: "três lados" da mesma moeda. **Alfa**, v. 58, n. 2, p. 257-285, 2014.

GELFERT, A. Fake News: A Definition. **Informal Logic**, v. 38, n. 1, p. 84-117, 2018.

GOMES, F. S.; LOPES, M. A. P. T. Infodemia e construção sógnica- movimentos responsivos sob a retórica da pós-verdade. **SCRIPTA**, v. 25, n. 54, p. 158-189, 2021.

GOMES, W. S.; DOURADO, T. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 33-45, jul a dez 2019.

GONÇALVES-SEGUNDO, P. R. Fake news, desordem informacional e pânico moral: explorando estratégias discursivas. **Cadernos de Linguística**, v. 1, n. 4, p. 1-26, 2020.

GÓRGIAS. Elogio de Helena. In: \_\_\_\_\_ **O efeito sofístico**. São Paulo: Ed. 34, 2005. p. 293-302.

GÓRGIAS. O tratado do não-ser. In: CASSIN, B. **O efeito sofístico**. São Paulo: Editora 34, 2005. p. 269-291.

GORZIZA, A. Revista Piauí, 2021. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/quase-metade-dos-brasileiros-acredita-em-boatos-sobre-vacinas/>>. Acesso em: 13 ago 2021.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. Cronograma de vacinação. **Vacina Já**, 2022. Disponível em: <<https://www.vacinaja.sp.gov.br/>>. Acesso em: 24 jul 2022.

HALLAL, P. SOS Brazil: science under attack. **Lancet**, v. 397, p. 373-374, jan. 2021.

INSTITUTO BUTANTAN. Retrospectiva 2021: segundo ano da pandemia é marcado pelo avanço da vacinação contra Covid-19 no Brasil. **Site do Instituto Butantan**, 2021. Disponível em: <<https://butantan.gov.br/noticias/retrospectiva-2021-segundo-ano-da-pandemia-e-marcado-pelo-avanco-da-vacinacao-contracovid-19-no-brasil>>. Acesso em: 12 jul. 2022.

INTERVOZES. **Desinformação**: ameaça ao direto À comunicação muito além das fake news. São Paulo: Intervezes - Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2019.

JOSEPH, M. **O Trivium**: as artes liberais da lógica, gramática e retórica: entendendo a natureza e a função da linguagem. Tradução de Henrique Paul Dmyterko. São Paulo: É Realizações, 2008.

KERFERD, G. B. **O movimento sofistas**. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

- MACÁRIO, C. Lupa - Agência Lupa, 2021. Disponível em:  
<<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2021/03/24/verificamos-pessoas-vacinadas-morrerao-tres-meses/>>. Acesso em: 01 julho 2021.
- MACÁRIO, C. Pelo segundo ano consecutivo, Covid-19 é o tema mais frequente de conteúdos falsos nas redes. **Lupa**, 2021. Disponível em:  
<<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2021/12/27/covid-19-principal-assunto-desinformacao-2021>>. Acesso em: 12 jul. 2022.
- MACIEL, E. et al. A campanha de vacinação contra o SARS-CoV-2 no Brasil e a invisibilidade das evidências científicas. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, p. 951-956, jan. 2022. ISSN DOI: 10.1590/1413-81232022273.21822021.
- MAGALHÃES, A. L. Inteligência retórica: o logos. In: FERREIRA, L. A. **Inteligência retórica: o logos**. São Paulo: Blucher, 2021. p. 47-67.
- MARÉS, C. Agência Lupa, 2020. Disponível em:  
<<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/03/23/verificamos-vacina-coronavirus-roche/>>. Acesso em: 12 agosto 2021.
- MATEUS, S. **Introdução à Retórica no séc. XXI**. Covilhã: Editora LabCom.IFP, 2018.
- MCINTYRE, L. C. **Post-Truth**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2018.
- MELO, U. M. B. F. **Feita sob medida: a estrutura de uma notícia falsa e seu papel no convencimento do eleitor**. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, p. 104. 2022.
- MEYER, M. Prefácio: Aristóteles ou a retórica das paixões. In: \_\_\_\_\_ **Retórica das paixões**. São Paulo: Martins Fontes, 2000. p. XVII-LI.
- MEYER, M. **A retórica**. 1ª. ed. São Paulo: Ática, 2007.
- MEYER, M. **What is Rhetoric**. Oxford: Oxford University Press, 2017.
- MEYER, M. **Questões de Retórica: linguagem, razão e sedução**. Lisboa: Edições 70, 2018.
- MORTARI, C. A. **Introdução à lógica**. 2ª. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2016.
- NOMURA, B. Lupa - Agência Lupa, 2021. Disponível em:  
<<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2021/06/21/verificamos-vacina-toxina-infertilidade/>>. Acesso em: 01 julho 2021.
- O'CONNOR, C.; WEATHERALL, J. O. **The Misinformation Age: how false beliefs spread**. New Haven & London: Yale University Press, 2019.

O'NEIL, C. **Algoritmos de destruição em massa:** como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. 1. ed. ed. Santo André, SP: Rua do Sabão, 2020.

OTAVIO, C.; TARDÁGUILA, C. **Você Foi Enganado mentiras, exageros e contradições dos últimos presidentes do Brasil.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

PARISER, E. Tenha cuidado com os "filtro-bolhas" online. **Ted**, 2011. Disponível em: <[https://www.ted.com/talks/eli\\_pariser\\_beware\\_online\\_filter\\_bubbles/transcript?language=pt-br](https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles/transcript?language=pt-br)>. Acesso em: 20 de mai. 2019>. Acesso em: 20 maio 2019.

PARISER, E. **O filtro invisível:** o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

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

PINHO, A. Adesão à vacina chega a 94% e atinge recorde no Brasil. **Folha de S.Paulo**, 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2021/07/adesao-a-vacina-chega-a-94-e-atinge-recorde-no-brasil.shtml>>. Acesso em: 20 jul 2022.

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

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

PLATÃO. **Diálogos III - Socráticos.** 2ª. ed. São Paulo: Edipro, 2015.

PLATÃO. **Diálogos II:** Górgias (ou da Retórica), Eutidemo (ou Da Disputa), Hípias Maior (ou Do Belo), Hípias Menor (ou Do falso). 2. ed. ed. São Paulo: Edipro, 2016.

PRADO, M. Inteligência artificial e algoritmos de enganação. In: SANTAELLA, L. **Inteligência artificial & redes sociais.** São Paulo: EDUC, 2019. Cap. 4, p. 57-72.

PUNTES, F. R. A téchne em Aristóteles. **Hypnoe**, v. 3, n. 4º, p. 129-135, 1998.

QUEIROZ, G. Lupa - Agência Lupa, 2021. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2021/05/11/verificamos-pfizer-microsoft/>>. Acesso em: 01 julho 2021.

QUINTILIANO. **Instituição oratória.** Campinas, SP: Editora da Unicamp, v. Tomo II, 2015.

QUINTILIANO, M. F. **Instituição oratória.** Tradução de Bruno Fregni Bassetto. Campinas: Editora Unicamp, v. Tomo I, 2015.

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

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

RITCHIE, H. et al. Coronavirus Pandemic (COVID-19). **Our World in Data**, 2020. Disponível em: <<https://ourworldindata.org/coronavirus>>. Acesso em: 24 jul 2022.

SALGADO, M. D. M. Inteligência artificial: bolhas e polarização nas redes sociais. In: SANTAELLA, L. **Inteligência artificial & redes sociais**. São Paulo: EDUC, 2019. Cap. 2, p. 27-42.

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

SANTAELLA, L. A onipresença invisível da inteligência artificial. In: SANTAELLA, L. **Inteligência artificial & redes sociais**. São Paulo: EDUC, 2019. Cap. 1, p. 11-26.

SANTAELLA, L. A semiótica das fake news. **Verbum**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 9-25, set. 2020. ISSN 2316-3267.

SILVEIRA, S. A. D. A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. In: SOUZA, J.; AVELINO, R.; SILVEIRA, S. A. D. **A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes digitais**. São Paulo: Hedra, 2018. p. 31-46.

SILVERMAN, C.; ALEXANDER, L. BuzzFeed News, 2016. Disponível em: <<https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo#.we7xMI9Y6>>. Acesso em: 08 jan. 2022.

TANDOC, E.; LIM, Z.; LING, R. Defining "fake news": a typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2018.

TRINGALI, D. **A retórica antiga e as outras retóricas: a retórica como crítica literária**. 1ª. ed. São Paulo: Musa Editora, 2014.

VEJA. Brasil completa setembro com 72% da população com ao menos 1 dose. **Veja**, 2021. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/saude/brasil-completa-setembro-com-72-da-populacao-com-ao-menos-1-dose/>>. Acesso em: jul 20 2022.

VIDAL, G. R. La falsa historia del origen de las falacias. **Quadripartitaratio Revista de Retórica e Argumentação**, v. 11, p. 2-16, jan.-jun. 2021.

VITORIO, T. Exame, 2021. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/facebook-fica-mais-perto-de-3-bilhoes-de-usuarios-ativos-e-receita-cresce-em-2020/>>. Acesso em: 06 ago 2021.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**, New York, 359, 9 mar 2018. 1146-1151.

WARDLE, C. First Draft, 2019. Disponível em: <<https://firstdraftnews.org/articles/information-disorder-the-techniques-we-saw-in-2016-have-evolved/>>. Acesso em: 11 fev 2022.

WARDLE, C. **First Draft's essencial guide to understanding information disorder.**

First Draft. Londres, p. 32. 2019.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making.** [S.l.]. 2017.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making.** [S.l.]. 2017. tradução da autora.

WORTHINGTON, I. Fake News: apresentação retórica do passado dos oradores gregos. **Roda da Fortuna**, v. 9, n. 1, p. 23-49, 2020.