



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS

CÉLIO FERNANDO SANTANA DA SILVA

A RETÓRICA MULTIMODAL NAS FAKE NEWS

Recife

2023

CÉLIO FERNANDO SANTANA DA SILVA

A RETÓRICA MULTIMODAL NAS FAKE NEWS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial à obtenção do Título de Mestre em Letras. Área de concentração: Linguística.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Carlos dos Santos Xavier

Recife

2023

Catálogo na fonte
Bibliotecária Mariana de Souza Alves – CRB-4/2105

S586r Silva, Célio Fernando Santana da
A Retórica Multimodal nas Fake News / Célio Fernando Santana da
Silva – Recife, 2023.
101f.: il., fig.

Sob orientação de Antônio Carlos dos Santos Xavier.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco.
Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Letras,
2023.

Inclui referências e anexos.

1. Retórica. 2. Fake News. 3. Multimodal. 4. Bolhas de filtro. 5. Pós-Verdade. I. Xavier, Antônio Carlos dos Santos (Orientação). II. Título.

410 CDD (22. ed.)

UFPE (CAC 2023-109)

CÉLIO FERNANDO SANTANA DA SILVA

A RETÓRICA MULTIMODAL NAS FAKE NEWS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial à obtenção do Título de Mestre em Letras. Área de concentração: Linguística.

Aprovado em: 28/04/2023.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Antônio Carlos dos Santos Xavier (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Dra. Maria Francisca Oliveira Santos (Examinadora Externa)
Universidade Estadual de Alagoas

Prof. Dr. Lucas Pazoline da Silva Ferreira (Examinador Externo)
Universidade Federal de Sergipe

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais Maria José Santana da Silva e Lucélio Ferreira da Silva (*in memoriam*) que sempre acreditaram e me ensinaram na prática valores da educação e princípios humanísticos que são norteadores em meu caminhar.

Ao meu orientador Prof. Dr. Antônio Carlos Xavier, sempre preciso em suas análises e direcionamentos a serem perquiridos.

Aos meus professores Programa de Pós-Graduação em Letras da UFPE, Profa. Dra. Evandra Grigoletto (Também pelo importante auxílio em questões burocráticas), Profa. Dra. Suzana Leite Cortez (Pela confiança que me transmitiu na entrevista de seleção), Prof. Dr. Jose Alberto Miranda Poza e Prof. Dr. Adílio Júnior de Souza que conjuntamente me apresentaram múltiplas perspectivas profissionais acerca da importância da pesquisa científica, assim auxiliando a enriquecer sobremaneira o meu recomeço acadêmico.

Aos prezados membros da Banca de Qualificação, Profa. Dra. Maria Francisca Oliveira Santos e Prof. Dr. Lucas Pazoline que forneceram relevantes contribuições com suas observações e sugestões complementares para o arremate desta Dissertação.

Em especial, sou grato à minha amiga desde os tempos de Graduação em Letras – UPE, Profa. Ma. Cíntya Jímmini Brito da Silva, sem a qual possivelmente não estaria tecendo esses agradecimentos, tendo em vista que foi por meio dela que soube da abertura do edital para a seleção de Mestrado. Destaco ainda a mútua colaboração ao formarmos um grupo de estudos para desenvolver nossos pré-projetos, num prazo limite curtíssimo, e as trocas amiúde de ideais sobre tópicos educacionais e existenciais que seguirão até o ponto que a vida nos permitir.

A todos os demais não citados que tiveram a disposição de ouvir meus relatos sobre as pedras no meio do caminho, até finalmente transpor mais uma montanha, e assim poder contemplar um magnífico horizonte.

“É sempre bom lembrar que um copo vazio está cheio de ar.” (GIL, 2006)

RESUMO

O impacto negativo da propagação e da adesão às fake news vem interferindo dialogicamente em discussões e debates democráticos acerca de assuntos fundamentais para a sociedade. Com vistas à compreensão dos meios de persuasão inseridos na elaboração dessas, o presente estudo tem por objetivo geral demonstrar como alguns preceitos fundamentais e técnicas da retórica clássica aristotélica e perelmaniana são observados e utilizados na produção das fake news por meio da integração digital de modos enunciativos a fim de persuadir os auditórios. O tema da dissertação é “A Retórica Multimodal nas Fake News”, cujo aporte teórico, em relação à retórica clássica até a digital, conta com Aristóteles ([350-335 a.C.] 2019), Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005), Reboul (2004), Barthes (1975), Meyer (2007), Mateus (2018), Xavier (2013a) e Eyman (2015); a respeito do modo digital, Xavier (2013b); sobre sua produção multimodal, Kress (2003), Kress e Leeuwen (2001, 2006), e digital, Tandoc, Lim e Ling (2018); para contextualizar as fake news com a esfera digital e suas “bolhas de filtro”, Pariser, 2012; com fatos políticos ocorridos em 2016 e o fenômeno da pós-verdade, D’Ancona (2018), Genesini (2018), Santaella (2018), Ferrari (2021). Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa qualitativa de cunho interpretativo conforme Prodanov e Freitas (2013), que recorreu basicamente à técnica bibliográfica para concepção do estudo segundo Lakatos e Marconi (2007). O Corpus provém da matéria jornalística “10 fake news que foram as mais compartilhadas na rede social Facebook no primeiro turno das eleições presidenciais brasileiras de 2018”, a partir da qual foram selecionadas cinco para análise dos elementos retóricos definidos por Aristóteles ([350-335a.C.] 2019) - pathos, ethos, logos e entimemas associados aos métodos de elaboração de fake news “Fabricação de Notícias” e “Manipulação Fotográfica” propostos por Tandoc, Lim e Ling (2018). De maneira que o resultado das análises corrobora a nossa tese de que as fake news são produzidas mediante arranjos multimodais que viabilizam técnicas retóricas para persuadir e garantir o acordo com o auditório particular. Assim, esse estudo atinge relevância ao contribuir para o entendimento, em parte significativa, de um objeto de pesquisa complexo e desafiador.

Palavras-Chaves: Retórica; Fake News; Multimodal; Bolhas de filtro; Pós-Verdade.

ABSTRACT

The negative impact of spreading and adhering to fake news has dialogically interfered in democratic discussions and debates on fundamental issues for society. With a view to understanding the means of persuasion inserted in the elaboration of these, the present study has the general objective of demonstrating how some fundamental precepts and techniques of classical Aristotelian and Perelmanian rhetoric are observed and used in the production of fake news through the digital integration of enunciative modes in order to persuade the audience. The theme of the dissertation is “Multimodal Rhetoric in Fake News”, whose theoretical contribution, in relation to classical to digital rhetoric, has Aristotle ([350-335 BC] 2019), Perelman and Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005), Reboul (2004), Barthes (1975), Meyer (2007), Mateus (2018), Xavier (2013a) and Eyman (2015); regarding the digital mode, Xavier (2013b); about his multimodal production, Kress (2003), Kress and Leeuwen (2001, 2006), and digital, Tandoc, Lim and Ling (2018); to contextualize fake news with the digital sphere and its “filter bubbles”, Pariser, 2012; with political facts that occurred in 2016 and the post-truth phenomenon, D'Ancona (2018), Genesini (2018), Santaella (2018), Ferrari (2021). Methodologically, it is a qualitative research of an interpretative nature according to Prodanov and Freitas (2013), which basically resorted to the bibliographic technique for the conception of the study according to Lakatos and Marconi (2007). The Corpus comes from the journalistic article “10 fake news that were the most shared on the social network Facebook in the first round of the 2018 Brazilian presidential elections”, from which five were selected for analysis of the rhetorical elements defined by Aristotle ([350-335a.C.] 2019) - pathos, ethos, logos and enthymemes associated with the fake news elaboration methods “News Fabrication” and “Photo Manipulation” proposed by Tandoc, Lim and Ling (2018). So, the result of the analyzes corroborates our thesis that fake news is produced through multimodal arrangements that enable rhetorical techniques to persuade and guarantee agreement with the particular audience. Thus, this study achieves relevance by contributing to the understanding, in a significant part, of a complex and challenging research object.

Keywords: Rhetoric; Fake News; Multimodal; Filter bubbles. Post-Truth.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	FAKE NEWS.....	16
2.1	Fake News: Marco Temporal.....	16
2.2	A Pós-verdade: o Vale-Tudo argumentativo.....	18
2.3	Uma tipologia para as fake news.....	20
2.3.1	Considerações sobre a tipologia das fake news e o estudo.....	22
2.4	Fake News: modo, multimodalidade, enunciação digital.....	23
3	RETÓRICAS.....	26
3.1	Retórica Estilhaçada.....	26
3.2	Retórica <i>Ab Ovo</i>	28
3.3	O Direito e o nascimento da Retórica.....	30
3.4	Democracia, Retórica e Fake News.....	33
3.5	A Retórica Multimodal nas Fake News.....	38
4	DEFINIÇÕES DA RETÓRICA ARISTOTÉLICA.....	53
4.1	Ethos.....	53
4.1.1	O Ethos Jornalístico.....	54
4.2	Pathos.....	54
4.2.1	O papel do pathos em notícias e nas fake news.....	55
4.3	Logos.....	57
4.4	Tríade aristotélica.....	58
4.5	Entimema.....	58
4.6	Gêneros do Discurso Público.....	59
5	CONCEITOS DA NOVA RETÓRICA.....	62
5.1	Auditórios.....	62
5.1.1	Auditório Universal.....	63
5.1.2	Auditório Particular.....	64
5.2	As bolhas (Novos auditórios): agente impulsionador externo.....	65
6	ABORDAGEM METODOLÓGICA.....	69
6.1	Caracterização da Pesquisa.....	69
6.2	Constituição do Corpus.....	70
6.3	Procedimentos de Análise.....	71
7	ANÁLISE DO CORPUS.....	72

7.1	Grupo 1: Método Fabricação de Notícias.....	73
7.1.1	Análise 1.....	73
7.1.2	Análise 2.....	77
7.2	Grupo 2 – Método Manipulação Fotográfica.....	80
7.2.1	Análise 1.....	80
7.2.2	Análise 2.....	83
7.2.3	Análise 3.....	87
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	90
	REFERÊNCIAS.....	95
	ANEXO A – TRANSCRIÇÃO DE FAKE NEWS.....	99

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, muito tem se falado e especulado sobre fake news para além dos âmbitos digitais, isto é, tornaram-se parte das interações comunicacionais cotidianas nas mais diversas esferas sociais. Entretanto, o historiador Robert Darnton (2017) avalia que a disseminação de notícias falsas é prática corriqueira facilmente encontrada em diversos períodos históricos. Noutras palavras, o uso, principalmente político, das mentiras tem sua origem bem anterior a das redes sociais (ALTARES, 2018).

Darnton (2017), em seu artigo “*The true story of fake news*” publicado no *The New York Times*¹, relata algumas dessas bem curiosas, que vão desde difamações numa eleição papal, que está relacionada com a origem dos pasquins, a ataques contra a honra da rainha da França, Maria Antonieta, cuja morte seria um exemplo dos desdobramentos nocivos das calúnias a ela direcionadas. O autor ainda destaca que foi em Londres, no século XVIII, que a produção de notícias falsas, parcialmente falsas e tendenciosas atingiu seu ápice em razão do aumento da circulação de jornais impressos na capital inglesa. Essas notícias eram comumente constituídas por apenas um parágrafo, ou seja, os “homens do parágrafo” (DARNTON, 2017, *online*, tradução nossa) redigiam-nas e propagavam todo tipo de desinformação, boatos e fofocas. Alguns desses recebiam por isso, outros faziam com intuito de manipular a opinião pública.

Mais adiante, a ascensão do nazismo na Alemanha contou com uma máquina potente de propagação de mentiras reiteradas contra seus adversários ideológicos, sobretudo, odiosamente contra os judeus. Essa bem articulada estrutura difamatória tinha como mentor Joseph Goebbels, “o maestro da propaganda nazista e talvez o mais talentoso mago da mídia da era moderna, supostamente explicou seu método de forma sucinta, afirmando que - uma mentira contada uma vez continua sendo uma mentira, mas uma mentira contada mil vezes se torna verdade” (HARARI, 2018, *online*, tradução nossa).

No Brasil, nos séculos XIX e XX, há episódios bem peculiares relacionados a notícias falsas: “Em 1º de abril de 1848, um jornal pernambucano noticiou que D. Pedro II tinha morrido. O que teve que ser desmentido dois dias depois, pois era uma ‘pegadinha’ do Dia da Mentira. D. Pedro II morreu na França em 1891” (FERRARI, 2021, p. 99).

¹ DARNTON, Robert. The true story of fake news. The New York Times, Nova York, 12 de fev. 2017. Disponível em: <https://www.nybooks.com/online/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>. Acesso em: 10 de jul. de 2020.

Em 1904, no Rio de Janeiro, a população insatisfeita com o governo rebelou-se por não aceitar a obrigatoriedade da vacinação, nem as sanções impostas por aquele aos cidadãos que não se vacinaram contra a varíola, doença que assolou a cidade causando a morte de 6500 pessoas. Fatores que culminaram na Revolta da Vacina, que durou cinco dias e marcou a história da saúde pública do Brasil, gerando um saldo de 945 prisões, 110 feridos e 30 mortos conforme dados do Portal Fiocruz².

No contexto histórico da época, outras questões sociopolíticas influenciaram a indignação popular. Contudo, é necessário enfatizar que há indicativos da existência de uma teia de desinformação atuando contrariamente ao cumprimento das medidas sanitárias impostas pelo estado, por exemplo, sobre efeitos colaterais naqueles que se imunizassem, segundo Dandara (2022, *online*), “O imunizante também não era bem aceito pelo povo, ainda desacostumado com a própria ideia da vacinação, e diferentes boatos corriam na época, como o de quem se vacinava ganhava feições bovinas”. Uma notícia falsa que parece com mais uma das fake news absurdas que circularam abundantemente durante a gravíssima pandemia global de Covid iniciada no ano de 2020, como a seguinte verificada pela Agência Lupa: “É falso que vacinas transformarão as pessoas em ‘antenas’ de sinal 5G”³.

O fato é que as notícias falsas e/ou fake news continuam paradoxalmente ainda mais vigorosas na dita “Era da Informação”, em especial, por contarem com o excepcional suporte das tecnologias digitais que ampliam as interações linguísticas em torno delas. Assim, muitas considerações e hipóteses têm sido aventadas acerca do que levaria ao frequente e exponencial compartilhamento de fake news sobre assuntos e acontecimentos improváveis ou mesmo pouco plausíveis.

Para aclarar, até certo ponto, a respeito da escalada de protagonismo alçado pelas fake news nas mídias digitais, este estudo volta ao fatídico ano de 2016, no qual dois grandes eventos políticos tomaram proporções globais: a eleição presidencial de Donald Trump nos EUA e o *Brexit*. A partir desses acontecimentos, o termo fake news se popularizou mundialmente, passando a funcionar como uma ferramenta (anti)política eficiente que vem se consolidando

² DANDARA, Luana. Cinco dias de fúria: Revolta da Vacina envolveu muito mais do que insatisfação com a vacinação. Portal Fiocruz, Rio de Janeiro, 06 de jun. de 2022. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/cinco-dias-de-furia-revolta-da-vacina-envolveu-muito-mais-do-que-insatisfacao-com-vacinacao>. Acesso em 07 de out. 2022.

³ MACÁRIO, Carol. É falso que vacinas transformarão as pessoas em ‘antenas’ de sinal 5G. Portal Uol, Rio de Janeiro, 01 de fev. de 2022. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/02/01/verificamos-vacinas-antenas-5g>. Acesso em 08 de out. 2022.

negativamente e acarretando danos às democracias pelo mundo. Em razão desses resultados considerados surpreendentes para posicionamentos tradicionais de experts em política (D'ANCONA, 2018), tem crescido em torno do fenômeno o interesse de analistas políticos, jornalistas, profissionais e pesquisadores de diversas áreas das ciências sociais e tecnológicas a fim de compreendê-lo e explicá-lo.

No Brasil, observou-se que nas eleições presidenciais de 2018 também foram espalhadas massivamente fake news contra adversários políticos e ideológicos, a ponto de em 2019⁴ representantes oficiais do aplicativo *WhatsApp* admitirem que houve disparos ilegais em massa de mensagens de cunho eleitoral por empresas que fazem uso de *bots* (robôs), recurso proibido tanto pelo *WhatsApp* quanto pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral), salientando que essa prática pode ter influenciado em resultados daquela eleição. Informações como essa, de certa forma, acabaram por contribuir para a condução desse estudo no sentido de se inteirar sobre prováveis interferências linguísticas pelo uso das fake news, sobretudo, na política.

Há outros pontos a serem considerados acerca das fake news que têm despertado a atenção, alguns bastante preocupantes como o alerta de que essas circulavam 70% mais rápido do que notícias reais segundo estudo realizado pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT sigla em inglês) dos EUA, com base em dados de 2006 até 2017⁵.

Partindo desse contexto desafiador, no qual a presença constante dessa manifestação linguística tem minado pontes para a manutenção de diálogos construtivos sobre importantes temas de interesse social que são fundamentais para as democracias, uma vez que essas têm influenciado na tomada de decisões baseadas em dados falsos e/ou manipulados. Então, buscam-se respostas para o entendimento a respeito de fatores que seriam determinantes para tamanho impacto e sucesso logrado por elas.

⁴ MELLO, Patrícia Campos. WhatsApp admite envio maciço ilegal de mensagens nas eleições de 2018. Folha de São Paulo, 08 de out. de 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/10/whatsapp-admite-envio-massivo-ilegal-de-mensagens-nas-eleicoes-de-2018.shtml>. Acesso em: 13 de nov. 2022. (Conteúdo para assinantes).

⁵ 'FAKE NEWS' se espalham 70% mais rápido que notícias verdadeiras, diz MIT. Correio Brasiliense, Brasília, 08 de mar. de 2018. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2018/03/08/interna_tecnologia,664835/fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-noticias-verdadeiras.shtml. Acesso em: 18 de jun. de 2020.

Ante o exposto, como cidadão incomodado e acadêmico inquieto com a dimensão que as fake news alcançaram discursivamente, despertou-se o interesse pelo tema. Por conseguinte, o início da pesquisa por estudos relacionados ao assunto para o desenvolvimento do pré-projeto de pesquisa em 2020 a fim de ampliar a compreensão acerca do fenômeno sob a ótica da Linguística, partindo da pergunta norteadora: Como e quais técnicas retóricas de persuasão utilizadas na produção das fake news podem auxiliar no processo de adesão do auditório?

Resposta que, em parte, esse estudo traz à luz apontando para relação da elaboração das fake news com a retórica aristotélica, visto que a principal característica desta é a busca de meios para persuadir, isto é, um dos propósitos das fake news. Dessa maneira, remontamos à Antiguidade Clássica, período que Reboul (2004) e Barthes (1975) indicam o surgimento da retórica em razão das tentativas de solucionar conflitos de cunho jurídico, em que a população teve que recorrer à argumentação através de oradores na busca por reparações dos direitos surrupiados por governantes tiranos. Ainda em relação ao exercício da cidadania assim como Fustel (1988), Todorov (1977) destaca o papel fundamental da Retórica para a Democracia e vice-versa. Para ele, uma não é possível sem a outra. Âmbitos que nos tempos atuais as fake news têm transitado e se arraigado amplamente.

Dito isso, entre as principais referências teóricas utilizadas nesse estudo, destaca-se a “Retórica”, Aristóteles ([350-335a.C.] 2019), na qual o filósofo sistematizou importantes técnicas de persuasão aplicáveis e constatáveis atualmente nos ambientes digitais. Considerando o papel persuasivo que as fake news vêm cumprindo, propomos ao longo do estudo que os arranjos dos modos enunciativos associam-se a técnicas retóricas objetivando angariar a adesão do auditório.

Para tal, partimos dos seguintes objetivos, sendo o objetivo geral demonstrar como alguns preceitos fundamentais e técnicas da retórica clássica aristotélica e perelmaniana são observados por meio da integração digital de modos enunciativos utilizados nas fake news a fim de persuadir os auditórios particulares; e como objetivos específicos: I - Analisar o emprego das técnicas retóricas Pathos, Ethos, Logos (a tríade argumentativa aristotélica) e Entimemas nos arranjos dos modos enunciativos que compõem as fake news para persuadir os auditórios; II - Demonstrar como o arranjo multimodal realizado por meio da “manipulação fotográfica” e “fabricação de notícias” atua na construção da verossimilhança das fake news; III - Discorrer

sobre os conceitos de auditórios e acordos paralelamente às bolhas de filtros e pós-verdade para contextualizar a relação entre retórica e fake news nos ambientes digitais.

Assim, com a finalidade de cumprir os objetivos propostos, o estudo estrutura-se por meio do aporte teórico a partir da seção 2 e segue disposto ao longo das seções que compõem a dissertação na ordem a seguir, com destaque para os principais autores, uma vez que indicam uma conexão linguística sociointeracionista segundo nosso entendimento:

A Seção 2 se desenvolve em torno do tópico Fake News, na qual refletimos sobre o papel das fake news na eleição presidencial de Donald Trump e no plebiscito do *Brexit* em 2016, que indicam o nosso marco temporal, bem como teses que relacionam a banalização das fake news ao fenômeno da Pós-verdade (D'ANCONA, 2018; GENESINI, 2018; SANTAELLA 2018; FERRARI, 2021). Para nossa fundamentação sobre a sua produção linguística, adotamos a tipologia das fake news definida por Tandoc, Lim e Ling (2018), conceitos de multimodalidade (KRESS, 2003; KRESS, LEEUWEN, 2001, 2006; COPE; KALANTZIS, 2015) e modo digital (XAVIER, 2013b).

Na Seção 3, apresentamos um panorama sócio-histórico e linguístico da Retórica, cuja fundamentação está alicerçada a partir das obras de Reboul (2004), Kennedy (1998), Barthes (1975), Todorov (1977) e Fustel (1988). Também utilizamos como base teórica algumas considerações das teses de Xavier (2013a) e Eyman (2015) acerca da retórica digital; e para os conceitos da multimodalidade discursiva (KRESS, 2003; KRESS, LEEUWEN, 2001, 2006) e enunciação digital (XAVIER, 2013b).

Na Seção 4, o estudo discorre sobre determinadas técnicas retóricas e conceitos teóricos de Aristóteles ([350-335 a.C.] 2019), a saber, a tríade - ethos, pathos, logos, entimemas e os três gêneros do discurso público (deliberativo, judicial e epidíctico).

Na Seção 5, explanamos alguns pontos do Tratado de argumentação - Nova Retórica (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, [1958] 2005) sobre auditórios e acordos, que são bastante consideráveis para a compreensão do processo de adesão em torno das fake news, bem como traçamos um paralelo entre esses com as “Bolhas de filtro” (PARISER, 2012).

Na seção 6, descrevemos como se caracteriza a pesquisa metodologicamente de acordo com Prodanov e Freitas (2013) e Lakatos e Marconi (2007), a construção/escolha do corpus,

composto pelas “10 fake news mais compartilhadas na rede social Facebook no 1º turno eleições presidenciais de 2018”, matéria postada no Portal Uol em 07.10.2018, e os procedimentos de análise do corpus.

Na Seção 7, analisamos o *Corpus* com base em fundamentos e técnicas retóricas de Aristóteles ([350-335 a.C.] 2019), conceitos de Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005) e dois tipos de elaboração de fake news que fazem parte da tipologia desenvolvida por Tandoc, Lim e Ling (2018).

Por fim, na Seção 8 apresentamos as Considerações Finais, na qual resgatamos tópicos relevantes da trajetória do estudo e trazemos nossas observações entre os objetivos propostos e os resultados obtidos.

2 FAKE NEWS

Nesta seção discutiremos acerca do tópico Fake News, na qual destacamos o significativo papel da utilização dessas na eleição presidencial americana que elegeu Donald Trump e no plebiscito do *Brexit*, ambos em 2016, importantes acontecimentos com dimensões globais que indicam o nosso marco temporal, bem como abordamos teses que relacionam a trivialização das fake news ao fenômeno da Pós-verdade (D'ANCONA, 2018; GENESINI, 2018; SANTAELLA 2018; FERRARI, 2021). Ademais, apresentamos a tipologia das fake news definida por Tandoc, Lim e Ling (2018) e tratamos de sua produção linguística multimodal (KRESS, 2003; KRESS, LEEUWEN, 2001, 2006; COPE, KALANTZIS, 2015) e modo enunciativo digital (XAVIER, 2013b).

2.1 Fake News: Marco Temporal

O senso comum tem ampliado semanticamente os empregos do termo fake news, nomeando genericamente fatos, relatos, notícias, entre outros variados gêneros e formas discursivas que apresentem, em relação ao assunto exposto, alguma imprecisão, ato falho, inverdade ou que simplesmente esteja em desacordo com pontos de vista ideológicos do auditório. É consenso que as notícias falsas não são matéria exclusiva da Modernidade, mesmo viabilizadas massivamente pelas tecnologias digitais nos últimos anos, Darnton (2017) e Altares (2018) apontam que as notícias falsas acompanham historicamente o processo sociopolítico da humanidade.

O primeiro ponto a ser considerado para fins analíticos é em que momento as fake news apresentam elementos e características suficientes que possibilitem diferenciá-las da ampla ideia de notícia falsa. Entre correntes teóricas mais difundidas em torno de suas origens e da relevância que vêm adquirindo nos últimos anos nos âmbitos digitais, adotamos as que convergem para o ano de 2016. Diversos autores (D'ANCONA, 2018; GENESINI, 2018; GARCIA 2018; FERRARI, 2021) apontam em suas teses o que identificamos como marco temporal - o ano de 2016, em razão de dois eventos políticos relacionados intrinsecamente às fake news que reverberaram mundialmente a partir de então: a saída do Reino Unido da União Europeia, iniciada em 23 de junho de 2016 por aprovação da população no plebiscito popularmente conhecido como *Brexit (Britain e Exit)*, que em português significa “saída da Grã-Bretanha”; em seguida, em 8 de novembro a eleição de Donald Trump para o cargo de

presidente dos Estados Unidos. Tais acontecimentos considerados improváveis para a maioria da crítica política especializada causaram surpresa pelo êxito pouco acreditado:

As duas vitórias anularam as previsões displicentes de experts, pesquisadores de opinião pública e agenciadores de apostas. As duas iluminaram a paisagem em transformação, cujo surgimento a classe política e midiática falharam em registrar. De modo mais ostensivo, ambas as insurreições refletiram um novo e alarmante colapso do poder da verdade como motor de conduta eleitoral. (D'ANCONA, 2018, p. 21-22)

“A partir daí e em todo o ano de 2017 as notícias falsas ficaram em evidência” (GENESINI, 2018, p. 47). Ainda sob impacto do resultado até então subestimado, pesquisadores de várias áreas se voltaram para análise dos possíveis fatores fora da curva de previsibilidade que teriam sido determinantes para os improváveis feitos. Primeiramente, tem se creditado grande parte do êxito logrado ao uso profissional das fake News como método de propagação de mentiras para persuadir parte considerável e decisiva do eleitorado nos respectivos pleitos.

É importante o seguinte adendo: a pesquisa entende que as fake news não são uma invenção do ano de 2016, visto que podem ser facilmente encontradas nos ambientes digitais em períodos anteriores. Inclusive, a tipologia que este estudo adota elaborada por Tandoc, Lim e Ling (2018) analisou artigos acadêmicos que fizeram uso do termo entre 2003 e 2017, porém os episódios supracitados desvelaram mecanismos, objetivos e consequências que envolvem o seu emprego arraigado no debate público.

Assim, pelo critério temporal defendemos que o termo fake news adequa-se potencialmente a partir dos eventos políticos de 2016, eleição do Trump e *Brexit*, que culminaram com sua popularização global. Eis que, segundo Santaella (2018, p. 8), de fato, nos últimos anos,

especialmente depois da surpreendente vitória de Donald Trump para Presidente dos Estados Unidos da América, as três palavras — bolhas, notícias falsas e pós-verdade — entraram exaustivamente no domínio público, em conversas, notas e matérias em jornais e revistas, posts e compartilhamentos nas redes sociais, blogs, debates em eventos, conferências, discussões filosóficas e pesquisas científicas. E tanta a frequência de seus aparecimentos até o ponto de terem se tornado palavras obrigatórias.

Como destacou a autora, de maneira geral o tema passou a fazer parte do cotidiano social, sobretudo para os usuários das mídias digitais.

Sobre a terminologia, ainda é comum verificarmos certos autores optarem pelo uso da tradução “notícias falsas”; outros, pela manutenção da palavra em inglês “fake news”. O posicionamento que adotamos é o de que, quando relacionados aos eventos políticos de 2016 em diante, referem-se à fake news como no trecho da citação anterior de Santaella “as três palavras — bolhas, notícias falsas e pós-verdade”, que o dicionário Oxford⁶ a define como “relatos falsos de eventos, escritos e lidos em websites” (tradução nossa), que se caracteriza como significado bastante amplo para a proposta da pesquisa. Dessa forma, passamos aos subitens seguintes que se concentram neste tópico com a finalidade de delimitar nosso objeto de estudo.

2.2 A Pós-verdade: o Vale-Tudo argumentativo

Segundo D'Ancona, (2018), a eleição do Trump e o *Brexit* imprimiram suas marcas no ano de 2016, sendo assim determinantes para percepção da influência que a pós-verdade começava a estabelecer socialmente a partir das interações discursivas notadamente em torno da política. Ambos, na propagação de seus propósitos eleitorais, caracterizaram-se pelo suporte estrutural das fake news, que funcionaram quais cabos eleitorais fundamentais durante o processo, ao atuarem como vetores de desinformação induzindo negativamente na tomada de decisões, o que por consequência vem levando a resultados imprevisíveis e danosos para o debate democrático. D'Ancona (2018, p. 21-22) sintetiza que tais acontecimentos “marcaram indubitavelmente um levante contra a ordem estabelecida”, e que “2016 foi o ano que lançou a era da “pós-verdade” de forma definitiva” (D'ANCONA, op. cit., p. 19).

A revista inglesa *The Economist* em setembro de 2016 estampou em sua capa “Arte das mentiras: Política pós-verdade na era das mídias sociais”⁷. A reportagem trouxe para a discussão aspectos do papel da mentira que se firmou como ferramenta de persuasão nas

⁶ fake news – noun, false reports of events, written and read on websites. Oxford Dictionary. Disponível em: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news>. Acesso em: 30 de jul. de 2022.

⁷ Art of the lie. *The Economist*. 10 de set. de 2016. Disponível em:

<https://www.economist.com/leaders/2016/09/10/art-of-the-lie>. Acesso em: 04 de jan. de 2021.

campanhas eleitorais de Trump e *Brexit*, com atenção especial à palavra “pós-verdade” que põe

em evidência o cerne do que há de novo na política: a verdade já não é falseada ou contestada; tornou-se secundária”. No passado, as mentiras políticas visavam criar uma visão enganosa do mundo. As mentiras de homens como Trump não funcionam assim. Seu intuito não é convencer, e sim reforçar preconceitos. (SANTAELLA, 2018, p. 30)

Em consequência, a ligação do vocábulo “pós-verdade” (*post-truth*) à política fez com que seu uso tivesse um aumento significativo durante o período, o que levou o Dicionário Oxford (*Oxford Dictionaries*) a escolhê-la como “palavra do ano de 2016”. Embora exista uma corrente considerável que defende que a palavra tenha sido utilizada pela primeira vez, com esse sentido, na revista *The Nation* em 1992, num artigo do falecido dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich a respeito do caso do Irã e outros escândalos disseminados sem compromisso com a verdade dos fatos (D’ANCONA, 2018).

Uma escolha oportuna ante o cenário sociopolítico que se desenhava à época, permeado por incertezas e convicções pessoais, em que o significado atribuído à palavra auxilia em parte na sua compreensão, segundo o Dicionário Oxford⁸: (adjetivo) “relativo a circunstâncias em que as pessoas respondem mais a sentimentos e crenças do que a fatos”.

A partir de então, esse fenômeno tem sido apontado teoricamente como um dos responsáveis por introjetar em diversas esferas sociais mudanças discursivas, dialógicas e dialéticas que precisam ser investigadas, sobretudo, em relação à grande velocidade e crescimento do compartilhamento das fake news. Essas, quando aliadas a técnicas retóricas, passariam a atuar como argumentos caracterizados, por vezes, pelo pathos ao suscitar as emoções do auditório conforme definição de Aristóteles ([350-335a.C] 2019), o que seria equivalente a considerar que “a racionalidade está ameaçada pela emoção” (D’ANCONA, 2018, p. 19), ou seja, um vale-tudo discursivo passional que ameaça a argumentação em geral. Contudo, adotamos o posicionamento de que a pós-verdade funciona contextualmente como mais um possível fator de impulsionamento das fake news, e não como o determinante para galgar seus objetivos, uma vez que a história prova que as notícias falsas têm cadeira cativa nos meios sociais, principalmente, quando envolvem relações de poder.

⁸ Post-truth: (adjective) relating to circumstances in which people respond more to feelings and beliefs than to facts. Oxford Dictionary. Disponível em: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/post-truth>. Acesso em 04 de set. de 2022.

Já Malik (2017, Online, tradução nossa) considera que a pós-verdade tem um papel fundamental para a humanidade desde seus primórdios:

Na verdade, os humanos sempre viveram na era da pós-verdade. O Homo sapiens é uma espécie de pós-verdade, cujo poder depende de criar e acreditar em ficções. Desde a idade da pedra, mitos auto-reforçadores serviram para unir coletivos humanos. Com efeito, o Homo sapiens conquistou este planeta graças, sobretudo, à capacidade humana única de criar e difundir ficções.

De acordo com esse posicionamento, fica em evidência o considerável papel da pós-verdade nas interações humanas. Dessa forma, ante o breve exposto sobre o papel e a presença contínua das notícias falsas historicamente, como também a consolidação das fake news atualmente e sua íntima relação com a pós-verdade, é essencial estabelecer os limites sobre a semântica de cada termo para fins teórico-metodológicos da pesquisa. Esses limites são importantes para indicar os marcos temporal e conceitual que fundamentam a nossa proposta teórica sobre fake news, conforme veremos adiante.

2.3 Uma tipologia para as fake news

Os pesquisadores Tandoc, Lim e Ling (2018), em artigo publicado sobre definições de fake News, realizaram uma revisão partindo da análise de 34 artigos acadêmicos que utilizaram o termo no período compreendido entre 2003 e 2017. A Revisão apresentou como resultado a seguinte tipologia: **Sátira de notícias, Paródia de notícias, Fabricação de notícias, Manipulação fotográfica, Publicidade e Relações Públicas e Propaganda**. Assim, de maneira sucinta destacamos os pontos principais de cada tipo a fim de enquadrar os que se relacionam conceitualmente com nossa proposta sobre retórica nas fake news, no que tange à sua confecção por meio da integração deliberada dos modos enunciativos a partir de fundamentos retóricos aristotélicos de persuasão.

Conforme as definições analisadas pelos autores, a **Sátira de notícias** visa comumente “o humor ou exagero para apresentar ao público atualizações de notícias em programas de notícias simulados” (TANDOC; LIM; LING, 2018, p. 142, tradução nossa).

Em relação à **Paródia de notícias**, considera-se semelhante à sátira na questão humorística, diferindo no seguinte ponto: “o uso de informações não factuais para injetar

humor. [...] a paródia brinca com o ridículo dos assuntos e os destaca inventando notícias inteiramente fictícias (TANDOC; LIM; LING, op. cit., p. 142, tradução nossa). Aqui no Brasil, podemos citar o site “Sensacionalista” que segue essa linha na abordagem nas mídias digitais dos principais fatos e notícias virais do momento.

No caso da **Fabricação de notícias**, os pesquisadores destacam que elas não apresentam base factual, mas as publicações se assemelham a artigos de notícias reais para “criar legitimidade” (TANDOC; LIM; LING, op. cit., p. 143, tradução nossa), logo ao contrário da paródia “não há compreensão implícita entre o autor e o leitor que o item é falso”. Quase sempre há a intenção de desinformar, essas produções ganham vigor principalmente quando publicadas nas plataformas das mídias sociais e são compartilhadas por organizações partidárias e amigos. Dessa maneira,

o leitor enfrenta mais dificuldades na verificação, uma vez que as notícias fabricadas também são publicadas por organizações não jornalísticas ou indivíduos sob um verniz de autenticidade por aderindo a estilos de notícias e apresentações. Os itens também podem ser compartilhados nas redes sociais e, assim, ganhar ainda mais legitimidade, uma vez que o indivíduo os recebe de pessoas em quem confia. (TANDOC; LIM; LING, 2018, p. 143, tradução nossa)

Na **Manipulação fotográfica**, imagens e vídeos reais são manipulados para criar narrativas enganosas. O artigo destaca que essa categoria enfatiza elementos visuais da notícia. No universo digital, “a manipulação de imagens tornou-se uma ocorrência cada vez mais comum com o advento das fotos digitais, softwares poderosos de manipulação de imagens e conhecimento de técnicas” (TANDOC; LIM; LING, op. cit., p. 144, tradução nossa). Os autores apontam que as alterações nos conteúdos originais atingem variados níveis:

Os efeitos podem variar de simples a complexos. Ajustes simples podem incluir o aumento da saturação da cor e a remoção de elementos menores. Mudanças mais invasivas podem incluir a remoção ou inserção de uma pessoa em uma imagem. A mídia de massa não é estranha a utilizar essas técnicas para chamar a atenção do público. (TANDOC; LIM; LING, 2018, p.144, tradução nossa)

Na **Publicidade e Relações Públicas**, as ações de marketing são camufladas em notícias e reportagens a fim de vender ou promover produtos e ideias. Tandoc, Lim e Ling (op. cit., p.145, tradução nossa) destacam que “uma distinção clara em relação às notícias falsas

relacionadas a relações públicas ou publicidade em relação aos outros tipos de notícias falsas examinadas aqui é a ênfase no ganho financeiro”. Esse uso também é bastante observado em ações de manipulação política. Desse modo, as notícias auxiliam a cumprir metas de publicidade até na divulgação de programas para a TV: “Um exemplo proeminente é o de uma reportagem de 2014 publicada no site do *The New York Times* sobre o encarceramento de mulheres. Isso foi usado para promover a série de televisão *Orange is the New Black*” (TANDOC; LIM; LING, op. cit., p.146, tradução nossa).

Por fim, a **Propaganda** que, segundo Tandoc, Lim e Ling (op. Cit., p.146, tradução nossa), “refere-se a notícias que são criadas por uma entidade política para influenciar as percepções do público. O objetivo explícito é beneficiar uma figura pública, organização ou governo”. Por exemplo, tomaram conhecimento que o *Channel One*, canal oficial de notícias russo, publicou notícias falsas com o objetivo deliberado de influenciar no público opiniões das ações da Rússia.

2.3.1 Considerações sobre a tipologia das fake news e o estudo

Conforme a proposta do estudo em relação à tipologia apresentada sobre fake news (TANDOC; LIM; LING, 2018), entendemos que a “fabricação de notícias” e a “manipulação fotográfica” juntas auxiliam na fundamentação de nossa tese que defende a retórica multimodal nas fake news, visto que possibilitam o arranjo de modos enunciativos digitalmente com técnicas retóricas.

Em relação à Manipulação fotográfica, inicialmente oratória e retórica se estruturavam basicamente em torno da linguagem verbal, contando com os suportes próprios da oralidade e da escrita. Contudo, o universo digital multimídia propicia novas ferramentas de programação responsáveis por produções multimodais textuais, gêneros não verbais, hipertextos e, sobretudo, novas formas que se condensam neste âmbito e se enunciam digitalmente. Xavier (2013b, p. 188) evidencia que “aparelhos com tecnologia digital possibilitam o encontro entre todos os modos de enunciação (verbal, visual e sonoro) no hipertexto”.

Dito isso, pelo recorte de nosso estudo, entendemos que as produções digitais integram variados modos de enunciação como ocorre na produção das fake news. Essa especificamente com o intuito de falsear a realidade criando narrativas enganosas para ludibriar o auditório, em

certa medida, o que vem a se enquadrar conceitualmente na **Fabricação de notícias**, isto é, “as publicações se assemelham a artigos de notícias reais para “criar legitimidade” (TANDOC; LIM; LING, op. cit., p. 143, tradução nossa). Além de alterar imagens e vídeos por meio de manipulação com o auxílio de programas e softwares, consoante critérios da **Manipulação fotográfica**, ou seja, “a manipulação de imagens tornou-se uma ocorrência cada vez mais comum com o advento das fotos digitais, softwares poderosos de manipulação de imagens”. (TANDOC; LIM; LING, op. cit., p. 144, tradução nossa). Logo, com base nessa tipologia, adotamos as conceituações teóricas da Produção de notícias e Manipulação fotográfica que podem ser observados na composição das fake news para persuadir o auditório particular alvo.

2.4 Fake News: modos, multimodalidade e enunciação digital

Os modos enunciativos visual, sonoro e verbal seguem se adaptando e se desenvolvendo tecnicamente em torno das diversas e complexas demandas sociais cotidianas com intuito de garantir e possibilitar novas formas de interação, expressão das emoções e argumentação típicas da constante inquietude humana. Para Xavier (2013b, p. 184-185),

por modos de enunciação entendo serem as formas de expressão, comunicação e interação desenvolvidas e aperfeiçoadas pelo homem ao longo da história, para se relacionar social e comunicativamente consigo mesmo, com os outros e com o mundo. Em sentido amplo, seriam as diversas linguagens semioticamente criadas, socialmente convencionalizadas e pragmaticamente usadas em contextos situacionais adequados nas diferentes esferas de interação social.

Na maior parte das interações comunicativas, as produções linguísticas tendem a se manifestar em volta de um modo enunciativo que pode se sobressair sobre os demais, entretanto comumente se recorre a mais de um deles para ampliar e/ou complementar globalmente os sentidos do discurso. Em nossa abordagem sobre a retórica, inicialmente a oratória se manifestava basicamente pela oralidade, o que não significa que essa se limitava a tal modo.

Dionísio (2007, p. 178) salienta que “quando falamos, usamos não só a voz mas também o corpo, pois fazemos gestos, maneios de cabeça, entoações que podem sinalizar uma pergunta, uma crítica, um elogio, por exemplo” e ainda complementa que

ao participarmos de uma interação oral, na sua mais primitiva forma (uma conversa espontânea) ou em uma forma mais sofisticada mediada por recursos da tecnologia (bate-papo virtual), estamos envolvidos numa comunicação multimodal. Ao lermos um texto manuscrito, um texto impresso numa página

de revista, ou na tela de um computador, estamos envolvidos numa comunicação multimodal. Consequentemente, os gêneros textuais falados e escritos são também multimodais porque, quando falamos ou escrevemos um texto, usamos, no mínimo, dois modos de representação: palavras e gestos, palavras e entonações, palavras e imagens, palavras e tipografia, palavras e sorrisos, palavras e animações etc. (DIONÍSIO, 2007, p. 178)

Assim, tomando por base a retórica que se desenvolveu discursivamente em torno do modo verbal, nas modalidades oral e escrita, posteriormente podemos vê-la aderindo a outros modos para persuadir.

Kress e Leeuwen (2001) apontaram a consolidação da multimodalidade a partir de análises variadas, por exemplo, em revistas que apresentavam artigos compostas por vários modos, que combinados viabilizaram a ampliação sógnica em relação ao todo, o que enquadraram teoricamente como discurso multimodal. O nosso estudo acrescenta ao entendimento do termo multimodalidade o olhar analítico para os objetivos dos arranjos que envolvem os modos enunciativos, isto é, como ocorre a integração desses para fins comunicacionais diversos. No caso das fake news, para falsear a realidade e persuadir o auditório. No entanto, é necessário observar como os modos enunciativos foram assimilados e absorvidos pelas tecnologias disponibilizadas digitalmente, bem como as consequências linguísticas e discursivas a esse respeito.

Segundo Xavier (2013b), a intersecção entre os modos verbal, visual e sonoro possibilitada por computadores e outros equipamentos hipermídia deram origem ao modo de enunciação digital. Esse particularmente diverso dos demais, visto que outros modos enunciativos como verbal, no caso da escrita por exemplo, pode contar com vários suportes - papel, barro, metal, monitores de TV, telas de celulares etc. Já o modo de enunciação digital, para o autor,

só se realiza na tela do computador ou de outro equipamento hipermídia. Aparelhos com tecnologia digital possibilitam o encontro entre todos os modos de enunciação no hipertexto. Em outras palavras, a convergência de suportes de leitura propiciada por tecnologia digital (em especial pelo computador) produzem uma nova tecnologia enunciativa – o hipertexto –, que por sua vez faz nascer um novo modo de enunciação, o digital e sua respectiva linguagem digital. Ela coloca à disposição do usuário todos os modos enunciativos anteriores concomitantemente. (XAVIER, 2013b, p. 188)

Em síntese, a confluência de suportes de leitura proporcionada pela tecnologia digital origina uma nova tecnologia enunciativa, o hipertexto, esse por consequência gera o modo de enunciação digital. Para o estudo, o enquadramento teórico acerca da enunciação digital é

importante para a compreensão do sentido global do discurso nos ambientes virtuais, isto é, a indissociabilidade de sentidos a partir da fusão entre os modos (verbal, visual e sonoro) disponibilizados agora em apenas um, o digital. O que para nós, que defendemos a função retórica na fake news, indica que esses arranjos multimodais organizados de maneira deliberada com base em técnicas retóricas variadas estruturam a verossimilhança, ou seja, a multimodalidade é considerada como um método de produção de fake news em concomitância com técnicas retóricas, que assim tem sua capacidade de persuasão dilatada pela enunciação digital.

3 RETÓRICAS

Nesta seção, o eixo temático trata dos desdobramentos da retórica e de suas múltiplas facetas em diversas sociedades até os dias atuais, assim discorreremos inicialmente sobre a fragmentação da retórica na modernidade (REBOUL, 2004); relatamos em suas origens as relações com o Direito (REBOUL, 2004; BARTHES, 1975), Democracia (TODOROV, 1977) e o conseqüente exercício da cidadania (FUSTEL, 1988), bem como a aproximação que as fake news mantêm com esses tópicos relacionados à vida pública.

Em seguida, tratamos de alguns pontos da sistematização retórica clássica aristotélica, da argumentação retórica perelmaniana, das manifestações retóricas contemporâneas através de suportes digitais elencadas por Eyman (2015) e da retórica digital (XAVIER, 2012; EYMAN, 2015). Abordamos a evolução discursiva da linguagem verbal para multimodalidade (KRESS, 2003; KRESS; LEEUWEN, 2001, 2006) no universo retórico, bem como aspectos da enunciação digital (XAVIER, 2013b). Por fim, apresentamos os pontos que caracterizam e constituem a tese principal da pesquisa, isto é, a retórica multimodal nas fake news.

3.1 Retórica Estilhaçada

Definir a retórica, identificar técnicas e os papéis sociointeracionais discursivos que ela ocupa atualmente, mesmo podendo dispor do enquadramento teórico basilar aristotélico que remonta à cultura clássica e dos estudos sobre argumentação de Perelman e Olbrechts-Tyteca, ainda assim não é tarefa simples, posto que requer análises multi e interdisciplinares, ante o alcance tentacular retórico em áreas diversas nas relações humanas ao longo da história, e tendo em vista que sua ocorrência ultrapassa fatores meramente linguísticos.

Para Júnior (2005, p. 21), “nunca existiu um sistema uniforme de retórica clássica, embora se multipliquem os esforços de a apresentar como um sistema”, e muitas são as tentativas de uma conceituação geral. Contudo, é importante ter noções do “extenso número de definições potenciais (ver Kinney, 2007, por 114 páginas de definições, organizadas cronologicamente de Safo, por volta de 600 a.C, a John Ramage, 2006)” (EYMAN, 2015, p. 13).

Na busca desse entendimento, partimos para a investigação das origens mais remotas do nosso objeto de análise, que para esta pesquisa apresenta uma relação de convergência em direção aos posicionamentos teóricos de Reboul (2004) e Barthes (1975) acerca da relação entre retórica e direito, bem como sua associação à cidadania (FUSTEL, 1988) e à democracia (TODOROV, 1977), ou seja, o discurso em esferas sociais e públicas. Entretanto, levando em consideração o contexto hodierno em que podem ser observados impactos comunicacionais que as tecnologias digitais, rede mundial de computadores e internet têm trazido ao dinamizarem substancialmente novidades linguísticas multimodais e persuasivas que saltam, viralizam e se aglutinam simultaneamente em telas socialmente conectadas sob vastas e efêmeras temáticas, talvez seja necessário, inicialmente, uma reflexão acerca da retórica hoje. Reboul (2004, p. 82) avalia que

finalmente, e mais importante, a retórica moderna é uma retórica estilhaçada, fragmentada em estudos distintos. Distintos não só pelo objeto, mas pela própria definição que dão à palavra “retórica”, de tal modo que cabe perguntar se esse termo ainda tem algum sentido preciso. Esse estilhaçamento, que afeta, aliás, a arte e a filosofia, é um dos grandes sinais da nossa cultura, índice de que ela está bem viva, pois é a vida que estilhaça as formas rígidas. Mas também de que, como acontece com tudo o que é vivo, há o risco de morrer.

O autor chega a essa conclusão, pois considera que o objetivo da retórica moderna não é mais o de ensinar a produzir discursos regrados, “aprende-se, mas esse ensino, que no fundo se identifica com a formação literária e filosófica, já não é visto como retórica” (REBOUL, op. cit., p. 82), sendo mais voltado para interpretação, como também avalia que seu campo de atuação avança para muito além dos três gêneros oratórios antigos teorizados por Aristóteles, a saber, judiciário, deliberativo e epidítico. Ela vai se agregando às formas contemporâneas do discurso persuasivo como a publicidade; aos gêneros não tradicionalmente retóricos como a poesia; bem como, às produções não verbais (REBOUL, op. cit.).

Muitas questões podem ser suscitadas, a partir da abordagem de estilhaçamento retórico, quando contextualizadas com as práticas discursivas cotidianas materializadas no universo digital, por exemplo, se curtidas nos posts poderiam se enquadradas no posicionamento teórico sobre adesão segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005). Num paralelo com oradores gregos que nas assembleias “venciam” debates ao conquistar a anuência do auditório, podemos cogitar que hoje essas figuras também se identificam, em alguns aspectos, com influenciadores digitais que nos espaços virtuais conseguem o assentimento de milhares ou milhões de

seguidores que se engajam e compartilham seus conteúdos, ou, ainda, se existem e quais seriam os elementos retóricos determinantes para o êxito persuasivo das fake news.

Questionamentos variados como os anteriores acerca da persuasão associada ao uso de técnicas retóricas pairam sobre atos comunicacionais em ambientes digitais. Portanto, análises multidisciplinares, partindo da proposta de fragmentação, podem indicar novos rumos que a retórica tem tomado, sobretudo, considerando o pressuposto de “que é a vida que estilhaça formas rígidas” (REBOUL, 2004, p. 82), bem como lembra Bakhtin (1992, p. 290) de que “a compreensão de uma fala viva, de um enunciado vivo é sempre acompanhada de uma atitude responsiva ativa”.

Dessa forma, seguimos em busca de elos linguísticos, retóricos e sócio-históricos que possibilitem à pesquisa discorrer sobre determinadas linhas e abordagens teóricas clássicas (ARISTÓTELES, [350-335 a.C.] 2019), revisitadas (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, [1958] 2005) e contemporâneas (XAVIER, 2012; EYMAN, 2015) que se entrelaçam contextualmente, até os nossos dias, a fim de estruturar a nossa concepção de retórica multimodal nas fake news com base nos arranjos dos modos enunciativos aplicados em sua produção digital para fins persuasivos.

3.2 Retóricas *Ab Ovo*

Embora Aristóteles já estivesse debruçado analisando meios persuasivos da retórica presentes em obras que antecederam em dezenas de anos “Górgias” (380 a.C.), de Platão, a palavra retórica, que se originou do grego *rhêtorikê* e significa “arte de falar bem”, teve seu primeiro registro nela. Inclusive, Schiappa (1999) defende que o termo só poderia ser utilizado a partir de Platão, já que não constam antes da obra do filósofo registros da palavra, o que para a pesquisa é de pouca relevância, visto que a prática retórica é comprovadamente anterior a aspectos meramente terminológicos.

De volta ao diálogo platônico “Górgias” ([380 a.C.] 2011), nele são tecidas incisivas críticas acerca de métodos questionáveis de persuasão utilizados pelos sofistas. Os oradores, filósofos e mestres dessa corrente filosófica, em grande parte das vezes, apresentavam suas teias discursivas apenas em busca de adesão da audiência - a qualquer custo. Diferentemente de Aristóteles, um dos maiores pensadores gregos, ou melhor, da Humanidade, que em sua obra “Retórica” advoga em favor da argumentação retórica aproximando-a da dialética como mais

uma forma válida de construção do pensamento na busca da verdade qual o raciocínio analítico, porém sempre pautando essa construção pela ética.

O filósofo grego foi determinante para a sistematização de técnicas retóricas de persuasão observadas, à época, nos três gêneros do discurso público (judiciário, deliberativo e epidítico). Esclarecem Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005, p. 78) que

para Aristóteles, o orador se propõe atingir, conforme o gênero do discurso, finalidades diferentes: no deliberativo, aconselhando o útil, ou seja, o melhor; no judiciário, pleiteando o justo; no epidítico, que trata do elogio ou da censura, tendo apenas de ocupar-se com o que é belo ou feio.

Os fundamentos retóricos aristotélicos, até os dias atuais, continuam estruturais para a proposição e embasamento de novas pesquisas e, inclusive, em teorizações multidisciplinares. Entretanto, por vezes, tal enquadramento leva-nos a indagar se a Retórica seria *ab ovo* um monopólio da capacidade persuasiva linguística grega.

De fato, a retórica constitui um dos traços essenciais e distintivos do gênio grego. No entanto, é possível observar em outras culturas manifestações com fins retóricos. Bem anterior à Grécia, Hallo (2004) aponta a origem da retórica na Mesopotâmia, ao analisar a literatura cuneiforme; e o acadêmico americano Kennedy (1998), ainda que utilizando comparativamente alguns pontos da abordagem teórica de Aristóteles, expande o horizonte cultural e geográfico da retórica, bem como defende seu caráter biológico. Esse último, especialista em retórica clássica, propõe em seu livro “*Comparative Rhetoric: An Historical and Cross-Cultural*”, de 1998, partindo de uma perspectiva transcultural, a existência de um tipo de inatismo retórico como sendo uma característica universal da expressão humana e, analogamente, faz a associação no sentido de que esse fenômeno também alcançaria a vida animal.

O autor analisa práticas retóricas próprias, até mesmo, em sociedades ágrafas com forte tradição oral como a dos aborígenes australianos, alguns povos africanos, astecas, índios estadunidenses; além do uso de métodos de persuasão por civilizações antigas como Egito, Mesopotâmia, Índia e China. Em síntese, Kennedy avalia que a retórica apresenta caráter instintivo equivalente a uma forma de autopreservação dos seres vivos manifestada pela comunicação, não necessariamente verbal. Para ele, por mínima que seja, não existe expressão vocal com um “grau zero” de retórica (KENNEDY, 1998, p. 05, tradução nossa). Logo, por esse posicionamento teórico seria possível considerar que os seres são retóricos por natureza ou de natureza retórica.

Nesse ponto, fazemos o seguinte adendo: diversamente dos outros animais com suas manifestações instintivas, compartilhamos da definição de Aristóteles sobre o homem como *zôon lógon échon*, cuja tradução da expressão significa “vivente dotado de palavra” (BONDÍA, 2002), ou seja, é a palavra o traço distintivo do homem. Através da palavra se expressa, organiza-se o pensamento, argumenta-se, persuade-se e são criados significados sobre as vivências interiores e exteriores.

O brevíssimo panorama sobre a retórica em outras culturas, também sob ótica diversa da perspectiva clássica ocidental, fornece indícios de que sua prática se adapta às necessidades sociais, políticas e culturais recorrentes de cada povo, aproximando-se da seguinte concepção de Miller (1984, p. 163, tradução nossa): “a compreensão do gênero retórico que defendo é baseada na prática, nas convenções de discurso que uma sociedade estabelece como formas de “agir em conjunto”.

Desse modo, a origem, os objetivos, o aprimoramento, as formas de manifestação comunicacional, os recursos linguísticos, entre outros fatores ganham contornos peculiares nas comunidades linguísticas em que a retórica se expressa dialogicamente. Dito isso, para fins de fundamentação teórica, a pesquisa segue para antiguidade clássica em busca de tópicos que remontem, a partir do prisma greco-latino, às possíveis origens da retórica.

3.3 O Direito e o nascimento da Retórica

Uma das teses sobre o surgimento da Retórica, à que aderimos, é a de que ela teria se originado a partir da necessidade de aplicabilidade de técnicas argumentativas sob novas demandas sociais com intuito de reparar e restabelecer aos cidadãos vários direitos subtraídos pela tirania de governantes, ou seja, sua “origem seria judiciária, não literária” (REBOUL, 2004, p. 02), e, segundo Barthes (1975), prioritariamente, o direito à propriedade.

Especificamente, em 485 a.C., dois tiranos sicilianos, Gelon e Hieron, deportaram, desterraram, forçaram a emigração e expropriaram nativos para estimular o povoamento de Siracusa (região da Sicília) e para dar terrenos de outras partes da Sicília a mercenários. Os opressores foram depostos em razão de um levante democrático, por meio do qual o povo lesado passou a pleitear em inúmeros processos “judiciais” as reparações de suas garantias e direitos. As decisões vieram por grandes júris populares, nos quais os oradores expunham seus argumentos objetivando o assentimento do público. Os prejuízos e as reparações dos cidadãos de Siracusa se deram, fundamentalmente, em virtude da eloquência dos oradores que, por meio

da oratória, faziam uso de vários meios de persuasão para cativar os julgadores (BARTHES, 1975).

À época, o Racionalismo baseado na analítica como método para resolver essas novas contendas era, de certa forma, de pouca efetividade em áreas com tamanha complexidade subjetiva. Acerca das limitações analíticas em torno da argumentação, Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005, p. 3) quase concluem, com um questionamento incisivo sobre as consequências da ausência do diálogo, que

a razão é totalmente incompetente nos campos que escapam ao cálculo e de que, onde nem a experiência, nem a dedução lógica podem fornecer-nos a solução de um problema, só nos resta abandonarmo-nos às forças irracionais, aos nossos instintos, à sugestão ou à violência?

A respeito da indagação anterior, levando em conta os desdobramentos políticos e jurídicos em Siracusa, pode-se considerar que a Oratória, outra forma de manifestação retórica, impusera uma nova ordem, distinta e ao mesmo tempo tão necessária quanto a dogmática lógica demonstrativa, ao adentrar esferas como a judicial e a política apresentando soluções baseadas na argumentação.

A tirania sucumbiu à democracia pela palavra. Esse fato fez multiplicar o número de habilidosos oradores tais quais Córax e seu ex-pupilo Tísias, cuja autoria do primeiro manual de Retórica é atribuída à dupla (BARTHES, 1975). Por conseguinte, foi se desenvolvendo uma arte que pudesse ser ensinada nas escolas e que qualificasse discursivamente cidadãos na luta por direitos, e logo vieram os primeiros professores do que futuramente se tornaria a Retórica. Não tardou para que se estendesse da Sicília até Atenas. O ensino da oratória foi popularizado no século V a.C. por professores itinerantes conhecidos como sofistas, que eram remunerados pelas lições, sendo os mais conhecidos Protágoras (c. 481–420 a.C.), Górgias (483–376 a.C.) e Isócrates (436–338 a.C.).

A retórica avança sobre novos territórios. Reboul (2004, p.71) destaca no Período latino a importância dela: “depois de Isócrates e Aristóteles, a retórica se instala na cultura grega helenística como disciplina essencial, tão importante quanto para nós a matemática”. Barthes (op. cit., p.17) narra que no séc. II a.C., “os retores gregos afluem para Roma”, e assim foram criadas escolas para o ensino de retórica, nelas o critério para a formação das turmas era o etário.

O conteúdo básico lecionado nessas escolas consistia na aplicação prática de dois exercícios: as *suasoriae*, tipos de dissertações persuasivas, com foco no gênero deliberativo; essas atividades contemplavam as crianças. Já os mais velhos aprendiam sobre as *controvérsias*, essas tinham como objetivo a melhoria da prática retórica no gênero judicial (BARTHES, 1975).

Em Roma, ganharam relevo Cícero com as “obras axiais” (BARTHES, op. cit.) *Do orador*, completada por *O orador*, 55 e 46 a.C.; e Quintiliano com *Instituição oratória*, presumivelmente redigida em 93 d.C. (REBOUL, 2004). Tais obras são relevantes tratados de retórica, escritos por excelentes oradores atuantes na prática jurídica.

Reboul observa que os romanos possuíam advogados, diferentemente dos gregos. Porém, eles não recebiam remuneração para atuarem em seu ofício, então como forma de alívio compensatório poderiam ganhar presentes. Cícero e Quintiliano foram grandes advogados que teorizaram acerca de técnicas persuasivas. O último, “um bom professor [...] desfrutou de enorme fama em vida” (REBOUL, op. cit., p. 19). E assim como na Grécia Antiga, a retórica seguiu relacionada à vida pública, política e a questões judiciais.

Mais adiante, durante parte da Idade Média, ainda podemos destacar o importante papel que a Retórica ocupou junto à Lógica e à Gramática, sendo ensinada nas universidades como uma das três artes liberais originais ou Trivium⁹, que Barthes (op. cit., p. 39) resumidamente: “em sua totalidade: é toda a ciência da linguagem”. Ensino que perdurou por séculos.

Considerando todo o exposto, fica em evidência a imprescindibilidade da argumentação no desenvolvimento das práticas sociais, ou seja, com cidadãos aptos a reivindicarem direitos e pontos de vista por meio da interação discursiva com respaldo de técnicas retóricas que se avizinham de fundamentos da dialética.

⁹ As Artes Liberais Clássicas, divididas em Trivium e Quadrivium, foram o principal modelo educacional na Antiguidade Clássica e na Idade Média. O termo liberal vem do latim *liber*, que significa “livre”. Assim, a educação primava pela liberdade de escolha da maneira de instrução sob a orientação de um mestre. Essa concepção de estudo foi desenvolvida pelo filósofo e matemático grego Pitágoras de Samos, na qual o Trivium era formado pela retórica, gramática e lógica, isto é, basicamente em torno da linguagem, dos modos de expressão e de raciocínio.

Esse recorte histórico é, por ora, suficiente para esclarecimento e estruturação teórica da tese proposta pelo estudo que relaciona os temas retórica, fake news e multimodalidade em relação à sua produção. Entendemos que as fake news, composições multimodais persuasivas, cujos modos enunciativos são pensadamente arranjados retoricamente para minar os debates de interesse público, portanto agindo avessamente às suas origens jurídicas e políticas, inicialmente pautadas pela ética na argumentação visando à solução de conflitos sociais como os destacados por Reboul (2004) e Barthes (1975).

3.4 Democracia, Retórica e Fake News

O regime democrático foi determinante para o aperfeiçoamento da retórica segundo Todorov (1977), pois até o século VII a.C. várias cidades gregas eram comandadas por monarcas que decidiam a bel prazer de seus interesses privados importantes questões de políticas públicas, sem que essas resoluções contassem com a participação popular, embora tivessem impacto direto na vida do povo. Com o desenvolvimento da *polis* democrática, as habilidades discursivas orais foram se adaptando às necessidades cotidianas da vida pública e política dos cidadãos, visto que muitas decisões judiciais e políticas passaram a ser tomadas com o respaldo da loquaz oratória, o embrião da retórica. A partir da análise da obra “Do Orador”, de Cícero, Todorov (1977, p. 57) descreve com propriedade a relação indissociável entre retórica e democracia, sintetizando que

a democracia é a condição indispensável ao desenvolvimento da eloquência; reciprocamente, a eloquência é a qualidade superior do indivíduo que pertence a uma democracia: nenhum dos dois pode passar sem o outro. A eloquência é “necessária”: eis o seu traço dominante, e, ao mesmo tempo, a explicação do seu sucesso.

Na Antiga Grécia, a presença dos cidadãos em debates para expor suas opiniões e ideias acerca de políticas públicas a serem implementadas futuramente nas pólis era muito valorizada e incentivada, o que por consequência auxiliou na consolidação da retórica como poderosa ferramenta meio para tal fim. Entretanto, essa participação popular em deliberações de interesse de bem comum era condicionada por uma rígida disciplina e exigências a quem se dispusesse a exercê-la. Fustel (2006), em seu livro “A cidade Antiga”, descreve a rotina, em alguns momentos, bastante desgastante para os cidadãos que ficavam com tempo reduzido para conciliar os deveres da cidadania com suas atividades laborais e vida doméstica, uma vez que

as assembleias eram periódicas, sendo-lhes imposto um empenho ativo. “Por isso Aristóteles dizia, com muita justiça, que o homem que tinha necessidade de trabalhar para viver não podia ser cidadão. Tais eram as exigências da democracia” (FUSTEL, 2006, p. 541).

O direito de fala é um bem precioso (por isso tantas ressalvas e cerceamentos em torno dele ao longo da história) e para praticá-lo, à época, no palco das assembleias eram necessários determinados pré-requisitos:

Todos podiam falar, sem distinção de fortuna nem de profissão, mas com a condição de que provasse que gozava de direitos civis políticos, que não devia ao Estado, que era de bons costumes, que se casara legitimamente, que possuía bens imóveis na Ática, que cumprira todos seus deveres para com os pais, que havia feito todas as expedições militares para as quais fora convocado, e que não se desfizera do escudo em nenhum combate. (FUSTEL, 2006, p. 535)

Dessa forma, os gregos continuam atuais ao mostrarem às sociedades com aspirações civilizatórias a importância do papel argumentativo que cada cidadão tem em mãos para fortalecer e construir as pontes democráticas essenciais, *lato sensu*, para boa convivência social. Distintamente dos âmbitos virtuais contemporâneos, se comparada à postura dos cidadãos gregos a dos usuários das mídias digitais que passam grande parte de seu tempo conectados; e o resultado tem sido o espetáculo tenebroso de desleixo no exercício da cidadania, o mais grave: num ambiente que foi planejado e que vem sendo desenvolvido para interação e colaboração com o mundo inteiro. Algo como o que “Friedman parecia ter em mente uma espécie de aldeia global na qual crianças na África e executivos em Nova York construiriam juntos uma comunidade. Mas não é isso que está acontecendo: [...] os nossos vizinhos reais são cada vez mais parecidos conosco” (PARISER, 2012, p. 16-17).

Contudo, esse espírito coletivo de “aldeia global” tem tido como obstáculos as argumentações que tomam por base opiniões pessoais e/ou alheias infundadas, embasadas em costumes inaplicáveis em culturas e ideologias diferentes, teorias fantasiosas, fontes desconhecidas e fake news compartilhadas como factuais, fazendo valer ao final apenas o ponto de vista que cada um defende, esvaziando assim o sentido dos debates democráticos produtores. D’Ancona (2018, p. 47) enfatiza que “a epidemia de notícias falsas fez com que os eleitores e a opinião pública tomassem decisões equivocadas, baseadas na emoção e em crenças pessoais, ao invés de em fatos objetivos”.

Isso posto, fica o alerta: “A democracia não podia durar senão sob a condição do trabalho incessante de todos os cidadãos. Por pouco que o zelo se afrouxasse, ela devia ou perecer ou se corromper” (FUSTEL, 1988, p. 541). Se refletirmos a respeito de termos civilizatórios, desde os primórdios a retórica faz parte de nossa constituição social. Vários dos antigos filósofos a viam como uma arte cívica, ponto de vista defendido inicialmente por Aristóteles e Isócrates. Esse último destaca o seu papel vital para a estruturação social,

porque houve implantado em nós o poder de persuadir uns aos outros e esclarecer um ao outro o que desejamos, não apenas escapamos da vida das feras, mas nós nos reunimos e fundamos cidades e fizemos leis e inventamos artes; e, de modo geral, não há nenhuma instituição criada pelo homem que o poder da palavra não nos tenha ajudado a estabelecer. (ISÓCRATES, 1980, p. 327)

Sob essa perspectiva, as sociedades são moldadas para o bem ou para o mal pela palavra, independentemente dos recursos e suportes tecnológicos disponíveis, ou seja, “a argumentação é uma ação que tende sempre a modificar um estado de coisas preexistente” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 63).

O mundo globalizou-se. Em tempo real, através da internet com um simples aparelho celular podemos assistir, rolando com os dedos, no *feed* de notícias de alguma rede social ou por aplicativo de envio de mensagens: uma guerra no Oriente Médio ou na Europa; resultados eleitorais surpreendentes em países longínquos ou em superpotências; protestos *antivax* e contra a caça de animais; desastres ambientais; a rotina “sem filtros” de digitais *influencers*; casamentos e velórios de personalidades e nulidades; manifestações de intolerância religiosa; a dancinha viral do momento; autoridades discursando fake news; e, sobretudo, como ressalta Ferrari (2021, p. 17): “a desinfodemia (pandemia de desinformação, termo cunhado pela Unesco) que nos assola globalmente”.

Tudo isso condensado em várias mídias e disposto por vários modos e linguagens, ou seja, multimodalmente nas telas de computadores e celulares, o que configura o modo de enunciação digital (XAVIER, 2013b). Diante desse mundo que se pode carregar nas mãos e que desgasta retinas com sua “luz azul”, ilimitadas opiniões são emitidas por seus usuários, então emergindo uma prática retórica contínua, que nos remete à Grécia Antiga, “como o poder,

diante de quase qualquer questão que nos é apresentada (Aristóteles, [350-335 a.C.] 2019, p. 36).

Contudo, habitualmente se observa a predominância de convicções e certezas personalíssimas e passionais, por conseguinte nos deparamos com o espectro da pusilanimidade para replicar contestações e enriquecer as trocas dialógicas. Em suma, “não há regras para a aceitabilidade do que se pensa e se fala quando as normas desvanecem. Foram erodidos os princípios daquilo que uma conversação deve ser” (SANTAELLA, 2018, p.20).

Contemporaneamente, com a consolidação da rede mundial de computadores (*World Wide Web*) e a expansão da internet, não somente consumimos passivamente notícias e conteúdos como ocorria nas épocas em que os meios de comunicação de massa dominantes eram jornal impresso, rádio e televisão; como também passamos a produzi-los e compartilhá-los em redes sociais e aplicativos de envio de mensagens num ritmo constante. Santaella (2018, p. 19) faz a seguinte análise sobre as mudanças na comunicação:

Tradicionalmente, na era hegemônica da comunicação de massas, as notícias eram fabricadas em fontes restritas, relativamente confiáveis na medida em que deveriam seguir práticas baseadas em códigos estritos de deontologia, ou seja, o conjunto de deveres, princípios e normas adotadas por um determinado grupo profissional, nesse caso, a profissão de jornalista. A partir da emergência da internet, da cultura digital e das redes sociais, surgiram novos modos de publicar, compartilhar e consumir informação e notícias que são pouco submetidos a regulações ou padrões editoriais.

O que se explica, parcialmente, por razões comerciais: “os editores humanos profissionais são caros, o código é barato. Cada vez mais, vamos depender de uma mistura de editores não profissionais (nossos amigos e colegas) e códigos informáticos para decidir o que ver, ler e ouvir” (PARISER, 2012, p. 38-39). No entanto, o dado mais alarmante é que não há controle sobre a disseminação de mentiras e discursos segregadores que pululam e direcionam exponencialmente as interações comunicacionais, aqueles recheados de técnicas persuasivas linguísticas e de programação informática para que os usuários fiquem mais tempo absortos nas bolhas das redes sociais. “É um círculo virtuoso [...] Usa e acumula dados dos usuários para propor melhores conteúdos, aumentando a audiência e o tempo de permanência na plataforma” (GENESINI, 2018, p. 56), criando a ilusão de ambiente salutar diversificado apto às trocas dialógicas, mas que na verdade expõe apenas o que convém a cada usuário.

Pariser (2012, p. 8-9, grifo nosso) elenca ações que a utopia democrática inicial da internet previa:

Durante algum tempo, parecia que a internet iria redemocratizar completamente a sociedade. Blogueiros e os chamados “jornalistas cidadãos” iriam reconstruir os meios de comunicação com as próprias mãos. Os políticos só poderiam concorrer nas eleições se contassem com ampla base de apoio, recebendo pequenas doações de pessoas comuns. Os governos locais se tornariam mais transparentes e teriam de prestar contas aos cidadãos. Contudo, esses tempos de conectividade cívica com os quais eu tanto sonhava ainda não chegaram. A democracia exige que os cidadãos enxerguem as coisas pelo ponto de vista dos outros; em vez disso, estamos cada vez mais fechados em nossas próprias bolhas. **A democracia exige que nos baseemos em fatos compartilhados; no entanto, estão nos oferecendo universos distintos e paralelos.**

E o resultado não tem ocorrido como o idealizado. O que pode ser comumente observado nos ambientes de interação digital que vêm se tornando e consolidando como campos férteis para discursos de ódio, “egos inflados”, comentários desarrazoados e todo tipo de mentiras. Esses conteúdos são manifestados linguisticamente em formas e gêneros digitais próprios e variados como memes, *hashtags*, GIFs (*Graphics Interchange Format*), *podcasts*, *lives*, *stories*, fake news etc., que, por vezes, soam aparentemente inofensivos, mas que seguem gradativamente minando a convivência democrática e as interações argumentativas salutares.

Entre essas formas digitais, destaca-se pelo quase imensurável alcance as fake news com sua célere natureza venosa, “que agora vitimam o debate público no mundo todo como um vírus que inverte os vetores dos processos decisórios democráticos – constituem outra modalidade de mentira” (BUCCI, 2019, p. 29), e que contam com um eficaz suporte técnico assim resumido por Ferrari (2021, p. 44): “notícias falsas são propagadas pela tecnologia com seus algoritmos e robôs (*bots*) em velocidade assustadora. Em questão de minutos viralizam para o bem ou para o mal”.

A retórica em suas origens clássicas possui fortes laços com o direito (REBOUL, 1991); (BARTHES, 1975), a democracia (TODOROV, 1977) e o exercício da cidadania (FUSTEL, 2006); assuntos e temas que podem ser facilmente observados em fake news que circulam fartamente, sobretudo, em períodos eleitorais.

Santaella (2018, p. 23) destaca que “de fato, a área mais afetada pelas NFs (notícias falsas) é inegavelmente a da política, justamente esse campo de atuação e decisão de que dependem os destinos da democracia”. Logo, o principal desafio dialético para a retórica em relação às fake news se constitui quando passam a tratá-las como argumentos, uma vez que são colocadas na posição de notícias (fatos) reais por seus curtidores e compartilhadores, assumindo praticamente status análogo a uma demonstração analítica, isto é, uma verdade incontestável. Em razão disso, notoriamente as fake news têm atuado em sentido de total descompasso, ao minar a ética e fundamentos da argumentação com suas armadilhas persuasivas, muitas das quais precisamos urgentemente analisar e compreender a bem da retórica democrática, a mais próxima possível daquela fundada nos antigos moldes gregos.

3.5 A Retórica Multimodal nas Fake News

Nesta subseção, seguimos um percurso histórico-linguístico da retórica a fim de destacar o papel determinante das linguagens para cada época na argumentação, bem como a importância da retórica na constituição das formas de pensar.

Ao adentrarmos nos canais comunicacionais trilhados pela Retórica historicamente, atentando para a análise de múltiplos recursos linguísticos e semióticos aos quais ela recorre(u) como sustentáculo em cada época, encontra-se vasto lastro para início do trajeto pela cultura clássica greco-latina, por sua fundamentalidade na formação do pensamento ocidental nas mais diversas áreas do conhecimento, como também pelas imprescindíveis contribuições linguísticas. Sobremaneira na Grécia - com toda sua grandiloquência mítica, heroica, democrática, jurídica e filosófica apregoada em seus paradigmáticos ensaios, homéricas epopeias, legislações, diálogos, tratados, tragédias, julgamentos, encômios, discursos e deliberações com a participação dos cidadãos nas assembleias e Ágoras. Essas diversas manifestações linguísticas muito bem estruturadas pela palavra (falada e/ou escrita), que era lapidada meticulosamente para atrair as mentes e os corações do auditório.

Inicialmente o florescimento da Oratória, arte que primava pela eloquente desenvoltura argumentativa nas exposições orais, fez com que emergisse uma cornucópia de proeminentes retóricos e mestres sofistas que a ensinavam itinerantemente pelas pólis. Esses contavam discursivamente com gêneros orais para estimular e desenvolver habilidades argumentativas e persuasivas dos alunos com a finalidade de angariar o assentimento de variadas audiências.

Entre os que se notabilizaram estão Péricles (490-429 a.C.) - considerado o primeiro orador de Atenas, Protágoras (486-411 a.C.), Górgias (485-380 a.C.), Isócrates (436-338 a.C.) e Demóstenes (384-322 a.C.). O último é digno de menção, posto que “a tempo inteiro se dedicou a exercitar os argumentos, o arranjo das ideias e frases, a declamação, e bem assim a combater a gaguez e a falta de clareza” (PLUTARCO, [46-120d.C.] 2010, p. 22), ou seja, um exemplo de obstinação que o tornou um dos maiores oradores da história grega.

Em seus primórdios, a Oratória foi tida como sinônimo de Retórica, pois mantiveram uma relação de bastante proximidade, visto que a palavra grega *rhêtorikê* que significa em português “arte de bem falar” ganhou a tradução em latim de *Oratore*. A primeira forma discursiva constituída basicamente em torno da enunciação intermediada pela oralidade tem sua origem na palavra “orador”, sendo assim atrelada ao significado de *oratore*, isto é, “arte de falar bem em público”, como bem destaca o historiador Plutarco ([46-120 d.C.] 2010, p. 22) algumas importantes características dessa arte evidenciadas por meio do amigo ator de Demóstenes “de nome Sátiro, que percebeu a importância da elocução, da declamação, do tom de voz e dos gestos para a eficácia do discurso” a fim de prender a atenção e obter o consequente apoio do espectador.

Em relação à Retórica, essa consiste na utilização de técnicas que organizam os discursos oral e escrito, tornando-os coesos e coerentes ao valorizar o desenvolvimento de tópicos, bom emprego de palavras, expressões, ideias e linguagem - recursos que podem ser mais bem avaliados no esmero próprio das exigências do universo da escrita, que prima pela articulação deliberada de todos esses elementos a fim de persuadir e/ou convencer o interlocutor.

Necessariamente, uma boa oratória requer uma boa retórica, o que ajuda a aclarar suas respectivas funções. Ainda assim, a indissociabilidade entre ambas fica mais evidente a partir da compreensão cultural da sociedade grega clássica durante o período amplamente marcado pela oralidade, uma vez que “na Antiguidade, os suportes de cultura eram essencialmente o ensino oral e as transcrições a que aquele podia dar ocasião” (BARTHES, 1975. p. 25).

Conforme o historiador da cultura Eric Havelock (1996a, p. 55), “a comunicação oral representava o fundamento essencial da vida cultural dos gregos, ainda na época de Górgias e mesmo na de Platão”. Não era prática comum das pessoas, à época, a leitura como meio de se informar sobre os acontecimentos, uma vez que era relativamente incipiente o uso dos

caracteres apropriados dos fenícios que originaram o alfabeto grego. Os gregos conferem miticamente a pedra angular de seu alfabeto a Cadmo que morou na Fenícia e o teria trazido, ao voltar à Grécia (HAVELOCK, 1996b). Embora sejam imprecisas as datas do ocorrido, “estima-se entre os séculos XIV e VII a.C.” (Moorhouse, 1968, p. 176); e, segundo Havelock (1996b, p. 58), foi só depois da primeira metade do século IV que “os gregos vieram a se tornar uma comunidade de leitores”. Sinteticamente, dos sofistas a Platão, segue um tempo de transição entre oralidade e escrita, que convivem com suas peculiaridades perante demandas advindas, sendo que a segunda começa a sobrepor-se à primeira.

Aristóteles (384-322 a.C.), filósofo natural de Estagira, foi essencial para elevação da retórica, a qual alguns antigos pensadores e filósofos entendiam por “*ars bene dicendi*” (arte do bem falar) e “*scientia bene dicendi*” (a ciência de falar bem), respectivamente, Hermágoras e Quintiliano; e, posteriormente, geradora de persuasão, visão compartilhada por Córax, Tísias, Górgias, Aristóteles e Platão (JÚNIOR, 2005). Aristóteles focou suas análises nos meios mais eficazes para persuadir, com a ressalva de que deveriam ser pautados pela ética, ou seja, nessas falas “a palavra bem para ele tem sentido não só estético como também moral” (REBOUL, 2004, p. 73).

Em sua obra seminal Retórica, composta por três livros escritos entre os anos 350-335 a.C., o estagirita avaliou técnicas persuasivas mais eficientes e adequadas em situações variadas como a utilização do ethos, pathos, logos, entimemas (grosso modo, tipo de silogismo incompleto que conduz a conclusões prováveis) e alguns pontos fulcrais da argumentação dialética fazendo uma correlação entre essa forma de pensamento e a retórica, registrando a importância desta em contraposição ao caráter coercivo da demonstração analítica, ao defender que a busca da verdade e a estruturação do conhecimento e raciocínio se dessem para além da lógica formal, ou seja, “a dialética de Aristóteles é apenas a arte do diálogo ordenado. O que a distingue da demonstração filosófica e científica é raciocinar a partir do provável” (REBOUL, 2004, p. 28). Contudo, o método analítico respaldado pelo Racionalismo cartesiano por vários séculos viria a se arraigar e consolidar como base hegemônica do pensamento científico, visto que

Descartes e os racionalistas puderam deixar de lado a retórica na medida em que a verdade das premissas era garantida pela evidência, resultante do fato de se referirem a ideias claras e distintas, a respeito das quais nenhuma discussão era possível. Pressupondo a evidência do ponto de partida, os racionalistas desinteressaram-se de todos os problemas levantados pelo manejo de uma linguagem. (PERELMAN, 1998, p. 142)

Posteriormente, esse posicionamento racionalista foi ratificado pelo Positivismo, a partir do século XIX, “que rejeita a retórica em nome da verdade científica” (REBOUL, 2004, p. 81).

Platão foi crítico ferrenho do método dialético retórico associado aos sofistas, posicionamento enfatizado acidamente em sua obra *Górgias* (380 a.C.). Para o filósofo, a dialética por ser constituída de premissas prováveis e/ou possíveis leva a um resultado apenas provável (que não significa falso, mas facilmente questionável); diferentemente do método analítico que se baseia na demonstração dos fatos, das evidências e que apresenta sempre como resultado uma conclusão verdadeira, isto é, “a construção lógica para, a partir de duas premissas, retirar uma terceira logicamente decorrente das duas primeiras, denominada de conclusão” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 27), tal qual o exemplo de raciocínio dedutivo no silogismo universal clássico:

Quadro 1 – Exemplo de silogismo

Todo homem é mortal.....	(premissa maior)
Sócrates é homem.....	(premissa menor)
Logo, Sócrates é mortal.....	(conclusão)

Fonte: Elaboração própria.

Questões intrínsecas filosóficas à parte. É notório o papel necessário da retórica para o desenvolvimento de fundamentações teóricas nos diversos campos de estudos científicos sociais, uma vez que se inviabilizam métodos de prova comumente aplicáveis às ciências naturais e exatas como a teoria da refutabilidade de Popper (1982). Por conseguinte, sendo mais cabível em tais casos a argumentação pelo preferível diante de juízos de valor proposta por Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005), já que o âmago dialético retórico não se fundamenta pela imposição da evidência. Ainda segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (op. cit., p. 11), mesmo os “lógicos devem completar a teoria da demonstração assim obtida com uma teoria da argumentação”, visto que “são apresentadas várias objeções ao método dedutivo. Uma delas é a de que o raciocínio dedutivo é essencialmente tautológico, ou seja, permite concluir, de forma diferente, a mesma coisa” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 27).

Não obstante a retórica foi postergada e por séculos tratada como uma forma menor para o desenvolvimento de saberes. “Na realidade, foi no século XIX que a retórica realmente declinou, a ponto de quase desaparecer” (REBOUL, 2004, p. 77). Tendo sua tradição sido

retomada por Chaim Perelman em colaboração com Lucie Olbrechts-Tyteca no Tratado de Argumentação: A Nova Retórica, de 1958. As inquietações filosóficas e epistemológicas, sobretudo, do jovem Perelman acerca de como decisões mais justas poderiam ser estabelecidas através de um método universal dialético a ser aplicado à justiça, não descartando a aplicação de juízos de valor, resultaram numa teoria consistente sobre argumentação, isto é, a nova retórica, que mantém pontos comuns principais com a retórica aristotélica como a análise de mecanismos de adesão e formas que o discurso se dirige aos auditórios.

Isso posto, a obra se tornou responsável pelo ressurgimento do interesse acerca do tema nas décadas seguintes, bem como uma das principais propulsoras para a ruptura da concepção cartesiana que se tentava impor teoricamente ao Direito, e que se estendeu para esferas sociointeracionais diversas, já que sabidamente essas requerem também o uso da argumentação em deliberações complexas envolvendo casos concretos.

Tradicionalmente, a linguagem verbal foi e continua a ser fonte basilar para estudos linguísticos sobre a retórica, seja amplamente na modalidade falada ou na modalidade escrita, por vezes, em detrimento de outros modos semióticos não verbais. Kress e Leeuwen (2001) apontaram na cultura ocidental a predileção monomodal em áreas como música, literatura, linguística, cinema, jornalismo etc. Essa indicação auxilia o estudo na compreensão da predominância verbal também no campo retórico, até então.

Os autores constataram que “os gêneros de escrita mais valorizados (romances literários; tratados acadêmicos, documentos e relatórios oficiais etc.) vinham inteiramente sem ilustração e tinham páginas impressas graficamente uniformes e densas” (KRESS; LEEUWEN, 2001, p. 9, tradução nossa). Logo, essa tendência monomodal também se refletia nas pesquisas sobre essas áreas, uma vez que

as disciplinas teóricas e críticas especializadas que se desenvolveram para falar dessas artes tornaram-se igualmente monomodais: uma linguagem para falar de linguagem (linguística), outra para falar de arte (história da arte), outra ainda para falar de música (musicologia), e assim por diante, cada um com seus próprios métodos, suas próprias suposições, seu próprio vocabulário técnico, seus próprios pontos fortes e seus próprios pontos cegos. (KRESS; LEEUWEN, op. cit., p. 9, tradução nossa)

Contudo, os teóricos já previam uma guinada da monomodalidade para multimodalidade, ao analisarem discursos multimodais contextualmente às variações e aos

recursos não verbais que os meios de comunicação de massa começaram a disponibilizar e agregar às suas produções. É mister ressaltar que tal tese abordada pela dupla Kress e Leeuwen na obra “*Multimodal Discourse*” (2001) corresponde à época em que ainda era tímida a cultura digital em nossas interações comunicacionais. Consideravelmente diversa do período que se vivencia duas décadas depois: seres conectados à internet e imersos em telas de computadores e celulares; comunicação fortemente caracterizada pela multiplicidade de modos e de recursos semióticos que atuam simultaneamente com as linguagens verbais na geração de sentidos. Assim, são apontadas mudanças em certas configurações tradicionais a partir desses acréscimos, isto é,

mais recentemente, esse domínio da monomodalidade começou a se reverter. Não apenas os meios de comunicação de massa, as páginas de revistas e histórias em quadrinhos por exemplo, mas também os documentos produzidos por corporações, universidades, órgãos governamentais etc., adquiriram ilustrações coloridas e layout e tipografia sofisticados. E não só o cinema e as performances e vídeos de música popular semioticamente exuberantes, mas também as vanguardas das artes da 'alta cultura' começaram a utilizar uma variedade cada vez maior de materiais e a cruzar as fronteiras entre as diversas artes, design e disciplinas de desempenho, 'para obras de arte multimodais, eventos multimídia e assim por diante. (KRESS; LEEUWEN, 2001, p. 9, tradução nossa)

Pode-se destacar também que importantes períodos históricos apresentam *technes* e suportes que auxiliam expressivamente nas inter-relações humanas e na busca dialógica constante para a solução de demandas sociais que assomam. Amiúde, a sociedade passa por transformações e, necessariamente, as linguagens aliadas às tecnologias marcam essas épocas. Assim como a prensa de Gutemberg possibilitou a instauração de uma nova ordem para a comunicação e expansão do conhecimento, a partir do século XV; o rádio, o cinema e a televisão, nos séculos XIX e XX, contribuíram de forma decisiva para o incremento substancial nas interações e materializações linguísticas em suas respectivas contemporaneidades. Hoje desempenham esse protagonismo computadores e celulares conectados à internet ou *offline*. Ao passo que

os grandes suportes tecnológicos da comunicação tais como rádio, a televisão, o jornal, a revista, a internet, por terem uma presença marcante a grande centralidade nas atividades comunicativas da realidade social que ajudam a criar, vão por sua vez propiciando e abrigando gêneros novos bastante característicos. Daí surgem formas discursivas novas tais como editoriais, artigos de fundo, notícias, telefonemas, telegramas, telemensagens, teleconferências, videoconferências, reportagens ao vivo, cartas eletrônicas (e-mail), bate-papo virtuais (chats), aulas virtuais (aulas chats) e assim por diante. (DIONISIO; MACHADO; BEZERRA, 2002, p. 20)

A princípio, pode-se inferir que essas *technes* seriam responsáveis diretas pelas mudanças linguísticas. No entanto, para Lévy (1999, p. 24) não existe uma dicotomia homem *versus* tecnologia, já que “por trás das técnicas agem e reagem ideias, projetos sociais, utopias, interesses econômicos, estratégias de poder, toda a gama dos jogos dos homens em sociedade”. O autor defende que as tecnologias são produzidas dentro de uma cultura, de forma que as sociedades se encontram condicionadas por elas, ou seja,

dizer que a técnica condiciona significa dizer que abre algumas possibilidades, que algumas opções culturais ou sociais não poderiam ser pensadas a sério sem sua presença. Mas muitas possibilidades são abertas, e nem todas serão aproveitadas. As mesmas técnicas podem integrar-se a conjuntos culturais bastante diferentes. (LEVY, 1999, p. 25)

A globalização, a rede mundial de computadores (*world wide web*) e o avanço da internet impulsionaram o célere e exponencial avanço da *Era Digital* nas últimas décadas, o que permitiu a integração de multimídias num único espaço, tornando possíveis novos arranjos e rearranjos em gêneros textuais que resultam em hipertextos e produções linguísticas híbridas multimodais. As transformações continuam, e os desafios para o campo teórico dos estudos linguísticos se tornam mais intrincados e diversos. Logo, o discurso verbal ganha novos contornos em ambientes digitais ao se mesclar a vários modos e a elementos semióticos simultaneamente.

A despeito da tradição verbal, Kress (2003, p. 1, tradução nossa), ciente da transição que já dava sinais e que está se consolidando, ratifica o significativo papel que as imagens passam a ocupar, enfatizando que “o mundo falado é diferente do mundo mostrado”. Essa crescente perspectiva de leitura e compreensão de mundo proporcionada pela fusão com o universo imagético, potencializada por meio das tecnologias digitais, evidencia uma acelerada tendência de migração linguística do campo verbal para o campo visual com seu caráter semiótico e interdisciplinar, analogamente “do livro para as telas” de computadores e celulares (KRESS, op. cit.), ou ainda, do analógico para o digital (EYMAN, 2015). Tal fato não configura a decadência verbal, e sim outras possibilidades de composições comunicativas verbo-visuais ecléticas; a exemplo, as fake news que em sua maioria são compostas pela linguagem verbal escrita e/ou oral, além de modos como imagem, vídeo, áudio, recursos gráficos, objetos 3D, efeitos visuais etc., caracterizando-se assim a multimodalidade. Kress e Leeuwen (2001, p. 46) afirmam que

na era da multimodalidade os modos semióticos além da língua são vistos como totalmente capazes de servir para representação e comunicação. Na verdade, a língua, seja falada ou escrita, pode agora com mais frequência ser vista como ‘apoio’ aos outros modos semióticos: ao visual, por exemplo. A língua pode agora ser ‘extravisual’.

Logo, inovações nas configurações enunciativas e discursivas pululam, e, conseqüentemente, a atualização de suportes conceituais e teóricos que acompanhem a dinamicidade desses cenários se tornam imprescindíveis. No entanto, a multimodalidade ganha nova dimensão na era digital, tendo em vista que agora os modos enunciativos verbal, visual e sonoro se integram simultaneamente num só modo, o digital, ou seja,

em outras palavras, a convergência de suportes de leitura propiciada por tecnologia digital (em especial pelo computador) produzem uma nova tecnologia enunciativa – o hipertexto –, que por sua vez faz nascer um novo modo de enunciação, o digital e sua respectiva linguagem digital. Ela coloca à disposição do usuário todos os modos enunciativos anteriores concomitantemente. (XAVIER, 2013, p. 188)

Os estudos retóricos de Aristóteles ([350-335 a.C.] 2019) e Perelman em colaboração com Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005), dois dos principais referenciais teóricos para essa pesquisa, são focados na análise de produções verbais escritas e orais transcritas de discursos jurídicos, narrativas de fatos e documentos históricos, ensaios, textos jurídicos, diálogos, epopeias, tragédias e afins, a partir dos quais sistematizaram escolhas mais pertinentes ou preferíveis de proposições, silogismos, entimemas (ARISTÓTELES, op. cit.); bem como outros meios argumentativos e persuasivos que levam à adesão os auditórios, especialmente, os particulares (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005).

Conquanto, a ascensão sociointeracional massiva em ambientes virtuais, impulsionada pelas tecnologias digitais, agilizou a reformulação de discursos e gêneros textuais tradicionais que têm se incorporado a linguagens não verbais e recursos gráficos - até então pouco comuns, tornando-os potencialmente multimodais. Essa evolução discursiva contribui para que a retórica amplie multidisciplinarymente seu objeto de estudo, campos de atuação e suas definições, tendo em vista as necessidades atuais originadas por essas novas configurações digitais que passam a agregar mais camadas de sentido ao fundir vários modos à linguagem verbal.

Cope e Kalantzis (2015, p. 03) atestam que a significação ocorre “de maneiras cada vez mais multimodais – nas quais os modos linguísticos escritos de significado interagem com padrões de significado orais, visuais, sonoros, gestuais, táteis e espaciais”. Portanto, alguns

desses fatores assomam linguisticamente delineamentos retóricos estabelecidos, indicando novos possíveis paradigmas se estabelecendo nesse cenário digital.

O termo Retórica redimensiona-se nos espaços virtuais. Eyman (2015) a fim de conceituar o que defende como Retórica Digital, em seu livro homônimo, primeiramente a relaciona com a Retórica Visual, ressaltando a fusão linguística entre elementos visuais e verbais. O autor apresenta um compilado de teses acerca de retóricas vislumbradas nos ambientes digitais, algumas concepções ainda embrionárias à época. Tais retóricas atuam sob vários enfoques como o que parte da análise multimídia de hipertextos, então objeto da Hiperretórica, conforme proposta de Gary Heba (1997); Retórica Elétrica (Kathleen Welch [1999]) que, de forma geral, trata-se da observação retórica em textos eletrônicos, segundo Eyman um conceito muito amplo que pode se estender além do universo cibernético; Retórica Computacional (Floriana Grasso (2002) ["Para uma Retórica Computacional"]); Crosswhite et al. (2004) ["Modelos Computacionais de Argumento Retórico,"]) que “como modelo para integrar métodos da ciência da computação, linguística e retórica tem muito a oferecer como uma faceta de retórica digital” (EYMAN, op cit., p. 43, tradução nossa); e Tecnorretórica que Eyman (2015, p. 43, tradução nossa) expõe pelo posicionamento de Dorwick (2005):

Como explica Keith Dorwick (2005), “a distinção entre ser um tecno-retórico e um retórico é uma diferença apenas de assunto: As retóricas da tecnologia certamente têm seu próprio material acadêmico..., mas as técnicas, as formas de leitura do material, são bastante semelhantes em todo o campo... Em nossa subdisciplina, então, estudamos tecnologia e talvez mais especialmente em nossas salas de aula, mas sempre somos retóricos quando assim o fazemos.

Assim, Eyman (op. cit., p. 44, tradução nossa) chega à sua definição de Retórica Digital: “O termo "retórica digital" talvez seja definido mais simplesmente como a aplicação da teoria retórica (como método analítico ou heurístico para produção) para textos e performances digitais”.

Ademais, considerando o contexto cibernético e seus desdobramentos linguísticos, Xavier (2013a, p. 17), em sua retórica digital, direciona estudos para hipertextos que auxiliam na fundamentação da nossa proposta, ao ampliar a concepção da “retórica digital, que seria consequência das variações no modo de usar a língua, mesclada a outras linguagens quando da comunicação em situações de interação à distância mediadas por computador ou outros aparelhos digitais on-line”.

Ainda sobre combinações, hibridismos linguísticos, multisssemioses ou fusões entre modos e linguagens agregados aos textos e gêneros do discurso por meio de programas e aplicativos multimídias de edição de textos e imagens, “podemos concluir que a retórica constitui o uso da língua(em) em quaisquer gêneros textuais ancorados em quaisquer suportes de comunicação, inclusive nos gêneros digitais que emergem da nova mídia” (XAVIER, 2013a, p. 98).

Por certo, determinados ramos da linguística, semiótica, sociosemiótica e áreas afins, em relação à retórica, possuem e/ou precisam aprimorar preceitos próprios para analisá-la “e como campo interdisciplinar, também pode valer-se de métodos extraídos de uma ampla gama de disciplinas relacionadas” (EYMAN, 2015, p. 44, tradução nossa), principalmente, quando parte da observação de espaços ecléticos como os virtuais que englobam linguagens mistas, que agem concomitantemente na construção semiótica de significados em enunciados multimodais.

Contudo, nosso estudo ao avaliar decodificação modo enunciativo digital em relação às fake news adota o posicionamento teórico defendido em a “Retórica Digital” (XAVIER, op. cit.) que compartilha da tese de Vygotsky sobre processamento linguístico, ou seja, a “hipótese de que o pensamento é verbal, a interpretação de quaisquer símbolos, ícones e índices passará inexoravelmente por uma versão em palavras para ser bem efetuada” (VYGOTSKY, 1991 apud XAVIER, 2013a, p. 32). Então, assumimos a mesma perspectiva conceitual de Xavier (2013a, p. 30):

Consideramos como Vygotsky (1991) que o pensamento é verbal, ou seja, para serem processados, conceitos são transformados em palavras. Só assim a mente poderá produzir sentido ou reconhecer a ausência dele quando acionada para solucionar a significação de uma informação.

Retomando o entendimento aristotélico sobre retórica como a capacidade de descobrir as técnicas mais adequadas a cada caso com o fim de persuadir, a retórica é colocada “como o poder, diante de quase qualquer questão que nos é apresentada” (ARISTÓTELES, [350-335a.C.] 2019, p. 36) e a ser defendida discursivamente com a utilização de meios de persuasão, necessariamente atrelados a alguma linguagem; desta forma, entendemos que tais pressupostos corroboram a definição de retórica digital proposta por Xavier (2013a), além de apontar outras possibilidades retóricas assim como os exemplos descritos por Eyman (2015).

Por fim, considerando peculiaridades dispostas em diversos ambientes de interação comunicacional e os objetivos dos atores envolvidos para conciliar ou até coadunar suas teses a determinados posicionamentos dos auditórios para angariar sua aprovação, Xavier (2013a, p. 98, grifo nosso) avança para a seguinte consideração:

É bem verdade que cada um dos diferentes domínios de atuação profissional utiliza peculiarmente essa poderosa ferramenta. **Logo, podemos pensar na existência de retóricas, no plural mesmo, pois elas parecem funcionar de acordo com seus diferentes campos de militância e conforme as exigências e especificidades de sua audiência.** Salvo prova em contrário, a retórica é uma arte aplicável a todas as situações em que haja interação entre sujeitos mediada por alguma linguagem.

Da Retórica Clássica à Retórica Digital, tomando por base os preceitos teóricos de Aristóteles ([350-335a.C.] 2004), Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005), Xavier (2013a) e Eyman (2015) atrelados linguisticamente a diversos pontos do enquadramento teórico multimodal de Kress (2003), Kress e Leeuwen (2001, 2006), Cope e Kalantzis (2015) e à enunciação digital (XAVIER, 2013b), a pesquisa defende a tese da retórica multimodal nas fake news, uma vez que essa forma linguística digital criada com a finalidade de persuadir para gerar adesão do auditório, para isso em seu arranjo multimodal integra digitalmente vários modos de enunciação que agem simultaneamente na produção de sentido e estruturação discursiva, ou seja, “na construção de textos multimodais são combinados múltiplos modos de significação, incluindo linguagem escrita, linguagem oral, áudio visual, representações táteis, gestuais e espaciais” (COPE; KALANTZIS, 2015, p. 105).

Particularmente no caso da fake news, a partir de determinadas conceituações aristotélicas como o uso das técnicas retóricas ethos, pathos e logos, que serão detalhadas a diante, é possível identificar como os arranjos multimodais dispostos de forma pensada pelo orador, que conhece seu auditório particular, podem conferir a ela a condição de notícia verossímil para persuadi-lo. Inclusive, sendo legitimada factualmente pelo auditório, o que lhe possibilita, quando compartilhada, funcionar retoricamente como argumento contrário ou a favor do respectivo assunto, visto que se torna mais difícil contra-argumentar diante de “fatos”.

E para essa dissertação, potencialmente, as observações da relação entre fake news (com sua relevância visual) e retórica indicam forte aderência viabilizada pelas mídias digitais. Ao passo que Reboul (2004. p. 82) atesta a propensão atual da prática retórica para além dos gêneros públicos discursivos propostos inicialmente por Aristóteles, operando inclusive em produções não verbais:

O campo da moderna retórica alargou-se muito. Longe de limitar-se aos três gêneros oratórios dos antigos, ela vai anexando, como lhe cabe, todas as formas modernas do discurso persuasivo, a começar pela publicidade, e mesmo dos gêneros não persuasivos, como a poesia. Não contente com reivindicar todo o campo do discurso, vai bem além, pois se apodera de todas

as espécies de produções não verbais. Elabora-se assim uma retórica do cartaz, do cinema, da música, sem falar da retórica do inconsciente.

Uma consideração acerca do objetivo principal deste estudo concernente à análise retórica das fake news é que, embora embasada por determinados tópicos e preceitos teóricos multimodais defendidos por Kress (2003) e Kress e Leeuwen (2001, 2006) e acerca da enunciação digital (XAVIER, 2013b), essa não é voltada para a análise semiótica dos modos de enunciação que compõem as fake news (posicionamento adotado pelos autores em relação à multimodalidade). Os linguistas em questão afirmam: “vemos a linguística como parte da semiótica, mas não vemos a linguística como a disciplina que pode fornecer um modelo pré-fabricado para a descrição dos modos semióticos além da linguagem. (KRESS; LEEUWEN, 2006, p. 1, tradução nossa). Para Santaella (2020, p. 15), os signos, matéria principal da semiótica, isto é,

são nomes técnicos para aquilo que, mais correntemente, chamamos de linguagens. A realidade social está coalhada de sistemas de signos dos mais diferentes tipos, sonoros, visuais, verbais, audiovisuais e de todas as suas misturas que utilizamos para nos comunicar em situações variadas e com propósitos também heterogêneos.

Concordamos, em parte, que “os significados pertencem à cultura, em vez de pertencerem a modos semióticos específicos” (KRESS; LEEUWEN, 2006, p. 2, tradução nossa), já que os modos, a depender das maneiras como são dispostos, podem originar novos sentidos. À vista disso, adotamos o posicionamento de que as fake news são combinações multimodais persuasivas, cujos modos enunciativos agregados atuam retoricamente no propósito de falseamento da realidade, que em alguns casos conferem a elas um caráter demonstrativo verossímil, isto é, aquilo que o público acredita ser possível. Complementa Azevedo (2017, n. p.) que “com a intenção de disseminar as fake news, os autores têm recursos em mãos para fazer com que a notícia seja mais parecida possível com a real”. Para Reboul (2004, p. 95),

O verossímil não decorre de ignorância, incompetência ou preconceitos do auditório, mas do próprio objeto. Quando se trata de questões jurídicas, econômicas, políticas, pedagógicas, talvez também éticas e filosóficas, não se lida com o *verdadeiro* ou o *falso*, mas com o *mais* ou o *menos verossímil*.

Dessa maneira, propomos a análise retórica com base em certos conceitos aristotélicos a partir da constituição multimodal das fake news, visto que esses modos enunciativos verbal, visual e sonoro agem semelhantemente a premissas e argumentos em relação ao conjunto discursivo, através dos quais podemos destacar, por exemplo, o papel do *pathos* que atua sobre as emoções do espectador, uma das três técnicas de persuasão esmiuçadas por Aristóteles ([350-335a.C.] 2019), bem como se dão a adesão e os acordos com os auditórios particulares (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, [1958] 2004) em paralelo com as “bolhas de filtros” (PARISER, 2012).

Em relação à fake news que tem forte apelo visual, por exemplo, a utilização do modo imagem pode garantir aparente credibilidade; dessa forma aumentando a adesão do auditório, uma vez que “se é imprópria para produzir argumentação, a imagem é, porém, notável para amplificar o ethos e o pathos” (REBOUL, 2004. p. 83). O autor enfatiza que “a imagem é retórica a serviço do discurso, não em seu lugar” (REBOUL, op. cit., p. 85), já que aquela sempre estará apoiada pela linguagem verbal.

Sabendo da imanente relação entre retórica e direito como apontam Barthes (1975) e Reboul (2004), exemplificamos que é corriqueiro em sessões do tribunal do júri popular promotores e advogados exibirem fotografias e vídeos, pois esses agem como verdadeiros argumentos para obter a adesão dos jurados. Também percebemos que outros modos operam retoricamente nos discursos multimodais como a adulteração de um áudio numa filmagem, quando são inseridos falas e tópicos em acordo com a visão dos auditórios, o que pode levar muitos a serem persuadidos.

E a respeito do potencial icônico probatório e, conseqüentemente, persuasivo, Mendes (2013, p. 146) observa que

em relação ao modo de organização argumentativo, pensamos que argumentar é buscar recursos para se chegar à persuasão. Não encontraremos nas imagens marcas explícitas, como os conectores, por exemplo, no caso do texto verbal. No entanto, a imagem pode ter um papel de prova, de exemplo, de contra-argumento, dentre outras possibilidades. Por exemplo, se temos uma reportagem que fala sobre a degradação do meio ambiente feita por uma determinada empresa e são mostradas imagens desta degradação, o papel da imagem é ser a prova do que é dito, tem a função de demonstração.

Assim, o popular ditado “uma imagem vale mais que mil palavras” continua popularmente validado em nossos dias, e historicamente o uso desse modo associado à (des)informação é recorrente. Altares (2018, *online*) relata que já em Roma ocorria a adaptação

das notícias para diferentes meios conforme interesses políticos, pois os governantes estavam cientes da importância de viabilizar o amplo acesso do público a elas:

“Em Roma, as notícias se transmitiam fundamentalmente através das imagens”, explica o pesquisador Néstor F. Marqués, que publicou recentemente *Un Año en la Antigua Roma: La Vida Cotidiana de los Romanos a Través de su Calendario* (Espasa). “Nem todo mundo sabia ler ou escrever, por isso a informação visual era muito importante. A forma mais rápida de difundir a chegada de um novo imperador era cunhar moedas com sua cara”, prossegue. E aí Marqués encontra um exemplo típico de notícia falsa: “O imperador Septímio Severo, nascido em Leptis Magna e que nada tinha a ver com seu antecessor, o malogrado Cômodo, para legitimar seu poder decidiu espalhar a ideia de que ele próprio era o irmão perdido de Cômodo, filho ilegítimo de Marco Aurélio, e por isso a pessoa mais adequada para ocupar o cargo. Nas primeiras moedas que cunhou, se fez retratar com traços muito parecidos com os de Marco Aurélio.

Da retórica como “arte de persuadir” conceituada por Aristóteles à nova retórica de Perelman e Olbrechts-Tyteca que evidencia processos argumentativos, avançamos para o universo digital com sua típica enunciação. Em relação a esse universo, muitas pesquisas e estudos se fazem urgentes, ante sua complexidade de inovação e reformulação linguística constante. Logo, nem sempre podemos dispor de ferramentas metodológicas e teóricas adequadas para explicar com a clareza necessária fenômenos linguísticos próprios do âmbito virtual. Sendo assim, partilhamos do entendimento sobre retórica de

que a definição de Aristóteles é suficientemente ampla para cobrir uma grande quantidade de campos, observando que “nossos ‘meios disponíveis’ expandiram consideravelmente” desde que a definição original foi postulada, particularmente “com o advento de aparelhos eletrônicos como o computador”. (LEGRANDEUR, 2003 apud EYMAN, 2015, p. 27, tradução nossa)

Partindo desse pressuposto, defendemos que variados modos enunciativos passam a atuar como elementos retóricos quando combinados tecnicamente na formação de diversos gêneros e produções linguísticas multimodais, o que respalda em parte a fundamentação da tese principal proposta por esta pesquisa, a saber, a retórica multimodal presente nas fake news. O papel da retórica nas fake news fica evidente quando essas são compartilhadas como meio e prova de argumentação na defesa e afirmação de determinados pontos de vista, contando com conteúdos falsos favoráveis ou desfavoráveis e algumas técnicas retóricas para fins persuasivos do auditório.

Ao levarmos em conta que “o mínimo indispensável à argumentação parece ser a existência de uma linguagem em comum, de uma técnica que possibilite a comunicação”

(PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, [1958] 2005, p. 17), e que “todos os diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem. Compreende-se perfeitamente que o caráter e as formas desse uso sejam tão multiformes quanto os campos da atividade humana” (BAKHTIN, 2003, p. 261). Logo, seja pela fala, gestos, áudio, expressões faciais, escrita, música, pintura, entre inumeráveis modos e linguagens atuando associados ou não, o ser humano sempre busca o desenvolvimento e aprimoramento de meios, tecnologias e técnicas para interagir, argumentar, persuadir, convencer e expandir sua capacidade comunicativa e de representação do mundo.

Koch (1987, p. 19, grifo nosso) afirma que “a interação social por intermédio da língua **e das linguagens** caracteriza-se, fundamentalmente, pela argumentatividade” e conclui que “como ser dotado de razão e vontade, o homem, constantemente, avalia, julga, critica, isto é, forma juízos de valor. Por outro lado, por meio do discurso, tenta influir sobre o comportamento do outro ou fazer com que compartilhe determinadas de suas opiniões” (KOCH, op. cit., p. 19).

Finalmente, por todo o exposto ao longo da Seção 3 “Retóricas”, considerando a amplitude das práticas retóricas em quaisquer campos da atuação humana que envolva a comunicação, a utilização de inúmeras técnicas argumentativas intermediadas por alguma linguagem com o objetivo principal de persuadir o outro e tomando por base as concepções clássicas aristotélica e perelmaniana, além de avançar em direção de outras possibilidades retóricas advindas do universo digital (XAVIER, 2013a; EYMAN, 2015) com suas inúmeras interações linguísticas discursivas materializadas em textos multimodais; bem como destacando atualmente a importância dos arranjos com vários modos proporcionados pelas tecnologias digitais e o papel da enunciação digital (XAVIER, 2013b) para este processo, propomos que a fake news é um tipo de produção linguística multimodal digital produzida para fins persuasivos.

O que, analiticamente, indica-nos a configuração da ocorrência de uma retórica que lhe é própria, ou seja, a retórica multimodal nas fake news, partindo da máxima retórica aristotélica de que a persuasão consiste na busca do meio mais adequado à cada caso. Assim, em relação ao nosso recorte, o estudo busca demonstrar que os arranjos dos modos enunciativos (verbal, visual e sonoro) na produção das fake news contam com o respaldo de algumas técnicas retóricas observadas por Aristóteles a fim de angariar a adesão de seu respectivo auditório particular.

4 DEFINIÇÕES RETÓRICAS ARISTÓTELICAS

O nosso estudo propõe que as fake são produzidas por meio da integração dos modos enunciativos que são arranjados digitalmente conjuntamente com técnicas retóricas. Dito isso, passamos a expor alguns tópicos teóricos conceituados por Aristóteles que servem de base para análise e demonstração argumentativa de nossa tese, a saber: meios de persuasão - ethos, pathos e logos; entimemas; gêneros do discurso público - deliberativo, forense e demonstrativo.

No livro I da Retórica, Aristóteles ([350-335a.C.] 2019, p. 36) apresenta o seu entendimento sobre a arte retórica que define como “a faculdade de observar, em cada caso, o que este encerra de próprio para criar a persuasão”. O autor defende que há três meios de persuasão fornecidos pelo bom uso verbal. Sendo que “o primeiro depende do caráter pessoal do orador; o segundo, de levar o auditório a uma certa disposição de espírito; e o terceiro, do próprio discurso no que diz respeito ao que demonstra ou parece demonstrar” (ARISTÓTELES, op. cit., p. 36). Os três meios são conhecidos respectivamente por Ethos, Pathos e Logos, isto é, a tríade argumentativa aristotélica, sobre os quais discorreremos a seguir.

4.1 Ethos

Ethos provém da palavra *ethikós* que significa caráter, referente à moral e à personalidade moral. Em relação aos oradores, concerne à sua credibilidade, ética, respeitabilidade, características que podem auxiliá-los com o público pela identificação com esses atributos, assim aumentando a aceitação de seus argumentos e interesse por seus discursos. Além disso, é a maneira pela qual o orador convence a audiência de que está qualificado para falar a respeito do assunto, como também o seu caráter ou autoridade podem influenciar o público independentemente da mensagem. Em síntese,

a persuasão é obtida graças ao caráter pessoal do orador, quando o discurso é proferido de tal maneira que nos faz pensar que o orador é digno de crédito. Confiamos em pessoas de bem de modo mais pleno e mais prontamente do que em outras pessoas, o que é válido geralmente, não importa qual seja a questão, e absolutamente válido quando a certeza exata é impossível e há divergência de opiniões. (ARISTÓTELES [350-335a.C.] 2019, p. 36)

4.1.1 O Ethos Jornalístico

Em relação ao ethos, que na retórica clássica aristotélica relaciona a questão moral com a pessoa do orador, apontado pelo autor grego como fator discursivo importante a ser considerado pelo auditório, visto que o caráter do orador pode ser determinante para esse aderir ou não às teses por ele defendidas. Em outros termos, a maneira como o sujeito enunciator engendra uma imagem de si no discurso (ethos) mostra-se ao público no interior da sua prática (ética).

É praxe associar à figura do jornalista, quando desempenhando sua atividade laboral, o caráter de credibilidade e isenção no tratamento com a notícia, ou seja, um ethos que estabelece normas e condutas para a prática jornalística. Assim, considerando que o conceito de ethos é referente à autoridade que diz o discurso, pode-se observar que o jornalismo profissional adquiriu ao longo dos anos o respeito que confere a este meio um tipo de caráter reconhecido pela audiência no ethos jornalístico individual, coletivo ou institucional.

Santaella (2018, p. 19) destaca o papel hegemônico do jornalismo por muito tempo no domínio da informação e seu caráter deontológico, isto é, “o conjunto de deveres, princípios e normas adotadas por um determinado grupo profissional, nesse caso, a profissão de jornalista”. Contudo, atenta para as mudanças em torno da produção de notícias diante da cultura digital que vem disponibilizando novas maneiras de publicar, partilhar e receber informações sem as exigências de normas editoriais. Uma transformação que vem auxiliando na adesão de conteúdos variados, entre os quais as fake news, tendo em vista que “cada vez mais, vamos depender de uma mistura de editores não profissionais (nossos amigos e colegas) e códigos informáticos para decidir o que ver, ler e ouvir” (PARISER, 2012, p. 38-39).

4.2 Pathos

O apelo às emoções pode se configurar como recurso bastante eficiente na tomada de decisões e na adesão a determinados pontos de vista divergentes, cuja utilização retórica é conhecida por Pathos, palavra grega que significa “paixão, sofrimento, afeto”. Na retórica aristotélica, isso se mostra na aptidão do orador em despertar sentimentos no seu público. Pathos é uma técnica de persuasão associada às paixões que adentra a esfera emocional do público-alvo (auditório). Em suma, visa a empatia com o público. Dessa forma, “a persuasão pode ser obtida

através dos ouvintes quando o discurso afeta suas emoções; com efeito, os julgamentos que emitimos variam segundo experimentamos sentimentos de angústia ou júbilo, amizade ou hostilidade” (ARISTÓTELES, op. cit., p. 36).

4.2.1 O papel do pathos em notícias e nas fake news

As Fake News, expressão de origem inglesa que significa “notícia(s) falsa(s)”, vêm se incorporando ao cotidiano global notadamente a partir de 2016 conforme já expusemos. Entretanto, é necessário salientar, por óbvio, que historicamente as notícias falsas sempre fizeram parte da realidade das sociedades em escala mundial, constantemente se adaptando aos meios de propagação disponíveis em cada época.

Seja numa recôndita aldeia ou numa superpotência primeiro mundista, a mentira segue tecendo seus fios. Por exemplo, qual seria a relação entre o rompimento da barragem de Tapacurá, localizada na região metropolitana do Recife, “ocorrido em 21 de julho de 1975”, e uma invasão alienígena nos Estados Unidos que teria se iniciado numa fazenda do estado da Virgínia? Diretamente nenhuma. Não obstante esses episódios tão distintos possuem algo essencial em comum: ambos não passaram de acontecimentos inverídicos, porém foram assimilados como notícias factuais que se tornaram responsáveis por desencadear ondas de pânico em parte de suas respectivas populações.

Em 1938, o cineasta Orson Welles fez ao vivo pela rádio Columbia Broadcasting System (CBS) a locução dramatizada de “Guerra dos Mundos”, obra de ficção científica de H. G. Wells, em que contou “com atores desempenhando os papéis de repórteres, moradores, especialistas e funcionários do governo, o diretor de drama radiofônico Orson Welles encontrou uma maneira inteligente de narrar a história da invasão marciana” (TANDOC; LIM; LING, 2018, p. 138). Ao iniciar a leitura houve a advertência sobre o caráter ficcional do teor, entretanto os ouvintes que ligaram seus rádios após o aviso passaram a acreditar veementemente de que se tratava de uma reportagem que estava sendo transmitida em tempo real, cuja narrativa seguia em tom bélico sobre a invasão extraterrestre com intuito de eliminar a raça humana, culminando em reações extremas:

Os nova-iorquinos fugiram de suas casas para parques próximos. Famílias no Norte de Nova Jersey correram para as ruas, cobrindo o rosto com toalhas para se proteger do gás que temiam que os marcianos liberassem em breve. As linhas telefônicas da polícia estavam entupidas com ligações de pessoas aterrorizadas por nunca terem pensado em perguntar se as “notícias” eram verdadeiras, **mas simplesmente como escapar**. Por toda a Nova Inglaterra, Centro-Oeste e Sul, as pessoas oraram, choraram e se preocuparam com o destino de seus entes queridos no norte de Nova Jersey e na cidade de Nova York. (CANTRIL, [1940] 2005, p. VII, tradução nossa)

À primeira vista, pode soar diametralmente exagerada a possível ligação entre um ataque de marcianos e o rompimento de uma mera barragem, no entanto para a pesquisa cabe a observação das repercussões emocionais que foram bastante similares a partir da ciência pelas respectivas audiências dos dois eventos. No Recife o que se ouvia em suas ruas em julho de 1975, ainda se recuperando das consequências catastróficas de alguns dias de chuvas intensas que resultaram numa das maiores enchentes por que a cidade passou, era a notícia alarmante de que a barragem de Tapacurá havia estourado. Fonseca (2015) condensa relatos do desespero geral que assim como em Nova York tomou conta de quem circulava por diversas regiões do Recife, ao tomarem conhecimento da tragédia iminente, já que o imenso volume de água desembocaria fatalmente na capital pernambucana:

De repente, foi como se um dedo gigantesco assanhasse violentamente o formigueiro humano. Centenas de milhares de pessoas, desesperadas, começam a correr pelas ruas, aos gritos e soluços. O movimento é contraditório: quem está nos andares superiores dos edifícios buscam o térreo, quem está embaixo tenta chegar aos altos; do centro, abala-se para os subúrbios; dos bairros periféricos, converge-se para o centro. Tudo acontece muito rapidamente. **Um único objetivo move a multidão desatinada: fugir.** “Tapacurá estourou!” - O alarme anônimo desata o pavor. (FONSECA, 2015, p.17, grifo nosso)

Considerando como amostra os casos descritos anteriormente, o que se pode atentar manifestamente é a capacidade que determinados tipos de notícia (real ou falsa) possuem para impactar emocionalmente seu público, ou auditório na concepção de Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005), cujas ações consecutivas passam a ser influenciadas claramente por aquelas. Não por acaso as notícias ao longo da história, por incontáveis vezes, são utilizadas estrategicamente como recurso de manipulação social por grupos dominantes para fins diversos. Fórmula que continua próspera atualmente na produção de fake news. Essas “não se criam por diversão, mas para obter algum benefício. E esse pode ser econômico, político ou ideológico” (GARCIA, 2018, p. 22, tradução nossa).

Na tomada de decisões, o aspecto emotivo pode atuar de maneira determinante, ainda mais quando são utilizadas técnicas retóricas que adentram sua esfera. A sistematização retórica de Aristóteles aponta como meio de persuasão a utilização do pathos, isto é, quando o discurso leva em consideração o poderio das paixões (emoções) que desviam o foco da racionalidade, favorecendo, assim, aspectos subjetivos que adquirem status decisivo para a então adesão do auditório, pois segundo Aristóteles ([350-335a.C.] 2019, p. 91) “as paixões são as causas das mudanças nos nossos julgamentos e são acompanhadas por dor ou prazer. São elas: a cólera, a compaixão, o medo e outras paixões semelhantes, bem como os seus contrários”. Demonstrar como a utilização do pathos nas fake news auxiliam na sua adesão pelos auditórios é um dos objetivos da pesquisa, visto que a junção da notícia com técnicas retóricas pode ampliar as possibilidades de persuasão.

4.3 Logos

É a aplicação da razão e do raciocínio, seja indutivo ou dedutivo, na elaboração e desenvolvimento dos argumentos pelo orador. Logos se relaciona às tentativas de apelar ao intelecto. A sua utilização nos discursos prima pela clareza, escolha minuciosa e ordenada de argumentos lógicos a fim de dirimir as refutações. Aristóteles (op. cit., p.37) conclui: “Enfim, a persuasão é obtida através do próprio discurso quando demonstramos a verdade, ou o que parece ser a verdade, graças à argumentação persuasiva apropriada ao caso em pauta”. Embora a ideia de discurso pautado pela lógica pareça ideal para angariar a adesão do auditório, “acrescentemos que diante de certos auditórios nem mesmo a posse da ciência mais precisa facilitará tornar convincente o que dizemos, pois a argumentação baseada no conhecimento implica em instrução, e há pessoas que não se pode instruir (ARISTÓTELES, op. cit., p. 34).

O pensador grego destaca que a retórica busca o meio mais adequado de persuasão para cada caso. Assim, em relação ao emprego do ethos, pathos e logos como técnicas retóricas para tal fim, faz a seguinte consideração:

Há, portanto, esses três meios de obter persuasão. Aquele a quem cabe ter o domínio deles terá, evidentemente, que ser capaz de raciocinar logicamente, compreender costumes e virtudes, e conhecer as emoções, ou seja, o que são, sua natureza, suas causas e o meio pelo qual são despertadas. Parece, assim, que a retórica é um ramo da dialética e também do estudo dos costumes. (ARISTÓTELES, [350-335a.C.] 2019, p. 37)

De maneira concisa, não existe uma fórmula de persuasão ideal, caberá ao orador optar pelo(s) meio(s) mais eficiente(s) a fim de lograr êxito na sua missão retórica de angariar a adesão do auditório que pretende conquistar.

4.4 Tríade aristotélica

Este estudo compactua com o entendimento de Meyer (2007), que defende que o *ethos*, o *pathos* e o *logos* devem ser colocados em posição de igualdade a fim de que não sejam excluídas as dimensões constitutivas da relação retórica, ou seja, o orador, o auditório e a linguagem são igualmente essenciais. Nas palavras do autor:

Com o *éthos*, o *páthos*, e o *lógos*, somos remetidos aos três problemas extremos e inseparáveis que o homem coloca para si mesmo desde sempre: o eu com o *éthos*, o mundo com o *lógos* e o outro com o *pathos*. Com a retórica, o eu, o outro e o mundo são implicados em uma interrogação em que o outro é solicitado como auditório, como juiz e como interlocutor, posto que é instado a responder e a negociar. (MEYER, 2007, p. 30)

Considerando essa perspectiva, o isolamento de uma dimensão retórica das duas outras, cinde a essência tripartite retórica (MEYER, op. cit.).

4.5 Entimema

O entimema é um tipo de silogismo segundo Aristóteles, um dos recursos típicos do *logos*. Uma espécie de “silogismo retórico”, ou seja, caracterizado não pelo certo, mas pelo provável. Na Dialética, o silogismo compõe-se de três premissas verdadeiras, sendo uma maior, uma menor e uma conclusiva que levam necessariamente a um resultado verdadeiro. No caso da Retórica, o entimema é argumento que contém pelo menos uma premissa não formulada, quase sempre tida como uma premissa implícita, subentendida ou oculta, que garantem resultados apenas prováveis. De certa forma, o que permite ao auditório inferir conclusões a partir das entrelinhas que o discurso pauta. Nas palavras de Aristóteles ([350-335a.C.] 2019, p. 38-39):

o entimema tem que consistir de poucas proposições, em menor quantidade frequentemente do que as que constituem um silogismo completo; com efeito, se uma dessas proposições for conhecida, não haverá necessidade sequer de enunciá-la, o próprio ouvinte acrescentando-a. Assim, para exprimir que Dorieu foi o vencedor de uma competição cujo prêmio era uma coroa, basta

dizer que ele foi vencedor em Olímpia. Quanto a acrescentar que em Olímpia o vencedor recebe uma coroa, isso é inútil, uma vez que todos estão cientes disso.

Dito isso, o raciocínio entimemático aponta sua ligação direta à noção de auditório e ao princípio da adequação do discurso em função daqueles para quem se expõe a argumentação, isto é, aquilo que em princípio é admitido pelo auditório e que permite sua explicação de maneira concisa pelo orador, uma vez que ao abraçar tacitamente certos pontos do acordo, consente que esse implícito seja preenchido pelo auditório.

4.6 Gêneros do Discurso Público

Aristóteles ([350-335a.C.] 2019, p. 42) desenvolveu sua teoria retórica partindo da análise três gêneros do discurso público, a saber:

O discurso deliberativo nos induz a fazer ou a não fazer algo. Um destes procedimentos é sempre adotado por conselheiros sobre questões de interesse particular, bem como por indivíduos que se dirigem a assembleias públicas a respeito de questões de interesse público. [...] O orador deliberativo tem a ver com o futuro; é sobre coisas a serem realizadas doravante que ele aconselha ou desaconselha.

O discurso forense (judiciário) comporta a acusação ou a defesa de alguém; uma ou outra tem sempre que ser sustentada pela parte em um caso. [...] No discurso forense ou judiciário, trata-se do passado; é sempre em torno de fatos passados que gira a acusação ou a defesa.

O discurso demonstrativo (epidíctico) ocupa-se do louvor ou da censura de alguém. [...] Para o discurso demonstrativo, o essencial é o presente, uma vez que se louva ou se censura em vista do estado de coisas presente, embora seja frequente o orador do discurso demonstrativo também evocar o passado e efetuar conjecturas a respeito do futuro.

Como se verifica, para Aristóteles, os gêneros do discurso também são diferenciados pelo tempo verbal. Sobre essa acepção, Reboul (2004, p. 45) explana o seguinte:

O judiciário refere-se ao passado, pois são fatos passados que cumpre esclarecer, qualificar e julgar. O deliberativo refere-se ao futuro, pois inspira decisões e projetos. Finalmente, o epidíctico refere-se ao presente, pois o orador propõe-se à admiração dos espectadores, ainda que extraia argumentos do passado e do futuro.

Para o bom emprego dos gêneros, após reconhecer o público e a finalidade do discurso, o orador determina qual deve ser utilizado, em seguida estabelece que argumentos devem ser

aplicados a fim de alcançar a persuasão. Assim, esses gêneros discursivos podem ser designados como “técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes apresentam ao assentimento” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 4).

No amplo campo da argumentação e da retórica há outros tipos de discursos persuasivos. Contudo, isso não anula a importância desta distinção tripartida conceituada por Aristóteles que continua a oferecer um conjunto acertado de fundações nas quais a construção retórica se assenta, embora alguns considerem-na datada ante a realidade contemporânea, isto é, “como se o gênero deliberativo ocorresse somente nas assembleias e nos Senados; o gênero epidíctico em cerimônias fúnebres ou o gênero judicial estivesse restrito aos tribunais” (MATEUS, 2018, p. 97).

Para Mateus (op. cit., p. 97), tal posicionamento é improcedente, tendo em vista que “o local onde os gêneros ocorrem é apenas um dos critérios utilizados. Os gêneros retóricos valem, acima de tudo, pelo ordenamento temporal, a sua finalidade e os valores que sustentam o discurso”. Noutras palavras, complementa de maneira clara a atualidade da classificação proposta por Aristóteles em 350-335a.C.:

não encontramos estes gêneros somente nas assembleias, espaço público ou tribunal: observamos discursos deliberativos quando os pais discutem com os seus filhos, por exemplo, qual o curso universitário escolher, ou quando se debate, em conferências e tertúlias, o que fazer para diminuir a taxa de criminalidade. Analogamente, assistimos a discurso epidícticos nos hospitais quando as famílias louvam o excelente trabalho da equipa médica ou quando, num editorial de opinião, se censuram as atitudes pouco responsáveis de um qualquer jogador de futebol fotografado numa discoteca, de madrugada, na véspera de um jogo. Tal como não é difícil encontrar exemplos de discursos judiciários fora dos tribunais: pense-se na retórica acusatória que alguns deputados praticam em entrevistas televisivas quando atribuem a responsabilidade do actual estado de coisas ao Governo anterior. A maioria dos discursos pode ser perspectivado de acordo com estes gêneros, com os quais agimos, reconhecemos ou avaliamos. (MATEUS, op. cit., p. 97-98)

Para esta dissertação, as definições aristotélicas sobre os três gêneros condizem com o nosso objeto de estudo, uma vez que este se relaciona discursivamente, sobretudo, com assuntos e questões coletivas, políticas e sociais. Consideravelmente o gênero deliberativo, então fundamental para explicação e compreensão de nossa tese sobre fake news, que passaram a fazer parte das interações comunicativas diárias nos meios e ambientes digitais com o intuito de influir nas decisões a serem tomadas pelo auditório, porém de forma equivocada ao se basearem em mentiras. A respeito do gênero deliberativo, Mateus (op. cit., p. 99) defende que

é o género mais aparentado com o exercício pleno da vida cívica, bem como o colocar de virtudes individuais ao serviço da comunidade. Daí que o orador deva ser alguém especialmente bem informado e sensato que possa contribuir para melhor tomada de decisão. Assim, o género deliberativo diz respeito ao futuro e lida com as questões relativas a decidir qual o melhor uso que podemos dar aos nossos recursos. Preocupa-se com bem-estar do auditório e a necessidade de ajustar no presente o curso de acção com vista ao sucesso futuro.

Em suma, levando em conta o aspecto sociointeracionista propiciado pelas redes virtuais, a disposição dos gêneros do discurso público descritos por Aristóteles continua válida em seus aspectos e finalidades discursivos essenciais.

5 CONCEITOS DA NOVA RETÓRICA

Nesta seção apresentamos algumas definições e considerações do Tratando de Argumentação – Nova Retórica (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, [1958] 2005) sobre auditórios, que são fundamentais para início da adesão e acordo, além de contextualizá-los com o universo digital ao relacioná-los com o papel análogo que as “bolhas de filtro” (PARISER, 2012) passaram a desempenhar.

5.1 Auditórios

Na Grécia Antiga, Aristóteles (350-335 a.C.), ao sistematizar técnicas retóricas, já tinha a exata noção da fundamentalidade da audiência para o sucesso persuasivo. Por exemplo, no poema “Casa Vazia”, o poeta pernambucano Alberto da Cunha Melo (2017, p. 416) aponta a dificuldade de comunhão com o público e sintetiza a solidão do orador: “uns joões batistas a pregar para as dobras de suas túnicas, seu deserto particular”. Considerando a situação anterior no contexto da retórica, não há nenhum sentido em palestrar sem ouvintes, apresentar um debate sem plateia ou postar opiniões numa rede social sem seguidores, e, obviamente, os oradores não aspiram discursar para o vazio. A argumentação visa a adesão do outro, para isso depende da audiência que constitui o público-alvo, para Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005), auditório.

A noção de auditório é uma das premissas centrais para o êxito dos objetivos persuasivos perseguidos pela retórica, ou seja,

é por essa razão que, em matéria de retórica, parece-nos preferível definir o auditório como 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. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, [1958] 2005, p. 22)

O autor mantém o posicionamento da retórica tradicional clássica aristotélica em relação às práticas argumentativas sempre voltadas para determinada audiência, tendo em vista que “todo discurso se dirige e é concebido em função direta de um auditório” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, op. cit., p. 7). Em síntese, os teóricos defendem que o texto é sempre

condicionado, de maneira consciente ou inconscientemente, por aqueles a quem o orador pretende se dirigir. Assim, entendemos que essa abordagem teórica pode ser estendida ao objeto de análise deste estudo, qual seja, as fake news. Essas composições multimodais apresentam um direcionamento que conta com suportes de programação digitais, além dos tradicionais elementos retóricos e linguísticos para que atinjam seu público-alvo rapidamente. Embora reconheça que exista um número quase infinito de auditórios possíveis, Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005, p. 33-34) destacam três espécies que sintetizam a noção básica de auditórios:

O primeiro, constituído pela humanidade inteira, ou (p.33) pelo menos por todos os homens adultos e normais, que chamaremos de auditório universal, o segundo formado, no diálogo, unicamente pelo interlocutor a quem se dirige; o terceiro, enfim, constituído pelo próprio sujeito, quando ele delibera ou figura as razões de seus atos.

Para o estudo, destacamos os pontos principais dos auditórios universal e particular a fim de estabelecer os mecanismos que envolvem a propagação das fake news em torno deles, tendo em vista as peculiaridades de cada tipo. Essas fundamentalmente se voltam para atingir os auditórios particulares, uma vez que

na argumentação, tudo o que se presume versar sobre o real se caracteriza por uma pretensão de validade para o auditório universal. Em contrapartida, o que versa sobre o preferível, o que nos determina as escolhas e não é conforme a uma realidade preexistente, será ligado a um ponto de vista determinado que só podemos identificar com o de um auditório particular, por mais amplo que seja. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, op. cit., p. 74)

5.1.1 Auditório Universal

Inicialmente, um ponto a considerar sobre a definição de universal é que “cada cultura, cada indivíduo tem sua própria concepção do auditório universal” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, op. cit., p.37). Para membros do auditório universal que representam a maioria há um amplo consenso acerca de determinados valores, verdades e costumes estabelecidos sócio-historicamente, que dificilmente são refutados pela pequena oposição, pois funcionam como paradigmas estruturadores nas relações sociais. Isso não significa que sejam tabus e dogmas eternos e inquestionáveis. Assim, o maior desafio para o orador diante dessa audiência é quebrar resistências através do discurso persuasivo, por conseguinte, se torna

extremamente laboriosa a tarefa de conseguir a adesão desse grupo no que tange certos temas, ou seja, “uma argumentação dirigida a um auditório universal deve convencer o leitor do caráter coercivo das razões fornecidas, de sua evidência, de sua validade intemporal e absoluta, independente das contingências locais ou históricas” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, [1958] 2005, p. 35). Numa argumentação objetiva, os outros auditórios expõem sua precariedade na assimilação menos criteriosa, isto é, o auditório universal transcende os demais pelas exigências qualitativas. Logo, um campo menos fértil para eclosão das fake news.

5.1.2 Auditório Particular

Basicamente, nesse tipo de auditório o discurso é constituído em volta das inclinações pessoais e posicionamentos aceitos e difundidos pela audiência a ser persuadida, ou seja, “as pessoas sempre veem com bons olhos os discursos que se ajustam ou que refletem seu próprio caráter, com o que podemos depreender como compor nossos discursos de modo a ajustar tanto eles quanto nós mesmos aos nossos auditórios” (ARISTÓTELES [350-335a.C.] 2019, p. 121). O que na teoria aduz a seguinte colocação de Aristóteles (op. cit., p.64): “Sócrates costumava dizer, não é difícil louvar os atenienses para um auditório ateniense”. Entretanto, essa pretensa facilidade impõe alguns obstáculos desagradáveis ao orador, visto que

toda argumentação que visa somente a um auditório particular oferece um inconveniente, o de que o orador, precisamente na medida em que se adapta ao modo de ver de seus ouvintes, arrisca-se a apoiar-se em teses que são estranhas, ou mesmo francamente opostas, ao que admitem outras pessoas que não aquelas a que, naquele momento, ele se dirige. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA op. cit., p. 34)

Embora existam algumas dificuldades para fornecer posicionamentos que se adequem exatamente às expectativas de determinado auditório, “a escolha do ouvinte único que encarnar o auditório é determinada pelas metas que o orador se atribui, mas também pela ideia que ele tem do modo como um grupo deve ser caracterizado” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, op. cit., p. 44). No caso específico das fake news, a pesquisa observa que há fatores externos relacionados a processos de programação através do uso de algoritmos que são responsáveis diretos pelo direcionamento dos conteúdos filtrados de acordo com as predileções dos usuários da internet (PARISER, 2012).

Desta forma, para além dos enquadramentos teóricos de Aristóteles e Perelman acerca da audiência a ser persuadida, entendemos que as fake news contam também paralelamente

com mecanismos impulsionadores de adesão caracterizados pelas “bolhas de filtros” (PARISER, 2012), sobre as quais abordaremos em seguida alguns pontos importantes de contextualização para este estudo.

5.2 As bolhas (Novos auditórios): agente impulsionador externo

Ao empregarmos os princípios teóricos de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1958) acerca de auditórios particulares, observando aqueles que aderem às fake news; faz-se necessário a contextualização com o cenário de globalização, fenômeno da Pós-Verdade, avanço das mídias digitais, democratização do acesso à internet e, principalmente, à ampla interação comunicacional nas redes sociais através de computadores e celulares. As formas clássicas de adesão pelo auditório apontadas por Aristóteles, Perelman e Olbrechts-Tyteca, hoje também recebem o impulso de fatores de programação digital, isto é, algoritmos que atuam fortemente influenciando na tomada de decisões e, por consequência, na manutenção de pontos de vista como destaca Pariser (2012) em “O filtro invisível”. Tomando por base interações digitais, o autor analisa como funcionam mecanismos agregadores de usuários que possuem afinidades, chegando ao conceito de “bolha dos filtros”:

O código básico no seio da nova internet é bastante simples. A nova geração de filtros online examina aquilo de que aparentemente gostamos – as coisas que fazemos, ou as coisas das quais as pessoas parecidas conosco gostam – e tenta fazer extrapolações. São mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir. Juntos, esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós – o que passei a chamar de bolha dos filtros – que altera fundamentalmente o modo como nos deparamos com ideias e informações. (PARISER, 2012, p. 11)

Essas bolhas apresentam aos conectados nos espaços virtuais conteúdos ideais, por meio de seus *feeds* de notícias são exibidos a todo momento vídeos, fotos, imagens com filtros personalizados e uma infinda quantidade de textos e composições multimodais que se adequam às predileções dos usuários. O excesso de informações e de materiais disponibilizados nos espaços virtuais poderiam incentivar discursivamente o desenvolvimento de sociedades mais diversas e o fortalecimento de valores coletivos de respeito e de cidadania, assim como a retórica foi utilizada democraticamente em seus primórdios na Grécia para resolução de importantes questões de interesse público (TODOROV, 1977). No entanto, o que se observa são tendências constantes que visam a personalização, isto é, a criação de mundos idealmente

moldados a fim de preencher necessidades e anseios de cada usuário análogo ao auditório particular de Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1968] 2005), que são gestados a partir de trilhas percorridas ao acessar o universo digital.

Segundo Pariser (2012), há uma seleção de maneira refinada do que vamos ver, ler e ouvir, que é possível pelo uso de nossos dados, armazenados enquanto navegamos despretensiosamente pela *world wide web* (rede mundial de computadores). Esses são filtrados para servir “de bandeja” conteúdos discursivos variados que nos aprazem, afinal o objetivo desses filtros é barrar o desagradável, enfadonho e as oposições ao que acreditamos e defendemos ideologicamente, assim o autor conclui:

no fim das contas, os defensores da personalização nos oferecem um mundo feito sob medida, adaptado à perfeição para cada um de nós. É um lugar confortável, povoado por nossas pessoas, coisas e ideias preferidas. Se nunca mais quisermos ouvir falar de reality shows (ou de coisas mais sérias, como tiroteios), não precisaremos mais ouvir falar – e, se só estivermos interessados em saber de cada movimento de Reese Witherspoon, teremos essa possibilidade. Se nunca clicarmos em artigos sobre culinária, sobre gadgets ou sobre o mundo além das fronteiras de nosso país, essas coisas simplesmente desaparecerão. Nunca mais ficaremos entediados, nada mais nos perturbará. Os meios de comunicação serão um reflexo perfeito de nossos interesses e desejos. (PARISER, 2012, p. 13)

Ainda destaca que somos os criadores de nossas redes de convivência, interação comunicativa e difusão de nossas aspirações, o que se tornou possível pela “Busca personalizada para todos” (PARISER, op. cit., p. 6). Na verdade, um potencial ilusório que limita a percepção sobre visões divergentes, implodindo a pluralidade e abrindo as portas para particularidades, fomentando apenas reflexos do que desejamos. A nosso ver, um agente externo que impulsiona efetivamente o compartilhamento das fakes news, pois “as notícias falsas só existem porque as pessoas precisam de notícias, verdadeiras ou não, para alimentar as próprias certezas” (FERRARI, 2021, p. 45). Essas têm assumido um papel venal para governos e democracias no mundo, sobretudo, a partir de 2016, ao serem utilizadas como método político com resultados exitosos e surpreendentes como a eleição de Trump e o Brexit (D'ANCONA, 2018; FERRARI, 2021).

Remontando à “República” (531-539 a.C.), obra em que Platão apresenta a “Alegoria da Caverna” na qual o filósofo demonstra como os sentidos humanos nem sempre são capazes de perceber a manipulação ou mesmo a completude dos fenômenos da realidade, uma vez que lhe oferecem fragmentos ou distorções dos fatos que atrapalham sua percepção plena pelos

sentidos. Dessa forma, podemos desenvolver um paralelo com o conceito de “bolhas de filtros”, sobre as quais Pariser (2012) analisa e aponta os riscos sociointeracionais que representam ao disponibilizarem parcialmente acontecimentos e assuntos aos usuários no universo digital. Outro fator a ser considerado é que essa caverna que delimita os sentidos dos usuários é retroalimentada pelas suas próprias escolhas, que vão passando por filtros que moldam resultados o mais próximo possível dos assuntos, pontos de vistas, notícias, pessoas, produtos e conteúdos relacionados às suas preferências. Isso é possível pelas “marcas” que ficam registradas em cada acesso à internet através de diversos mecanismos que captam esses dados para aprimorar e proporcionar aos usuários/auditórios sensação de conforto, sem desagradá-los, enquanto se entretêm por mais tempo fruindo das maravilhas que enchem os olhos e as emoções (PARISER, 2012). Assim, “por estarem retidas dentro de suas próprias cavernas platônicas tornam-se incapazes de furar o bolsão de suas crenças fixas para enxergar algumas clareiras fora delas” (SANTAELLA, 2018, p. 23-24).

Essas bolhas também atuam sobre as informações que recebemos, e que necessariamente incluem as fake news. Como alerta Pariser (op. cit., p. 16) sobre essa perigosa projeção com apenas partes da realidade atuando sobre nossa autonomia:

Quando entramos numa bolha de filtros, permitimos que as empresas que a desenvolveram escolham as opções das quais estaremos cientes. Talvez pensemos ser os donos do nosso próprio destino, mas a personalização pode nos levar a uma espécie de determinismo informativo, no qual aquilo em que clicamos no passado determina o que veremos a seguir – uma história virtual que estamos fadados a repetir. E com isso ficamos presos numa versão estática, cada vez mais estreita de quem somos – uma repetição infundável de nós mesmos.

Os vídeos engraçados, perfis, propagandas, músicas, filmes, páginas com assuntos inusitados, grupos temáticos, notícias reais, fake news ou mesmo ofertas relacionadas àquele produto recém pesquisado que aparecem como sugestões tão pertinentes e aparentemente sem pretensões não são resultados do acaso para quem está conectado manuseando, por exemplo, o celular. Esses têm sido fundamentalmente determinados pela eficiência das bolhas de filtros (PARISER, 2012).

Contudo, este estudo não defende que haja um determinismo responsável pelo material a ser curtido e/ou compartilhado pelos auditórios; antes sim, uma consequência por questões de compatibilidade de predileções. Dessa maneira, consideramos que estes mundos ideais ofertados nos espaços virtuais que brotam em pixels nas telas favorecem o impulsionamento de vários conteúdos e produções linguísticas digitais e hipertextuais, entre os quais a fake news,

ao direcioná-los às bolhas com seus interesses respectivos, ou seja, aos auditórios particulares, visto que a adesão será praticamente certa.

6 ABORDAGEM METODOLÓGICA

Após a explanação do referencial teórico que embasa nossa tese, passaremos a expor nesta seção as principais definições e descrições sobre a abordagem metodológica que foi utilizada no estudo. Para tanto, organizamos essa seção em 3 subseções, a saber:

6.1 Caracterização da Pesquisa, que classifica epistemologicamente nosso estudo dentro do campo das ciências;

6.2 Constituição do Corpus, que aborda a maneira pela qual selecionamos objeto de nosso estudo, bem como a descrição e organização do mesmo;

6.3 Procedimentos de Análise, que indica a forma pela qual o referencial teórico adotado, conjugado com o metodológico, foi articulado na análise do objeto de pesquisa.

6.1 Caracterização da Pesquisa

Nosso estudo se configura como qualitativo. Para Prodanov e Freitas (2013, p. 70), “a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Esta não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. [...] O processo e seu significado são os focos principais de abordagem”, portanto de cunho interpretativo-analítico (SILVERMAN, 2009) alicerçada pelo método indutivo. Esse é um método responsável pela generalização, isto é, partimos de algo particular para uma questão mais ampla, mais geral. Lakatos e Marconi (2007, p. 86) informam que

indução é um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas. Portanto, o objetivo dos argumentos indutivos é levar a conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que o das premissas nas quais se basearam.

Para o desenvolvimento teórico e aplicação de análise em nosso objeto de pesquisa, utilizamos fundamentalmente a técnica de pesquisa bibliográfica, isto é, “um tipo específico de produção científica: é feita com base em textos, como livros, artigos científicos, ensaios críticos, dicionários, enciclopédias, jornais, revistas, resenhas, resumos” (LAKATOS; MARCONI, 2007, p. 54), que nos possibilitou a demonstração de nossa tese conforme os objetivos propostos.

6.2 Constituição do Corpus

A fim de cumprirmos os objetivos propostos pelo nosso estudo, analisamos o *Corpus* levando em consideração os arranjos linguísticos multimodais dos modos enunciativos (verbal, visual e sonoro) que compõem a fake news retoricamente por meio de processos digitais.

Inicialmente, buscamos por listas com as fake news mais disseminadas durante todo o período eleitoral de 2018 no Brasil, em razão do seu impacto discursivo negativo e possível influência naquele pleito conforme afirmação de executivos do aplicativo de mensagens *Whatsapp* (vide introdução), contudo não encontramos. Assim, optamos pela lista que será descrita a seguir, tendo em vista que todas as fake news foram devidamente checadas por profissionais do jornalismo, o que garante credibilidade ao nosso objeto de estudo.

Nosso *Corpus* constitui-se por 10 fake news que foram as mais compartilhadas na rede social Facebook no primeiro turno das eleições presidenciais brasileiras de 2018¹⁰. Todas essas submetidas a checagens da Agência Lupa. O conteúdo objeto da análise encontra-se hospedado virtualmente no Portal de notícias Uol, em matéria de autoria dos jornalistas Cristina Tardáguila e Chico Marés, que foi originalmente postada em 07.10.2018.

Em relação à amostra, Lakatos e Marconi (2007, p. 181) entendem que “é uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo”. Embora a nossa amostra seja reduzida ante a quantidade imensurável de fake news, é bastante representativa em referência aos tópicos do aporte teórico abordados, visto que para essa escolha foram considerados uma mescla entre aspectos quantitativos e qualitativos importantes.

Quantitativamente, pelo número total de 865 mil compartilhamentos no Facebook, um dado numérico relevante que demonstra a adesão pelo auditório de maneira concreta, porém ainda imprecisa, uma vez que o usuário ao compartilhar conteúdos argumentativos assume papel análogo ao do orador, assim possibilitando uma exponencial quantidade de visualizações dessas fake news e sua propagação para outras redes e plataformas digitais não mensuradas como aplicativos de mensagens *WhatsApp* e *Telegram*.

Qualitativamente, a escolha se baseia em razão do nosso aporte teórico, ao destacar o papel inicial da retórica nos debates democráticos, uma vez que entendemos que essas fake news representam contextualmente um recorte razoável e sintético de alguns dos principais

¹⁰ TARDÁGUILA, Cristina; MARÉS, Chico. Dez notícias falsas com 865 mil compartilhamentos: o lixo digital do 1º turno. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2018/10/07/artigo-epoca-noticias-falsas-1-turno>. Acesso em: 20 de jul. de 2020.

eixos temáticos e seus desdobramentos enfaticamente discutidos por parcela considerável da sociedade durante as eleições de brasileiras de 2018. Sobremaneira pela importância adquirida pela pauta de costumes atrelados à religião com fins eleitorais, tópicos nacionalistas e outros temas de interesse público, enquadrando-se no gênero deliberativo disposto por Aristóteles ([350-335a.C.] 2019); bem como pela presença de outras técnicas retóricas persuasivas que visam influenciar o auditório em suas opiniões e na tomada decisões futuras.

6.3 Procedimentos de Análise

Tendo em vista que a pesquisa tem como Objetivo Geral demonstrar como alguns preceitos fundamentais e técnicas da retórica clássica aristotélica e perelmaniana são observados por meio da integração digital de modos enunciativos utilizados nas fake news a fim de persuadir os auditórios particulares, adotamos os seguintes procedimentos metodológicos:

1 - Inicialmente apresentamos a descrição da forma verdadeira e de como os assuntos foram abordados nas fake news conforme informações fornecidas pela Agência Lupa em matéria postada no Portal Uol. Passamos então a avaliar a disposição dos modos de enunciação verbal, visual e sonoro empregados em sua produção digital, indicando ocorrências de manipulação, aglutinação e/ou justaposição desses modos com base na tipologia das fake news (TANDOC; LIM; LING, 2018) em relação aos tipos “fabricação de notícias” e “manipulação fotográfica”;

2 - Em seguida, a partir das observações anteriores, discorreremos sobre aspectos temáticos, que são bem recebidos pelos auditórios, e formais que conferem verossimilhança à fake news, responsável por dar início à adesão pelo auditório particular;

3 - Por fim, passamos à avaliação de técnicas retóricas e meios de persuasão presentes na fake news, destacando elementos discursivos que se enquadram aos gêneros do discurso público (deliberativo, epidítico e jurídico), indicamos o emprego do pathos, ethos e logos, assim como o papel argumentativo de determinados entimemas, todos esses de acordo com o embasamento teórico aristotélico que relacionamos às fundamentações teóricas de acordo e auditório (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, [1958] 2005).

7 ANÁLISE DO CORPUS

Na Tabela 1, abaixo, constam as dez fake news mais compartilhadas na rede social Facebook no primeiro turno das eleições presidenciais brasileiras de 2018 segundo checagem da Agência Lupa. Dito isso, adotamos como critério para início da análise de parte dessas a divisão em dois grupos, um constituído por aquelas que foram produzidas por meio da “Fabricação de notícias”; outro, pela “Manipulação fotográfica” conforme a tipologia das Fake News elaborada por Tandoc, Lim e Ling (2018). Inicialmente, pretendíamos analisar o Corpus inteiramente, contudo não foi possível encontrar virtualmente algumas fake news na íntegra, isto é, como foram difundidas originalmente, o que poderia comprometer os resultados, então optamos pela análise de cinco, sendo duas elaboradas pelo método “Fabricação de notícias”; e outras três, pelo método “Manipulação fotográfica”.

Tabela 1 - As dez fake news mais compartilhadas na rede social Facebook no primeiro turno das eleições presidenciais brasileiras de 2018¹¹

Conteúdo	Compartilhamentos	Método de Produção
1 - “Ato pela saúde de Bolsonaro em Campinas” x jogo da Copa do Mundo	238,3 mil	Manipulação fotográfica
2 - Fernando Haddad convida Jean Wyllys para ser ministro da Educação	219,8 mil	Manipulação fotográfica/ Fabricação de notícias
3 - ‘Manifestação do #elesim em Copacabana’ x Protesto feito em março de 2015, contra Dilma Rousseff (Vem pra Rua)	90,9 mil	Manipulação fotográfica/
4 - TSE deu códigos das urnas eletrônicas para os venezuelanos x Edital foi cancelado	78,4 mil	Fabricação de notícias
5 - Guiné Equatorial recebeu do BNDES e Lula perdooou x BNDES apoiou Guiné Bissau	57,2 mil	Fabricação de notícias
6 - Haddad diz que estado decide se crianças serão meninos ou meninas x TSE mandou retirar conteúdo	51,8 mil	Manipulação fotográfica
7 - ‘Vídeo de Datena apoiando Bolsonaro’ x Datena apoia Geraldo Alckmin	35,3 mil	Manipulação fotográfica
8 - Imagem de traficantes com cartaz sobre Bolsonaro x Imagem é antiga e não tem cartaz	33,8 mil	Manipulação fotográfica
9 - ‘Patrícia Pillar diz que Ciro a agredia’ x atriz nega em vídeo	33,4 mil	Manipulação fotográfica
10 - ‘Homem com camiseta do Brasil apanha por botar adesivos de Bolsonaro’ x Homem com camiseta branca apanha em manifestação sobre Petrobras	24,2 mil	Manipulação fotográfica

Fonte: Elaboração própria.

¹¹ <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2018/10/07/artigo-epoca-noticias-falsas-1-turno>. Acesso em 14 de jul. de 2020.

7.1 Grupo 1: Método Fabricação de Notícias

7.1.1 Análise 1

Figura 1 – Matéria (fake news) Jornal da Cidade



Fonte: Evernote.¹²

A fake news traz a informação de que o TSE (Tribunal Superior Eleitoral) teria fornecido os códigos de segurança das urnas eletrônicas brasileiras à Venezuela em razão do edital nº 106/2017, o qual tinha por finalidade a compra de módulos de impressão de votos em papel, além de ter negado aos auditores brasileiros acesso a tais códigos. O texto apresenta características jornalísticas típicas como título chamativo da matéria, lide, imagens ilustrativas com legendas, citações em destaque etc. Assim, constrói-se uma narrativa especulativa acerca do acesso aos códigos de segurança das urnas por estrangeiros, o que colocaria em risco a soberania nacional ao possibilitar fraudar os resultados das eleições brasileiras.

O começo da adesão à esta fake news pelo auditório pode ser avaliado por sua correlação com o gênero notícia, o que lhe confere verossimilhança. “Na Figura 1 – Matéria (fake news)

¹² No ANEXO A constam a transcrição da matéria (fake news) na íntegra e o link para seu acesso.

Jornal da Cidade”, o contato visual com a apresentação do nome do site “Jornal da Cidade” remete dialogicamente o leitor a fontes e organizações tradicionais de informação, ou seja, a tentativa de aproximação para caracterização do ethos jornalístico. Ferrari (2021, p. 87) traz uma observação sobre essa tática comumente utilizada para confundir e persuadir o auditório:

Os sites ou blogs possuem logomarcas e nomes muito parecidos com sites jornalísticos tradicionais, o que confunde o leitor. A interface gráfica é poluída e, na maioria das vezes, imita um grande site de notícias com novas reportagens a cada minuto. Nota-se a presença de muitas propagandas (ads do Google), entre outros macetes que ajudam a enganar o leitor.

Como pode ser observado no exemplo da logomarca da página responsável pela produção da fake news:

Figura 2 - logomarca



Fonte: Evernote.

Dessa maneira, com base no enquadramento tipológico das fake news adotado por esta pesquisa, consideramos a Fabricação de notícias como método de produção digital aplicado neste caso, dado que “refere-se a artigos que não têm base factual, mas são publicados no estilo de artigos de notícias para criar legitimidade” (TANDOC; LIM; LING, 2018, p. 143, tradução nossa).

Neste exemplo, os modos enunciativos (verbal - predominante, visual e sonoro) incorporados pelas tecnologias digitais multimídias ampliam as formas de persuasão para produzir argumentos ao longo da narração dos “fatos”, o que caracteriza a enunciação digital, em outros termos, “modos são amalgamados no digital, todos se fundem nele, preservando cada um a sua própria singularidade e potência sígnica” (XAVIER, 2013b, p. 189).

A fake news configurada em forma de matéria jornalística é um hipertexto que conta com alguns links, como o que encaminha o leitor (eleitor) para baixar um aplicativo com a finalidade de fiscalizar os resultados das urnas; além de conter vídeos: um com entrevista editada de um especialista sobre o assunto e a indicação de outro - “Assista também a este ótimo

vídeo promovido pela Spotniks, sobre a confiabilidade das urnas eletrônicas”. Para Xavier (2013, p. 131),

O hipertexto deve ser visto como o locus de processos virtuais que dá vida ao modo de enunciação digital. Este, por seu turno, é uma forma singular de enunciar, isto é, uma maneira própria de dispor, compor e superpor, entrelaçadamente, em uma mesma plataforma enunciativa, os recursos semióticos de natureza linguística e não-linguística –, fato este que o torna distinto da escrita alfabética, ainda que dependente e profundamente nela enraizado.

Logo, entendemos que essa combinação digital dos modos enunciativos com o emprego de técnicas retóricas, sobre as quais discorreremos a seguir, para produzir essa fake news potencializa a enunciação que atua persuasivamente no processo de adesão e acordo com o auditório.

Entre os três meios de persuasão avaliados por Aristóteles, o logos prima pela razão na construção dos argumentos racionais que compõem o discurso para atrair o assentimento da audiência, posto que “a persuasão é obtida através do próprio discurso quando demonstramos a verdade, ou o que parece ser a verdade, graças à argumentação persuasiva apropriada ao caso em pauta” (Aristóteles, op. cit., p. 37). Na dialética, o silogismo é o principal método para a comprovação lógica dos fatos por meio da exposição verbal. Esse consiste na disposição de duas premissas verdadeiras que em consequência do raciocínio lógico resulta numa conclusão verdadeira apresentada na terceira premissa. Na retórica, Aristóteles aponta o uso de entimemas. Para o filósofo, são um tipo de silogismo incompleto marcado pela ausência de uma premissa que está subentendida, assim levando a conclusões possíveis/prováveis, mas não necessariamente falsas.

A matéria desenvolve sua argumentação estruturada por fundamentos do logos e seguindo padrões jornalísticos. Considerando o título da notícia “TSE entregou códigos de segurança das urnas eletrônicas para a Venezuela e negou acesso aos auditores brasileiros”, trata-se do principal entimema então responsável pelos desdobramentos dos desfechos hipotéticos e implícitos aventados pelo discurso. A título de exemplo, selecionamos cinco entimemas que condensam a ideia argumentativa central da fake news, que tacitamente propõem resultados e consequências plausíveis para assim persuadir o leitor (auditório) e assegurar o acordo:

1 - O primeiro está relacionado à cessão dos códigos de segurança a uma [empresa] **“tutelada por três venezuelanos e um português”** - esse entimema sugere de forma velada

que a posse dos códigos de segurança significa uma ameaça iminente, visto que os seus novos detentores por serem estrangeiros não precisam seguir o ordenamento jurídico vigente no Brasil. Em seguida, a premissa **“sem qualquer obrigação de cumprir os termos de sigilo, por não estarem submetidos à legislação brasileira”** ratifica o implícito no entimema e dá margem para a concretização de prováveis efeitos mais graves;

2 - No entimema **“com esses códigos em mãos - mais especificamente os códigos criptográficos -, é possível gerar votos falsos”**, o auditório subentende a ocorrência de fraudes futuras nas eleições brasileiras;

3 - Na observação do entimema seguinte, tendo em vista que o raciocínio entimemático mantém direta ligação à noção de auditório, que em sua maioria apresenta aptidão para preencher lacunas sugeridas pelo orador em seu discurso. Dessa forma, em (o TSE) **“negou acesso aos auditores brasileiros”** (ou seja, implicitamente possibilitou acesso a não brasileiros), para o auditório, mostra-se latente que algo está errado.

4 - Por fim, o entimema **“um ato de traição à soberania nacional”** implica nas consequências de revelar matérias de acesso restrito de interesse nacional à outra nação, ao minar a segurança do nosso processo eleitoral.

O exame desses entimemas indica que sua função ultrapassa os sentidos lógicos do encadeamento argumentativo fundamental para coerência textual, levando em conta que não é objetivo da fake news ser notícia factual, mas parecer-se com para falsear a realidade com fins persuasivos que se conectam ao emocional do auditório, ou seja, convergindo para o pathos. Para Aristóteles ([350-335a.C.] 2019, p. 110), “o bom orador compreende o "consciente coletivo" e é capaz de articular o logos em função do pathos”. Assim, os sentimentos passam a influenciar para concretizar o acordo com o auditório. No entimema “negou acesso aos auditores brasileiros”, que tacitamente permite a conclusão de que para “estranhos” está liberado; por exemplo, essa restrição soa absurda e gera indignação: “De fato, não nos indignamos ao ver ser feito por nosso vizinho aquilo que nós mesmos fazemos; entretanto, indignamo-nos ao vê-lo fazer aquilo que não fazemos (Aristóteles, op. cit., p. 107).

Resta claro que o orador articula entimemas considerando as probabilidades implícitas de acordo com seu auditório particular. Tanto que a título de exemplo, mostra-se possível no caso a desconsideração racional dos princípios da segurança jurídica, Direito Comercial Internacional e outros protocolos que garantem transações comerciais seguras entre países diversos. Assim, “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” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, [1958] 2005, p. 22).

Em suma, essa fake news dosou deliberadamente na medida necessária técnicas retóricas aos modos enunciativos que, por sua vez, conferiram-lhe credibilidade ao aproximá-la do ethos jornalístico para consolidar o acordo com o auditório.

7.1.2 Análise 2

Figura 3 - Imagens da apreensão



Fonte: <https://a.storyblok.com/f/134103/5f0e8b8d76/guine-1.png>

A fake news informa que o vice-presidente da Guiné Equatorial, Teodoro Obiang Mang, foi preso ao tentar entrar no Brasil com 50 milhões de dólares em dinheiro, insinuando a conexão do ocorrido com o presidente Luís Inácio Lula da Silva, em razão da liberação de bilhões pelo BNDS (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) para obras naquele país e, em seguida,

o perdão dessa dívida pelo governo Lula. Na verdade, houve uma ação conjunta entre a Polícia Federal e a Receita Federal no Aeroporto Internacional de Viracopos, em Campinas (SP), que culminou na apreensão de malas da comitiva do vice-presidente da Guiné Equatorial cheias de dinheiro e relógios. Segundo os checadores da Agência Lupa, a delegação não veio ao Brasil em missão oficial e transportava cerca de um milhão e meio de dólares e cinquenta e cinco mil reais, em espécie, além de relógios de luxo avaliados em quinze milhões de dólares, totalizando mais de dezesseis milhões de dólares, ou seja, um valor bem menor do que o descrito na fake news (cinquenta milhões de dólares). Certamente, o dado apurado pela matéria mais importante que desmente a falsa narrativa é o de que o BNDS nunca fez qualquer empréstimo a esse país, logo não houve perdão de dívida bilionária pelo governo brasileiro.

Ao observar o arranjo dos modos enunciativos verbal e visual aplicado para produzir a fake news, entendemos que sua disposição se enquadra no método de produção “fabricação de notícias”, com a ressalva de que o conteúdo compartilhado no Facebook não apresenta o apuro formal ou muitos elementos textuais característicos do gênero jornalístico. Fator que não impede sua assimilação como notícia crível pelo auditório e o início da adesão, já que

tece isso em uma narrativa, muitas vezes com um viés político, que o leitor aceita como legítimo. O leitor enfrenta mais dificuldades na verificação, uma vez que as notícias fabricadas também são publicadas por organizações não jornalísticas ou indivíduos sob um verniz de autenticidade por aderindo a estilos de notícias e apresentações. Os itens também podem ser compartilhados nas mídias das redes sociais e, assim, ganhar ainda mais legitimidade, visto que o indivíduo os recebe de pessoas em quem confia. (TANDOC; LIM; LING, 2018, p. 143, tradução nossa)

Para asseverar o acordo com o auditório, o orador desenvolve a fake news com base no logos estruturando o discurso que alude à corrupção política, a partir das três premissas seguintes que são responsáveis por desencadear o raciocínio entimemático:

Quadro 2 - Premissas

Premissa 1	“O Vice-presidente da Guiné Equatorial foi preso ao tentar entrar no Brasil com mais de 50 milhões de dólares em dinheiro.”
Premissa 2	“Por coincidência [Guiné Equatorial] é o país que o Lula perdoou uma dívida bilionária e teve várias obras bilionárias feitas com dinheiro do BNDES.”
Premissa 3	“Por coincidência ele [o vice-presidente] trouxe esta fortuna em plena época eleitoral.”

Fonte: Elaboração própria.

Sabendo que o entimema está para retórica, assim como o silogismo está para a dialética (ARISTÓTELES, [350-335a.C.] 2019), as premissas anteriores desempenham a função de fornecer ao auditório um encadeamento quase-lógico para persuadi-lo, ou seja, o orador induz o seu auditório a inferir as prováveis finalidades da enorme quantidade de dinheiro ilegal destacado na premissa 1, partindo da insinuação contida na expressão “Por coincidência” que inicia as premissas 2 e 3; dessa forma, levando-o à associação tácita entre perdão bilionário (provável corrupção) e recompensa (possível propina, por exemplo.) a ser recebida por Lula, vinda justamente no período eleitoral. A argumentação especula sobre o provável, tendo em vista que “entimemas baseados em probabilidades são aqueles cuja argumentação é feita a partir do que existe ou parece usualmente existir” (Aristóteles, [350-335a.C.] 2019, p. 150).

Vale lembrar que o estudo defende a tese de que a produção da fake news parte de um arranjo multimodal retórico, isto é, cada modo enunciativo selecionado atua dentro do discurso para reforçar a persuasão. Sendo assim, as imagens que mostram as malas recheadas por maços de dinheiro, além de tornar verossímil a falsa narrativa, remetem a escândalos de corrupção que fazem parte do imaginário popular brasileiro, portanto funcionam como elemento bastante considerável para legitimar o acordo em concordância com um ethos, não apenas o jornalístico, mas como uma dimensão com quem o auditório se identifica para além do autor do texto (MEYER, 2007).

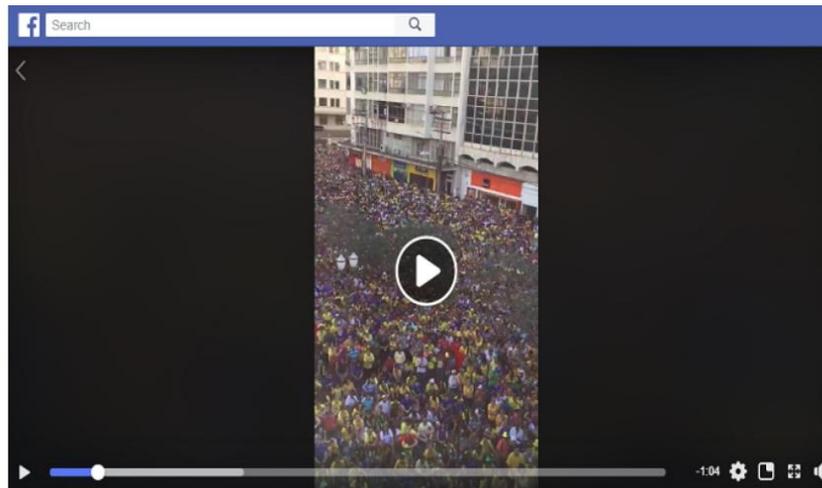
7.2 Grupo 2 – Método Manipulação Fotográfica

7.2.1 Análise 1

Figura 4 - Ato em prol da saúde do candidato Bolsonaro¹³

VÍDEOS REPOSTADOS EM BUSCA DE POPULARIDADE

Na lista das três maiores mentiras flagradas pela Lupa no Facebook, duas se baseiam nesta lógica: dos vídeos velhos, sem qualquer adulteração, que são repostados fora de contexto. Em primeiríssimo lugar, com 238 mil shares e ainda circulando na rede social, está uma **gravação feita em Campinas (SP) durante a partida do Brasil contra a Sérvia pela Copa do Mundo deste ano**. O post traz a seguinte frase: "Ato em Campinas em prol da saúde do presidente Jair Messias Bolsonaro". Só que não. A multidão de verde, amarelo e azul está mesmo é torcendo pela seleção em campo.



Fonte: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2018/09/16/verificamos-ato-saude-bolsonaro/>

De acordo com a checagem da Agência Lupa em matéria publicada no Portal Uol, a fake news traz a notícia de que essa multidão vista no “*print*” de um vídeo em execução se encontrava reunida num ato em Campinas - SP pela saúde de Jair Messias Bolsonaro. Entretanto, foi esclarecido que se refere a um vídeo antigo gravado originalmente em Campinas - SP, durante um jogo entre Brasil e Sérvia pela Copa do Mundo de 2018, que contou com a presença de milhares de torcedores da seleção brasileira devidamente paramentados para a ocasião.

Para a análise, inicialmente o ponto que consideramos para fins de identificação de técnicas retóricas incutidas na fake news parte de sua produção digital, isto é, a etapa na qual os modos enunciativos (verbal, visual e sonoro) são selecionados e integrados com intuito de persuadir a audiência. Nesta fake news, as imagens contidas no vídeo foram justapostas com o modo verbal pela inclusão de um título para falsear a realidade, criando a seguinte fake news “Ato em Campinas em prol da saúde do Presidente Jair Messias Bolsonaro”, que na época

¹³ Link da fake news na íntegra. Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=307213199862744>. Acesso em: 04 de set. de 2022.

sofrera um atentado contra sua vida ao ser atingido por uma facada desferida por Adélio Bispo, em Juiz de Fora - MG.

É importante considerar que determinados preceitos da teoria da argumentação, ou nova retórica (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, [1958] 2005), podem ser aplicados ao funcionamento dos multimodos de enunciação em produções linguísticas que permeiam o universo digital, já que comumente alguns desses podem vir a desempenhar papel análogo ao das premissas e proposições argumentativas tradicionalmente verbais. Perelman e Olbrechts-Tyteca (op. cit., p.73) esclarecem que

a própria escolha das premissas e sua formulação, com os arranjos que comportam, raramente estão isentas de valor argumentativo: trata-se de uma preparação para o raciocínio que, mais do que uma introdução dos elementos, já constitui um primeiro passo para a sua utilização persuasiva.

Ou seja, esses modos que passam a desempenhar a função de premissas/proposições podem ser arranjados segundo a tipologia das fake news proposta por Tandoc, Lim e Ling (2018), especificamente nessa fake news se observa a utilização da manipulação fotográfica. Os autores explicam que as “fake news também têm sido usadas para se referirem à manipulação de imagens ou vídeos reais para criar uma narrativa falsa” (TANDOC; LIM; LING, op. cit., p. 144). A base dessa fake news se constitui em torno do modo visual, um vídeo fora de seu contexto factual que ganhou novo sentido a partir de um título enganoso, mas que se mostrou verossimilhante para o público, tendo em vista que passou a circular e a contar com forte adesão de usuários na rede social Facebook, tendo sido a fake news mais compartilhada do corpus, durante o período do primeiro turno das eleições presidenciais de 2018 no Brasil, isto é, até 03/10/2018.

Nesse caso, o êxito do acordo com o auditório pode ser explicado em parte por essa fake news se apresentar como acentuadamente crível, visto que os apoiadores do candidato supra, já naquela época, começaram a incorporar amplamente às suas manifestações políticas, as cores da bandeira, símbolos nacionais como o hino e, sobretudo, o uso da tradicional camisa amarela da CBF, visto que “a persuasão é um tipo de demonstração (uma vez que nos sentimos o mais plenamente persuadidos quando julgamos que uma coisa foi demonstrada)” (ARISTÓTELES, [350-335 a.C.] 2019, p. 34).

Ainda sobre adesão, o autor expõe a eficiência argumentativa que certos temas alcançam para envolver a audiência quando relacionados à técnica retórica pathos, que diz respeito à

invocação das paixões/emoções para levar a decisões equivocadas. Dessa forma, um auditório particular ao se deparar com uma multidão exposta como ideia de maioria sob a aura do nacionalismo poderia ser levado à seguinte consideração:

O que é escolhido por todos constitui um maior bem do que o não escolhido por todos, e o que é escolhido pela maioria constitui um melhor bem do que o eleito pela minoria. De fato, como o dissemos, o bem é o que todos buscam, e quanto mais buscada é uma coisa, melhor ela é. (ARISTÓTELES, op. cit., p. 58)

No caso em tela, os modos enunciativos (nas modalidades vídeo, áudio e escrita) foram justapostos digitalmente de maneira aparentemente simples com efeitos contundentes sobre o emocional do auditório, partindo do seguinte pressuposto: “Sócrates costumava dizer, não é difícil louvar os atenienses para um auditório ateniense. Se a audiência tem em estima uma determinada qualidade, devemos dizer que aquele que é o objeto de nosso louvor possui tal qualidade” (ARISTÓTELES, op. cit., p. 45-46). Assim, o patriotismo se torna o tópico central da fake news, tema devidamente selecionado a fim de estimular a adesão pela sua importância histórica e cultural na formação de uma nação, e que avaliamos manter relação com o discurso epidíctico descrito por Aristóteles, no que concerne à sua exaltação. Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958], 2005, p. 63) complementam que

toda sociedade que preza seus valores próprios tem, portanto, de favorecer as ocasiões que permitem aos discursos epidícticos se reproduzirem num ritmo regular: cerimônias em comemoração de fatos que interessam ao país, ofícios religiosos, elogios dos desaparecidos e outras manifestações que servem à comunhão dos espíritos.

Uma vez que essa fake news age com objetivos políticos e de interesse público, o que remonta ao gênero deliberativo conceituado por Aristóteles, que concluiu que esse tem como finalidade nos induzir a fazer ou a não fazer algo futuramente. Logo, não é possível desconsiderar o poder de persuasão desse tipo discursivo sobre o eleitor (auditório). Dessa maneira, a escolha por um candidato que simboliza valores nacionais e que tinha como parte de seu slogan de campanha (2018) “Brasil acima de tudo” passa a ser uma opção que adentra o universo do pathos no auditório de forma potencial a seu favor.

Dito isso, a manipulação fotográfica aqui operada com suportes tecnológicos digitais contou com a combinação dos modos visual (vídeo), sonoro (áudio) e verbal (modalidade escrita), criando um falso contexto de exaltação em torno de uma figura política. Para Tandoc, Lim e Ling (2018, p. 145, grifo nosso, tradução nossa), trata-se de “uma prática cada vez mais

difundida envolvendo fotos é o que chamamos de apropriação indébita. [...] foto tirada, **imagem, vídeo** de seu contexto original - intencionalmente ou não - para representar um contexto diferente”. Embora supostamente possa considerado um método de produção simples, a sua análise aponta que nas entrelinhas existe a utilização deliberada de alguns meios de persuasão que tornam uma fake news aparentemente despreziosa numa potente manifestação dialógica para atingir propósitos retóricos, uma vez que destaca a presença de uma multidão em meio a símbolos brasileiros relacionados ao patriotismo para reforçar no auditório particular valores cívicos, assim favorecendo o candidato que faz uso político desse discurso em detrimento dos demais.

7.2.2 Análise 2

Figura 5 - Jean Willis confirma convite



Fonte: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2018/09/24/verificamos-jean-wyllys-ministro-educacao-haddad/>

Nesta fake news consta a informação da confirmação de convite pelo próprio Jean Wyllys, na época Deputado Federal - PSOL, de possível nomeação para ser Ministro da Educação num futuro governo federal presidido por Fernando Haddad do PT, notícia inverídica segundo a Agência Lupa. Primeiramente, destacamos que os modos enunciativos digitais foram habilmente manipulados com ênfase nos elementos visuais para replicar de maneira precisa o layout da página do G1, Portal de notícias do Grupo Globo de Comunicações. Para tal feito, foram utilizadas as mesmas fontes de letras, diagramação e cores que são marcas características da página na internet como veremos na figura seguinte. Consoante tipologia definida por

Tandoc, Lim e Ling (2018), o processo de produção dessa fake news se enquadra na “Manipulação fotográfica”, isto é, “esta categoria descreve notícias visuais. A manipulação de imagens tem se tornado uma ocorrência cada vez mais comum com o advento das fotos digitais, softwares poderosos de manipulação de imagens e conhecimento de técnicas” (TANDOC; LIM; LING, op. cit., p.144, tradução nossa). Esse trabalho mimético digital atingiu um grau de verossimilhança tão alto que chegou a confundir, até mesmo, os checadores da Agência Lupa (TARDÁGUILA; MARÉS, 2018).

Em seguida, para o entendimento do processo de produção dessa fake news, passamos à comparação entre a “Figura 5 - Jean Willis confirma convite”, referente à fake news analisada, e a “Figura 6 - Fato ou Fake”, uma matéria verdadeira da página do G1, através da qual pode se constatar a eficiência desse método de manipulação para fins de persuasão inicialmente pela forma. Ressaltamos que algumas diferenças podem ocorrer devido a atualizações e mudanças no layout do portal, ante o lapso temporal entre as capturas das imagens (*prints*), como se observa na variação do logotipo no “G1” da figura 5 e no “g1” da figura 6 abaixo, ambos localizados no canto superior esquerdo das respectivas imagens:

Figura 6 – Fato ou Fake (Notícia real)



Fonte: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2022/04/04/fato-ou-fake-como-combater-as-fake-news.ghtml>

Retornando à tipologia das fake news, ao utilizar recursos tecnológicos para concebê-la formalmente com aparência de notícia real típica do meio digital, entendemos que nesse caso ocorre uma aproximação com os fundamentos do tipo Fabricação de notícias, ou seja, “as

publicações se assemelham a artigos de notícias reais para “criar legitimidade” (TANDOC; LIM; LING, op. cit., 2018, p. 143). Essa “legitimidade” adquire caráter significativo para início da adesão e o sequente acordo a ser confirmado pelo auditório à medida que é envolvido pelas demais técnicas retóricas que compõem a fake news. Considerando apenas o apuro técnico formal da fake news, por essa perspectiva dificilmente o auditório seria induzido a questionar a sua veracidade. Contudo, nosso posicionamento analítico é de que para que os acordos sejam concluídos exitosamente, outros elementos e meios de persuasão e argumentação também precisam ser levados em conta durante as várias etapas do processo. Então,

com efeito, tanto o desenvolvimento como o ponto de partida da argumentação pressupõem acordo do auditório. Esse acordo tem por objeto ora o conteúdo das premissas explícitas, ora as ligações particulares utilizadas, ora a forma de servir-se dessas ligações; do princípio ao fim, a análise da argumentação versa sobre o que é presumidamente admitido pelos ouvintes. (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, [1958] 2005, p. 73)

Seguindo a avaliação de técnicas retóricas que constituem a fake news, o enquadramento teórico de Aristóteles ([350-335 a.C.] 2019, p. 42) informa que o gênero deliberativo, próprio para discussão de temas políticos, versa sobre o porvir, isto é, “o orador deliberativo tem a ver com o futuro; é sobre coisas a serem realizadas doravante que ele aconselha ou desaconselha”. O que corrobora o entimema que trata do “Possível e do Impossível”, que entendemos ter sido aplicado nessa fake news, ao partir do princípio de que “se o que é mais difícil é possível, o que é mais fácil o é igualmente” (ARISTÓTELES, op. cit., p. 126). Assim, conferindo-lhe o caráter verossímil, além da forma, em relação à provável nomeação do deputado para chefiar o Ministério da Educação.

A adesão do auditório à fake news, a nosso ver, para sua compreensão remonta ao conturbado contexto da época (2018) que trouxe à baila tópicos que desagradam o dito eleitor conservador brasileiro, o auditório particular neste caso, assuntos que envolviam educação e questões de gênero, sexualidade, homossexualidade e seus consequentes desdobramentos abordados de forma tendenciosa sob viés político, religioso, moral e ideológico. A exemplo, em 2018 no Brasil foi massivamente espalhada a fake news de que se o candidato à presidência Fernando Haddad vencesse as eleições, ele e o PT (Partido dos trabalhadores) iriam distribuir “Kits gay” para crianças do ensino primário em escolas públicas, como supostamente já teriam tentado fazer. A dimensão simbólica dessa fake news ainda reverbera sobre determinados

auditórios particulares, e pode auxiliar na compreensão das que seguem a mesma linha temática, prova disso é que foi retomada em 2022¹⁴.

A chamada da fake news “Jean Wyllys confirma convite de Haddad para ser ministro da educação em eventual governo do petista” é um entimema, visto que carrega premissas subentendidas pelo auditório, ou seja, “se uma dessas proposições for conhecida, não haverá necessidade sequer de enunciá-la, o próprio ouvinte acrescentando-a” fará (ARISTÓTELES, op. cit., p. 39). O que pode levar a inferência de que tal nomeação acarretaria a abordagem e aplicação prática desses temas no ensino infantil. Dessa forma, a condição necessária para o acolhimento da fake news se relaciona ao fato de Jean Willis ser homossexual assumido, fator que impulsionou a associação implícita com os tópicos anteriores pelo auditório. Para Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005, p. 23),

o estudo dos auditórios poderia igualmente constituir um capítulo de sociologia, pois, mais que do seu caráter pessoal, as opiniões de um homem dependem de seu meio social, de seu círculo, das pessoas que frequenta e com quem convive: “Você quer”, dizia M. Millioud, “que o homem inculto mude de opinião? Transplante-o”. Cada meio poderia ser caracterizado por suas opiniões dominantes, por suas convicções indiscutidas, pelas premissas que aceita sem hesitar; tais concepções fazem parte da sua cultura e todo orador que quer persuadir um auditório particular tem de se adaptar a ele.

Aqui temos o emprego da técnica retórica pathos a fim de levar o auditório a uma certa disposição de espírito, nas palavras de Aristóteles ([350-335a.C.] 2019, p. 36): “a persuasão pode ser obtida através dos ouvintes quando o discurso afeta suas emoções; com efeito, os julgamentos que emitimos variam segundo experimentamos sentimentos de angústia ou júbilo, amizade ou hostilidade”. Outro aspecto que a pesquisa avalia diz respeito ao medo que abarca a fake news pela perturbação gerada pela expectativa de sua vinda. Então,

se nossa definição do medo for exata, o que necessariamente o produz será tudo que se afigura como detentor de um grande poder destrutivo e capacidade de causar danos que terão como consequências profundos sofrimentos. Daí os próprios sinais de tais coisas mostrarem-se temíveis, fazendo-nos sentir que a própria coisa temível está próxima. E a aproximação do que tememos é o que chamamos de perigo. (ARISTÓTELES, op. cit., p. 102)

¹⁴ KAUCZ, Lavínia. TSE manda apagar post que retoma fake news do 'kit gay'. Portal TERRA, 06 de out. de 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/politica/tse-manda-apagar-post-que-retoma-fake-news-do-kit-gay,f5f65c84171417bb8ca9f5ef84a1ff96bzvcs751.html>. Acesso e: 09 de nov. de 2022.

Ante o exposto, por meio dessa análise pode-se contemplar na fake news a integração dos modos enunciativos primando pelo esmero formal conforme a “manipulação fotográfica”. Em síntese, esses “amalgamados no digital, todos se fundem nele, preservando cada um a sua própria singularidade e potência sígnica” (XAVIER, 2013b, p. 189) aliados ao uso de técnicas retóricas como o pathos que incide frontalmente para corroborar o acordo com o auditório, neste caso.

7.2.3 Análise 3

Figura 7 - Print de Postagem no Facebook



Fonte: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2018/09/25/verificamos-imagem-petistas-agressao-bolsonaro/>

Essa fake news foi elaborada com base numa imagem manipulada, que mostra um ato flagrante de violência física contra um homem, assim relatada “Homem com camiseta do Brasil apanha por botar adesivo de Bolsonaro”. Na realidade, o que ocorreu: “homem com camiseta branca apanha em manifestação sobre a Petrobrás” conforme a checagem da matéria. Um caso claro de manipulação fotográfica, em que “os efeitos podem variar de simples a complexos. Ajustes simples podem incluir o aumento da saturação da cor e a remoção de elementos menores. Mudanças mais invasivas podem incluir a remoção ou inserção de uma pessoa em uma imagem” (TANDOC; LIM; LING, 2018, p. 144, tradução nossa).

Neste exemplo houve uma manipulação no modo enunciativo visual que possibilitou a falsa narrativa, ou seja, a fake news. A partir da imagem original, como veremos adiante na “Figura 8 – Resultados da busca da imagem original”, foram inseridos novos elementos para simular a camisa com estampa da bandeira nacional brasileira. Para entender o procedimento, buscamos a foto sem alterações. Há várias ferramentas disponíveis na rede mundial de

computadores que permitem realizar buscas de imagens, vídeos e outras mídias que podem auxiliar na checagem das fake news. Utilizamos o recurso fornecido pelo Google Imagem, cujo resultado de uma busca mostra imagens semelhantes e até mesmo a fonte matriz, se essa não tiver sido removida do ambiente virtual. Sobre a fake news, obtivemos o resultado que comprova a edição da imagem, isto é, localizamos, entre outras imagens relacionadas, a original:

Figura 8 – Resultados da busca da imagem original



Fonte: Google Imagens

A fotografia adulterada digitalmente, “Figura 7 - Print de Postagem no Facebook”, foi postada no Facebook com o seguinte comentário: “Isso não é discurso de ÓDIO. É ódio e violência. Estão intimidando pessoas que estão adesivando os carros com apoio a Bolsonaro. Triste. Demonstração de intolerância e radicalização.” (sic). Assim, o texto se torna peça fundamental para a tessitura discursiva e verossimilhança da fake news, dado que o acréscimo do modo enunciativo verbal ganha força argumentativa no discurso ao ser viabilizado pela cena de violência captada em meio a um cenário político efervescente e “polarizado” à época, tornando-a crível, direcionando o auditório particular para iniciar o processo de adesão.

Em seguida, passamos a observação das técnicas retóricas dispostas na fake news, de logo indicamos o pathos, visto que “estabelecidas claramente a natureza e a importância dos fatos, será preciso levar os ouvintes a experimentar emoções (paixões), que são nomeadamente a compaixão, a indignação, a cólera, o ódio, a inveja, a emulação e o espírito de disputa” (ARISTÓTELES, [350-335a.C.] 2019, p. 196). O autor discorre sobre esses sentimentos acerca

de formas como podem ser utilizados pelo orador para influenciar o auditório. Embora seja falsa a narrativa da cena, a imagem por si só já causa certa indignação, ou seja, “ora, o que produz sofrimento sempre afeta nossa sensibilidade” (ARISTÓTELES, op. cit., p. 101).

Em relação ao pathos, essa fake news desempenha um papel complexo nos sentimentos do auditório particular, pois à medida que estimula cólera por estar caracterizada visualmente pela covardia de um grupo contra um homem sozinho, também suscita compaixão. Essa assim definida pelo filósofo grego:

Um sentimento doloroso gerado por um mal aparente capaz de nos aniquilar ou de nos afligir, mal esse que atinge alguém que não merece ser por ele atingido e que, presumimos, também pode nos atingir, ou a nossos aficionados e, principalmente, quando a ameaça desse mal parece próxima, podendo ele nos atingir brevemente. Realmente, o fato de ser suscetível de sentir compaixão necessária e obviamente implica na nossa capacidade de presumir que algum mal (como o que indicamos anteriormente ou semelhante) pode nos ocorrer ou àqueles do nosso círculo. (ARISTÓTELES, [350-335a.C.] 2019, p. 110)

Noutras palavras, o auditório particular pode presumir o risco para aqueles que compartilham de seus posicionamentos políticos. Dessa maneira, “cada meio poderia ser caracterizado por suas opiniões dominantes, por suas convicções indiscutidas, pelas premissas que aceita sem hesitar; tais concepções fazem parte da sua cultura e todo orador que quer persuadir um auditório particular tem de se adaptar a ele” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, [1958] 2005, p. 23).

Reiteramos que noção do auditório é fundamental para argumentação, no caso dessa fake news, mesmo a manipulação com as cores saturadas não se apresentando de forma tão realística ao olhar técnico mais apurado, ainda assim atinge seu objetivo persuasivo associada ao pathos. Outro dado chama atenção, a intenção do “orador” ao reproduzir uma bandeira brasileira, que pode ser considerado como uma agressão simbólica também contra ela, o que indica o conhecimento sobre o seu auditório, visto que reforça o raciocínio entimemático desse sobre seu adversário em relação ao potencial caráter agressivo e ao desdém pela pátria. Dito isso, pode-se considerar firmado o acordo com auditório em razão do apelo às suas emoções.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo de nosso estudo, debruçamo-nos sobre as Fake News com o propósito principal de identificar e explicar a atuação de determinados fatores associados e próprios da retórica que lhes vêm conferindo, em parte, o significativo impacto nas comunicações ultimamente, ante a boa recepção do público em dispor dessas argumentativamente. Assim, ponderamos acerca de técnicas e fundamentos retóricos que são empregados na elaboração das fake news a fim de angariar a anuência do auditório particular. Para tanto, ancoramo-nos na perspectiva sociointeracionista de língua e propomos o seguinte questionamento norteador: Como e quais técnicas retóricas de persuasão utilizadas na produção das fake news podem auxiliar no processo de adesão do auditório?

Em resposta a essa questão, a partir do enquadramento teórico de Aristóteles ([350-335a.C.] 2019), Perelman e Olbrechts-Tyteca ([1958] 2005), indicamos algumas relações entre fake news e retórica que contribuem para o entendimento da proposta, dados os fins persuasivos de ambas. Dessa maneira, ressaltamos as subseções 3.2 Retórica *ab ovo*, 3.4 Democracia, Retórica e Fake news e 3.5 Retórica multimodal nas fake news, nas quais discorremos quanto às prováveis origens da retórica ligadas a assuntos de interesse público, cidadania, direito e democracia, esferas que as fake news têm adentrado e impresso marcas discursivas venais por meio das interações comunicacionais cotidianas, ampliadas pelo suporte das tecnologias digitais. Ademais, apresentamos os principais elementos linguísticos envolvidos na produção dessas segundo nossa tese no que tange arranjos multimodais, modos enunciativos (verbal, visual, sonoro e digital), e os tipos fabricação de notícias e manipulação fotográfica.

Dessa forma, definimos como objetivo geral demonstrar como alguns preceitos fundamentais e técnicas da retórica clássica aristotélica e perelmaniana são observados por meio da integração digital de modos enunciativos utilizados nas fake news a fim de persuadir os auditórios particulares. Dito isso, averiguamos sua viabilidade, partindo do desdobramento do objetivo geral em três objetivos específicos propostos, acerca dos quais sucintamente tecemos as observações a seguir:

Em relação ao objetivo específico I, analisar o emprego das técnicas retóricas Pathos, Ethos, Logos (a tríade argumentativa aristotélica) e Entimemas nos arranjos dos modos enunciativos que compõem as fake news para persuadir os auditórios; após a análise, destacamos o pathos entre os meios retóricos como ferramenta eficaz para provocar variadas

emoções no auditório, de maneira que esse venha a tomar decisões futuras por elas baseadas, ou seja, em consonância com o gênero deliberativo.

Expomos o papel do logos no encadeamento lógico argumentativo das duas fake news que fazem parte do Grupo 1 - Método Fabricação de Notícias, elaboradas conforme esse tipo, ou seja, aparentam estruturalmente similaridade com o gênero notícia. Nessas destacamos os entimemas responsáveis por traçarem as teias que conduzem indutivamente o auditório a realizar inferências, de modo a facilitar a adesão às teses sugeridas. Nas duas análises, de acordo com o método de produção, o logos tornou-se mais efetivo pela relação intrínseca com o ethos jornalístico, que conferiu certa legitimidade às fake news.

Ainda sobre entimemas, na Análise 7.2.2 do Grupo 2 – Método Manipulação Fotográfica, referente à “Figura 5 - Jean Willis confirma convite”, destacamos o emprego do “Possível e do Impossível”, um entimema que serviu ao logos e ao pathos, respectivamente, pelo reforço da ideia contida estrutura lógica que se projetava para uma ação futura e pelo possível desconforto em sentimentos a respeito de uma plausível nomeação para um cargo ministerial tida como inadequada para aquele auditório particular.

Esses meios de persuasão conceituados por Aristóteles (ethos, pathos e logos) foram viabilizados pelos arranjos multimodais, nos quais o orador (produtor da fake news) deliberadamente escolheu os modos enunciativos de acordo com as predileções do auditório. Por exemplo, na “Figura 7 - Print de Postagem no Facebook”, essa é produto de uma manipulação fotográfica em torno de uma parte, especificamente a camisa do senhor que aparece sendo agredido por um grupo de manifestantes de um partido visto como opositor por esse auditório particular. A partir da manipulação fotográfica do modo enunciativo visual, foi utilizado o modo enunciativo verbal para dar origem a uma falsa narrativa diversa do que de realmente ocorreu. Esse fato novo pode ter suscitado comoção em torno da vítima e óbvia indignação contra os agressores, por conseguinte fomentando o auditório a nutrir o sentimento de raiva pelos membros do grupo político adversário, o que caracterizou claramente o pathos.

Ante o exposto, fazemos o seguinte adendo, para o estudo, as combinações intencionais dos modos enunciativos (visual, verbal e sonoro) não significam necessariamente que apenas a materialização desse processo seja responsável pelo acordo, tampouco que “as fábricas de fake

news” utilizem manuais de retórica para produzi-las, visto que pela perspectiva sociointeracionista dialogicamente os seres humanos seguem amiúde em suas interações linguísticas a descobrir e a atualizar maneiras para atingir seus fins discursivos.

A respeito do objetivo específico II, demonstrar como o arranjo multimodal realizado por meio da “manipulação fotográfica” e “fabricação de notícias” atua na construção da verossimilhança das fake news; destacamos que em alguns casos, a depender dos recursos digitais disponíveis e utilizados habilmente na produção da fake news, os seus efeitos podem atingir um grau verossímil aparentemente inquestionável, levando inclusive auditórios díspares a acordar com ela. A exemplo, no Grupo 2 – Método Manipulação Fotográfica, ao analisarmos a “Figura 5 - Jean Willis confirma convite”, consta essa informação falsa, que foi produzida visualmente de maneira praticamente idêntica a uma notícia do Portal de Notícias G1. O apuro técnico formal viabilizado pelo suporte tecnológico digital possibilitou a reprodução dos principais elementos visuais característicos daquela página, garantindo a legitimidade do conteúdo que tratou de um assunto crível para o auditório particular.

Acerca do objetivo específico III, discorrer sobre os conceitos de auditórios e acordos paralelamente às bolhas de filtros e Pós-verdade para contextualizar a relação entre retórica e fake news nos ambientes digitais; entendemos que o desenvolvimento desse objetivo foi importante para atualizar certas definições retóricas antes voltadas majoritariamente para interações do universo verbal, tendo em vista que o cenário atual permeado pelo modo digital, que abarca todos os modos enunciativos simultaneamente, impõe desafios para a compreensão de sua dimensão enunciativa diante de novas formas e gêneros virtuais de argumentação.

Dessa maneira, as confluências entre as noções de auditório e bolhas de filtro indicam outros fatores que nessa nova realidade digital influenciam os processos de comunicação, isto é, nesse universo programado as escolhas são intermediadas por algoritmos que se ajustam conforme às predileções dos usuários (auditórios). Assim, esses constantemente determinam os conteúdos direcionados a cada um de forma cada vez mais personalizada, o que consequentemente tem impacto sobre as adesões, agora feitas sob medida baseados em nossas escolhas, isto é, nossas bolhas.

Sob essa perspectiva, apontamos uma aproximação entre o êxito das fake news e o fenômeno da pós-verdade, acerca do qual os teóricos que fundamentam o nosso estudo defendem que a atual visão dicotômica Mentira/Verdade tem pouca importância diante do desejo pessoal de firmar em suas bolhas (auditórios) posicionamentos pessoais que importam mais do que os fatos. Contudo, entendemos que a lógica de funcionamento dos algoritmos que rege a internet funciona como fator impulsionador significativo, e não como determinante para adesões ou acordos, uma vez que adotamos o posicionamento de Lévy (1996) a respeito da relação Homem *versus* Tecnologia, ou seja, por trás de qualquer tecnologia sobressai o fator sociocultural humano.

Ante o exposto, chegamos às seguintes considerações acerca dos objetivos propostos: 1 - as técnicas retóricas ethos, pathos, logos e entimemas dispostas por Aristóteles continuam válidas e podem ser aplicadas no universo digital, bem como as noções de gêneros do discurso público (deliberativo, epidíctico e judicial) que em sua essência podem ser observados, em parte, em produções digitais variadas como as fake news; 2 - as bolhas de filtro e o fenômeno da Pós-verdade auxiliam na contextualização para explicação do possível êxito das fake news ancoradas pelo pathos, ou seja, a técnica motriz por trás dessas; 3 - os modos enunciativos verbal, visual e sonoro, a depender dos arranjos multimodais, funcionam como argumentos e premissas; 4 - o modo digital possibilita maior verossimilhança, assim facilitando o processo de adesão e compartilhamento das fake news; 5 - por fim, partindo da máxima retórica aristotélica de que a persuasão consiste na busca do meio mais adequado para cada caso, ponderamos que a produção das fake news atinge essa finalidade ao mesclar modos enunciativos e técnicas retóricas para persuadir os auditórios particulares.

Sobre os propósitos deste estudo, para nós, o anseio de todo pesquisador deve se projetar na contribuição para a solução de problemas ante novas demandas e, conseqüentemente, fomentar o avanço social. Como resultado, ao longo do percurso traçado por esse estudo, foi demonstrada a fundamentalidade da argumentação para o desenvolvimento das sociedades em relação a temas essenciais como Direito, Cidadania e Democracia, noutras palavras, a retórica é uma prática discursiva omnipresente em todos os momentos da vida social (MATEUS, 2018), mas que vem sendo posta em risco pela amplitude argumentativa das fake news, que seguem transitando livremente.

Em síntese, é a argumentação que concretiza sonhos e destrói impérios. Logo, de alguma forma, esperamos que as considerações e os resultados por ora apresentados acerca de nossos objetivos para entender e identificar mecanismos retóricos e fatores linguísticos, sociais e culturais de atração e persuasão do público (auditório) envolvidos na criação das fake news, venham a servir futuramente para auxiliar novos estudos que possam minimizar a força dessa produção linguística que tem minado as relações humanas num amplo sentido, do ambiente familiar ao científico.

REFERÊNCIAS

- ALTARES, Guillermo. **A longa história das notícias falsas**. EL PAÍS Brasil. Cultura, 18 de jun. de 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/08/cultura/1528467298_389944.html. Acesso em 08 de maio. de 2022.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução, textos adicionais e notas Edson Bini, São Paulo: Edipro, 2019. 3,2 Mb; e-pub. [350-335a.C.]
- AZEVEDO, Fernando Uilherme Barbosa de. **O negócio sujo das fake news. Hackers expostos! Veja o mundo lucrativo e antiético das fake news**. Independently Published, 2017. (E-Book)
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2000 - 2003.
- BAKHTIN, M. (V.N. Volochinov). **Marxismo e filosofia da linguagem**. Tradução de Michel Lauch e Iara Frateschi Vieira. 6.ed. São Paulo: Editora Huritec, 1992
- BARBOSA, Mariana (org). **Pós-verdade é Fake News: Reflexões sobre a Guerra de narrativas**. Rio de Janeiro: Cobogó Ed., 2019.
- BARTHES, Roland. **A retórica antiga**. In: COHEN, Jean et al. *Pesquisas de retórica*. Trad. de Leda Pinto Mafra Iruzun. Petrópolis: Vozes, 1975.
- BONDIA, Jorge Larrosa. **Notas sobre a experiência e o saber de experiência**. Revista Brasileira de Educação, Rio de Janeiro: ANPED, n. 19, p. 20-28, abr. 2002.
- BUCCI, Eugenio. **News não são fake -- e fake news não são news**. In: Pós-verdade e fake News. Reflexões sobre a guerra das narrativas. Rio de Janeiro: Cobogó Ed. 2019.
- CANTRIL, Hadley. **The Invasion from Mars**. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2005.
- COPE, Bill; KALANTZIS, Mary. **The Things You Do to Know: An Introduction to the Pedagogy of Multiliteracies** In: A Pedagogy of Multiliteracies: Learning by Design. Edited by Bill Cope and Mary Kalantzis. University of Illinois, USA, 2015.
- DIONISIO, Ângela Paiva; MACHADO, Anna Rachel; BEZERRA, Maria Auxiliadora. **Gêneros textuais & ensino**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.
- DIONÍSIO, Ângela Paiva. **Fala e escrita**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.
- D'ANCONA, Matthew. **Pós-Verdade: A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempos de Fake News**. Barueri: Faro Editorial, 2018.
- EYMAN, Douglas. **Digital Rhetoric: Theory, Method, Practice**. E-book, Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 2015, <https://doi.org/10.3998/dh.13030181.0001.001>. Accessed 22 Apr 2020. Downloaded on behalf of 77.243.191.59

FERRARI, Pollyana. **Como sair das bolhas**. 2ª ed. revista e ampliada - São Paulo: EDUC, 2021. 1. Recurso on-line: ePub kindle.

FONSECA, Homero. **Tapacurá: viagem ao planeta dos boatos**. Recife: CEPE, 2015. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=oN9BCwAAQBAJ&pg=PT3&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false. Acesso em 14 de ago. de 2022.

FUSTEL, de Coulanges, **A Cidade Antiga**, Lisboa: Clássica Editora, 1988. (Versão digital, e-book, 2006)

GARCIA, Marc Amorós. **FAKE NEWS, La verdad de las noticias falsas**. Barcelona: Plataforma Editorial, 2018.

GENESINI, Silvio. **A pós-verdade é uma notícia falsa**. In: Revista USP, São Paulo, n. 116, p. 45-58, janeiro/fevereiro/março 2018.

GIL, Gilberto. Copo Vazio. In: GIL, Gilberto. **Gil Luminoso**. Rio de Janeiro: Biscoito Fino, 2006. CD.

HALLO, William W. **The birth of rhetoric** (p. 25-47). In: Rethoric before and beyond the greeks, LIPSON, Carol S; BINKLEY, editors. New York: State University of New York Press, 2004. Disponível em: <https://books.google.to/books?id=uVt7c3UX-zMC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 09 de mar. de 2022.

HAVELOCK. A. **Prefácio a Platão**. Trad. Enid Abreu Dobránszky. Campinas: Papirus, 1996a.

HAVELOCK, A. **A revolução escrita na Grécia e suas conseqüências culturais**. Trad. de Ordep José Serra. São Paulo, Editora da UNESP; Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996b.

HARARI, Yuval Noah. **Yuval Noah Harari extract: 'Humans are a post-truth species'**. The Guardian, Londres, 5 de ago. de 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/culture/2018/aug/05/yuval-noah-harari-extract-fake-news-sapiens-homo-deus>. Acesso em: 20 de nov. de 2021.

ISÓCRATES. "**Antidose.**" **Em Isócrates com uma tradução em inglês em três volumes**, por George Norlin, PhD, LL.D. Cambridge, MA, Harvard University Press; Londres, William Heinemann Ltd. 1980.

JÚNIOR, Manuel de Alexandre. **Introdução**. In: ARISTÓTELES, Retórica. Biblioteca de Autores Clássicos. 2ª edição, revista. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2005. ISBN: 972-27-1377-9

KENEDDY, G. A. **Comparative Rhetoric. An Historical and Cross-Cultural Introduction**. New York/Oxford: Oxford University Press. 1998.

KOCH, Ingedore G. Villaça. **Argumentação e Linguagem**. 2 ed. São Paulo: Cortez. 1987.

KRESS, Gunter. **LITERACY IN THE NEW MEDIA AGE**. 1 ed. London: Editora: Routledge, 2003. EC4P 4EE

- KRESS, Gunter; LEEUWEN, Theo Van. **Multimodal Discourse: The modes and media of contemporary communication**. London: Arnold, 2001.
- KRESS, Gunter; LEEUWEN, Theo Van. *Reading images: the grammar of visual design*. 2 ed. London: Routledge, 2006. [versão digital]
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Carlos Irineu da Costa (trad.). São Paulo: Editora 34, 1999.
- MALIK, K., 2017. **Not post-truth as too many truths. Pandaemonium**. Disponível em: <https://kenanmalik.com/2017/02/05/not-post-truth-as-too-many-truths/>. Acesso em: 13 de out. de 2021.
- MATEUS, Samuel. **Introdução à Retórica no século XXI**. Labcom. IIFP. Universidade da Beira Interior, Covilhã: Portugal, 2018.
- MELO, Alberto da Cunha. **Poesia completa**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2017.
- MENDES, Emília. **Análise do discurso e iconicidade: uma proposta teórico-metodológica**. In: MACHADO, Ida Lúcia; LIMA, Helcira; LYSARDO-DIAS, Dylia (orgs.). *Imagem e Discurso*. 1ª ed. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2013. Disponível em: http://www.letras.ufmg.br/padrao_cms/documentos/profs/emilia/Imagem%20e%20discurso.pdf. Acesso em: 21 de mar. de 2022.
- MEYER, Michel. **A retórica**. Tradução Marly N. Peres. São Paulo: Ática, 2007.
- MILLER, Carolyn R. **Genre as Social Action. Article** in: *Quarterly Journal of Speech* · May 1984.
- MOORHOUSE, Alfred Charles. **Historia del alfabeto**. Trad. Carlos Villegas. Cidade do México: FCE, 1965.
- PARISER, Eli. **O filtro Invisível**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2012. (Versão PDF)
- PERELMAN, Chaim. **Lógica jurídica: nova retórica I**. Tradução de Verginia K. Pupi. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- PERELMAN, Chain; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: a nova retórica**; tradução Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão; [revisão da tradução Eduardo Brandão]. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005. [1958]
- PLATÃO. **A República**, Tradução: Enrico Corvisieri. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda, 1997.
- PLATÃO. **Górgias**. Daniel R. N. Lopes: tradução, ensaio introdutório e notas. São Paulo: Perspectiva: Fapesp, 2011. [427-347 a.C.]
- PLUTARCO. **Vidas Paralelas: Demóstenes e Cícero**. Série “Autores Gregos e Latinos. tradução Marta Várzeas. 2ª ed. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra; Centro de Estudos Clássicos e Humanísticos, [46-120d.C.] 2012.

POPPER, Karl R. **Conjecturas E Refutações, O Progresso Do Conhecimento Científico**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

REBOUL, Olivier. **Introdução à Retórica**. Tradução: Ivone Castilho Benedetti. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004. [1925]

SANTAELLA, Lúcia. **Introdução, in: A Pós verdade é verdadeira ou falsa?** [recurso eletrônico] / Lucia Santaella; organizado por Fabio Cypriano. - Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2018. 96 p.; e PUB.

SANTAELLA, Lúcia. **A Semiótica das fake news**. In: Revistas PUC-SP, VERBUM (ISSN 2316-3267), v. 9, n. 2, p.9-25, set. 2020. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/verbum/article/view/50522/pdf>. Acesso em: 03 de mai. de 2022.

SCHIAPPA, Edward. **The Beginnings of Rhetorical Theory in Classical Greece**. Londres: Yale University Press, 1999.

TANDOC, Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. **Defining “Fake News”**, Digital Journalism, 6:2, 137-153, DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143, 2018. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4948550/mod_resource/content/1/Fake%20News%20Digital%20Journalism%20-%20Tandoc.pdf. Acesso em: 10 de jun. de 2022.

TODOROV, Tzvetan. **Teorias do Símbolo**. Tradução: Maria de Santa Cruz, Lisboa: Edições 70, 1977.

XAVIER, Antônio Carlos. **Retórica digital: a língua e outras linguagens na comunicação mediada por computador**. Recife: Pipa Comunicação, 2013a.

XAVIER, Antônio Carlos. **A era do hipertexto: linguagem e tecnologia**. Recife: Pipa Comunicação, 2013b.

ANEXO A - TRANSCRIÇÃO DE FAKE NEWS

TSE entregou códigos de segurança das urnas eletrônicas para a Venezuela e negou acesso para auditores brasileiros (veja o vídeo)¹⁵

Os fatos são que, através do edital de licitação 106/2017, o TSE entregou os códigos das urnas eletrônicas - inclusive os criptográficos (responsáveis por garantir a identidade e a segurança do processo) -, para uma empresa estrangeira tutelada por três venezuelanos e um português sem qualquer obrigação de cumprir os termos de sigilo, por não estarem submetidos à legislação brasileira.

Mas isso nem é o pior de tudo: acontece que com esses código (SIC) em mãos - mais especificamente os códigos criptográficos -, é possível gerar votos falsos capazes de passarem como verdadeiros durante uma auditoria do sistema, como explica o professor de Ciência da Computação da UNB, Pedro Dourado de Rezende.

Segundo Rezende, o fato constitui uma traição à soberania nacional. Não bastasse os códigos serem entregues a uma empresa estrangeira ligada à ditadura bolivariana, o TSE NEGOU ACESSO aos mesmos códigos para que fossem auditados por professores brasileiros. Mas não para por aí. O professor afirma ainda que o edital que custou R\$ 7 milhões aos cofres públicos era absolutamente desnecessário, já que o argumento usado pelo TSE era de que seria necessário o desenvolvimento de um software completamente novo para que a lei do voto impresso, de autoria do deputado Jair Bolsonaro (SIC), atual candidato à presidência, pudesse ser aplicada.

Como explica, os softwares JÁ ERAM PREPARADOS para serem conectados à impressoras e o único custo adicional seria a aquisição das impressoras. O TSE argumentou que isso teria um custo de R\$ 2 bilhões e acabou recebendo um aporte emergencial de R\$ 250 milhões, sendo que os especialistas garantiram que valor era irreal e muito menos seria suficiente para viabilizar a impressão dos votos. Rezende caracterizou a atitude do TSE como “uma posição de má

¹⁵ Fonte:

<https://www.evernote.com/shard/s227/u/0/client/snv?isnewsnv=true¬eGuid=ae6d2fe4-a98a-4657-ba04-77332312a5e6¬eKey=e80613b35dc241c1c1fb813390e8d2c2&sn=https%3A%2F%2Fwww.evernote.com%2Fshard%2Fs227%2Fsh%2Fae6d2fe4-a98a-4657-ba04-77332312a5e6%2Fe80613b35dc241c1c1fb813390e8d2c2&title=TSE%2Bentregou%2Bc%25C3%25B3digos%2Bde%2Bseguran%25C3%25A7a%2Bdas%2Burnas%2Beletr%25C3%25B4nicas%2Bpara%2Ba%2BVenezuel a%2Be%2Bnegou%2Bacesso%2Bpara%2Bauditores%2Bbrasileiros%2B%2528veja%2Bo%2Bv%25C3%25AD deo%2529. Acesso em: 22 de nov. de 2022.>

vontade que encontrou uma fome de inviabilizar o cumprimento da lei” e “um ato de traição à soberania nacional”.

“O edital abriu o cofre de segurança do sistema eleitoral brasileiro”, afirmou Rezende

O CMIND (Comitê Multidisciplinar Independente) contestou o edital em sete petições afirmando que

“Certo é, e consta de forma expressa no edital, que haverá compartilhamento de informações confidenciais, sensíveis do processo de votação entre empresa estrangeira e o TSE para fins de desenvolvimento desnecessariamente terceirizado da interface entre os equipamentos de votação e os da impressão de votos. A segurança do processo de votação em face de tal aberração contratual, na visão inexplicavelmente ingênua do TSE estaria garantida pelo mero e simples compromisso dos responsáveis envolvidos, firmado através de um termo de sigilo. Esse termo de sigilo teria o efeito de vincular às leis brasileiras os seus signatários, mas, neste caso, quem vai administrar o consórcio das empresas vencedoras da licitação são três cidadãos venezuelanos e um português, que não estão submetido *in totum* à legislação nacional. Têm, cada qual, seu território de domicílio e nacionalidade distintos do nosso, o que, em sendo a intenção, os garante por princípios jurisdicionais, imunidade em face a tal compromisso, a despeito de qualquer legislação que lhes seja extraterritorial. Assim, agindo na ilegalidade, o TSE coloca em risco a soberania nacional, ao compartilhar com tais entes estrangeiros informações confidenciais do sistema de votação usado em eleições oficiais no Brasil - inclusive de material criptográfico -, que pode ser utilizado para simular origem autêntica de programas que compõem tal sistema. Com esse material criptográfico, programas *stealth*, camuflados, capazes de - nas 95% das sessões para as quais não está prevista a impressão do voto -, fraudar percentualmente as votações de forma indetectável sob as regras atuais para a fiscalização externa, os quais poderiam ser antecipadamente confeccionados e plantados à sorrelfa para inserção por terceiros - inclusive desavisados do risco -, como se fossem programas legítimos, pois passarão como tal perante os dispositivos internos de autenticação ao longo de qualquer dos pontos intermediários da cadeia de custódia dos componentes do referido sistema, com efeito nefasto de contaminá-lo para fins inconfessáveis. Com agravante do fato de os entes contratados para custodiar esse material criptográfico não terem vínculo ou obrigação com o Estado de Direito Nacional, o que compromete o cerne da nossa atual democracia”.

Em entrevista para o programa The Noite, o professor e pesquisador da UNICAMP, Diego Aranha, especialista em criptografia e segurança computacional, detalhou os problemas e falou

sobre a curta janela de tempo de acesso aos códigos concedida aos auditores brasileiros e a inexplicável recusa do TSE em permitir uma auditoria mais detalhada.

Com o objetivo de reduzir as chances de fraude, o CMIND desenvolveu um aplicativo para que os próprios eleitores fiscalizem a eleição a partir de fotografias dos boletins de urna (BU) de cada seção, que são publicados às 17:00 no dia da eleição. Os resultados obtidos através das fotografias enviadas pelos eleitores serão então comparados com os resultados do TSE. O aplicativo pode ser [baixado aqui](#).

Assista também a este ótimo vídeo promovido pela Spotniks, sobre a confiabilidade das urnas eletrônicas.