



SEÇÃO: VARIA

Verdades personalizadas ou acerca do nosso poder de decisão em tempos de *fake news*: uma leitura sob o olhar filosófico

Personalized truths or about our decision-making power in times of fake news: a reading under a philosophical view

Verdades personalizadas o sobre nuestro poder de decisión en tiempos de fake news: una lectura filosófica

Francisca Galiléia P. da Silva¹

orcid.org/0000-0002-8001-2129
chicagalileia@gmail.com

Suelen Pereira da Cunha²

orcid.org/0000-0002-7062-7971
suelenlp2011@gmail.com

Recebido em: 24 mar. 2020.

Aprovado em: 7 fev. 2021.

Publicado em: 7 jun. 2021.

Resumo: Quando os fatos já não se configuram como verificação do real, o discurso pode ganhar um estatuto ontológico independente. Esta horizontalidade entre o fato e o discurso não se dá a salvo de consequências, principalmente quando observada a interferência desse fenômeno em processos de tomada de decisão. É por essa razão que o presente artigo visa refletir sobre o problema da verdade em tempos de uma autonomia nos discursos. Guiando-se pela questão: "como podemos decidir se não sabemos, ao certo, acerca de qual objeto está sendo decidido?", nos valem das leituras dos clássicos da filosofia para empreender uma discussão acerca do tema.

Palavras-chave: Verdade. Validade. Decisão. Discurso.

Abstract: When the facts are not the verification matrix of reality, the speech obtains an independent ontological status. This identity between fact and speech is not free of consequences, especially when we observe the interference of this phenomenon in decision-making processes. For this reason, this article aims to reflect on the problem of the truth when we have ontological speech autonomy. Guided by the question: "How can we decide if we don't know, for sure, about which object we decide?", we use the classics of Philosophy to develop a discussion about the theme.

Keywords: Truth. Validity. Decision. Speech.

Resumen: Cuando los hechos ya no se configuran como fuente de verificación de la realidad, el discurso adquiere un status ontológico independiente. La horizontalidad entre el hecho y el discurso no está exenta de consecuencias, especialmente cuando observamos la interferencia de este fenómeno en los procesos de toma de decisiones. Es por esta razón que este artículo tiene por objetivo reflexionar acerca del problema de la verdad en tiempos de autonomía del discurso. Guiados por la pregunta: "¿cómo podemos decidir si no sabemos, seguramente, cuál es el objeto que se está decidiendo?", utilizamos las lecturas de los clásicos de la filosofía para llevar a cabo una discusión sobre el tema.

Palabras claves: Verdad. Validez. Decisión. Discurso.

Introdução

De acordo com Aristóteles e a tradição escolástica, a decisão é o momento determinante da deliberação, quer dizer, corresponde àquela ação que resulta da deliberação entre várias alternativas possíveis. É, decerto, um "apetite deliberado referente a coisas que dependem de nós" (*E.N.* III, 5, 1113a 10). Por essa razão, em sua *Ética a Nicômaco*, Aristóteles



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

¹ Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza, CE, Brasil.

² Instituto Federal do Ceará (IFCE), Crateús, CE, Brasil.

afirma que a qualquer animal é possível realizar ações voluntárias, mas nenhum é capaz de escolha, pois a escolha está sujeita ao *logos*, em outras palavras, "tudo que é feito por ignorância é não-voluntário" (*EN*, III, 5 1110b). Desta maneira, a decisão sobre algo está sujeita à voluntariedade e conhecimento acerca dos objetos a serem escolhidos pelo sujeito que escolhe.

O conhecimento dos objetos, dos fatos, dos fenômenos se configura como fundamental para o agir humano no mundo. Trata-se de uma inevitável ânsia por ordenar, classificar e dar sentido a tudo como um resultado² da necessidade de que a realidade não mais nos surpreenda ou assuste. A capacidade de prever, antecipar eventos produzidos ou relacionados ao indivíduo confere, ao ser humano, a possibilidade de manipular, manejar e sobreviver no mundo. Nesses termos, conhecer consiste em ser capaz de identificar o que significa um fenômeno, poder descrevê-lo, analisar suas particularidades, tornando aquilo que era estranho em algo delimitado e decidindo sobre como operar na realidade que o cerca. Mas, como falar de conhecimento em tempos de *fake news*? Como as verdades *fakes* ganham estatuto de conhecimento e diretriz das nossas decisões e ações?

A pergunta basilar para compreender o alcance e consequências das diversas verdades é: no que consiste a verdade? Em sua teoria *ontoepistemológica*, Parmênides de Eléia (530-460 a.C.) identifica *ser*, *pensar* e *dizer* inaugurando a tese de que há, decerto, uma relação de identidade entre aquilo que é com o que é dito e pensado. É sob esta perspectiva que o filósofo indica, em seu Poema *Da Natureza*, duas formas de apreensão da realidade, a saber: a verdadeira e a crença dos mortais. Nas palavras de Parmênides:

Terás, pois, de tudo aprender:

o coração inabalável da verdade fidedigna
e as crenças dos mortais, em que não há confiança genuína.

Mas também isso aprenderás: como as aparências têm de aparentemente ser, passando todas através de tudo (DK 28 B1.28-32).

Duas formas de apreensão da realidade são, prontamente, expostas pelo filósofo, o "coração inabalável da verdade fidedigna" como o caminho do *Ser*, a verdade; e "a crença dos mortais" como a *Dóxa*, a pura e simples opinião. Etimologicamente, os termos *Alétheia* (verdade e/ou realidade) e *Dóxa* (opinião) trazem significados que elucidam o próprio conteúdo do conhecimento a que correspondem. *Alétheia*³, termo composto pela palavra *Léthe* (esquecer) somado à partícula negativa *A*, indica o que não é esquecido, que permanece na memória, que não está oculto e, portanto, ganha status de real, uma vez que está ao alcance de todos.⁴ O que está no domínio da *Alétheia* não apresenta dubiedade, porque está no âmbito da evidência.

A *Dóxa*, por sua vez, ao mesmo tempo que significa opinião, pode ser traduzida por aparência, reputação, fama ou glória, conferindo um sentimento de orgulho perante os outros membros da comunidade. A opinião, sendo algo sustentado pelo próprio indivíduo que a detém, expressa um certo sentimento de posse, ostentação e identificação, dado que está diretamente relacionada ao modo de seu possuidor ser no mundo. Por essa razão, se por um lado a *Alétheia* (verdade) diz respeito àquilo que está no âmbito do real, factual, não oculta e independente do sujeito que a verifica; por outro lado, a *Dóxa* (opinião) não tem, necessariamente, compromisso com o que está posto na realidade ou com qualquer prova demonstrativa, mas com o indivíduo que a detém.

² Cf. GARCIA, Francisco Luiz. *Introdução crítica ao conhecimento*. Campinas: Papirus, 1988. p. 67.

³ Para mais sobre a derivação e significado etimológico do termo *alétheia*, ver o verbete *λανθάνω* no CHANTRAINE, Pierre. *Dictionnaire étymologique de la langue grecque. Histoire des mots*. Paris: Klincksiek, 1968. p. 635.

⁴ O argumento filosófico que fundamenta a relação entre verdade, realidade e saber se faz presente em Parmênides, Platão e se evidencia em Aristóteles. Segundo Santos, para Parmênides "É saber porque é apresentado na forma de um argumento [...]. Mas, como 'é' acerca daquilo que refere, não pode distinguir-se disso. A ideia, que talvez pareça ingênua, é a de que a verdade sobre qualquer coisa é antes de mais a própria coisa (noutros termos, que a coisa institui o critério de verdade sobre si mesma)" (SANTOS, 2013, p. 59). Já Platão, no *Fédon* (75d), relaciona conhecimento com aquilo que permanece, ao fazer referência ao esquecimento daqueles que bebem do rio *Léthes*, é dito: "Pois conhecer, de fato, consiste apenas no seguinte: conservar o conhecimento adquirido, sem vir nunca a perdê-lo. O que denominamos esquecer, Simias, não será precisamente a perda do conhecimento". Aristóteles, na *Metafísica* (983b2), ao refletir a respeito das quatro causas, deixa evidente a estreita relação do sentido de *Alétheia*, na medida em que usa tal termo para se referir ao que atualmente traduzimos por realidade.

1 O discurso como verdade independente

Se Parmênides postula a identidade entre *ser*, *pensar* e *dizer* a fim de salvaguardar o conhecimento verdadeiro de qualquer opinião, tal identificação se mostra problemática, em razão de não permitir a possibilidade de se dizer falsidade, como já denunciava Górgias em *Sobre o não-ser*. Na teoria *ontoepistemológica* do Eleata, tudo o que é dito é e tudo o que é real, logo, tudo o que é dito é verdadeiro, de maneira que verdade e validade coincidem. No entanto, enquanto possibilidade, não há nada que impeça que coisas que não correspondam com o que é factual sejam ditas. Isto porque os âmbitos da verdade e da validade não são necessariamente o mesmo. A validade diz respeito ao discurso, às regras que articulam o pensamento e a linguagem, dando sentido ao que é dito. Já a verdade, essa necessita de uma correspondência com os fatos, o que é dito e o que está posto na realidade precisam coincidir.

No entanto, ao estabelecer uma identidade entre *ser*, *pensar* e *dizer* sem estabelecer um critério de verificação, deixa-se um espaço para que tudo o que é dito ou pensado tenha valor de verdade tanto quanto o que de fato está posto na realidade. É devido a esta brecha no argumento em defesa da identidade entre o *ser* e o *dizer* que a persuasão adquire força para criar realidades. Sobre isso, Górgias afirma:

Na verdade, o modo de ser da Persuasão de maneira alguma se parece à Necessidade, mas tem o mesmo poder. Pois o discurso persuasivo persuade a alma, constringendo-a tanto a crer nas coisas ditas quanto a concordar com as coisas feitas (*Hel.*, 12).

Diante disto, vem a pergunta: qual o parâmetro da verdade? Platão, revisando o pensamento de Parmênides e em oposição ao relativismo sofístico, aponta para a afirmação de uma realidade de fato verdadeira ao qual os juízos, tendo-a como base, possam ser verificados como falsos ou não. Nessa perspectiva, no *Sofista* (263b), em seu diálogo com Teeteto, o Estrangeiro de Eleia

defende que há duas qualidades de discursos, os verdadeiros e os falsos, sendo os verdadeiros aqueles que “falam das coisas que são, como são” e falsos aqueles que “falam de coisas que não são, como se fossem”. A *teoria das formas*, então, impede uma autonomia ontológica ao discurso, ao mesmo tempo em que, mediante a possibilidade da comunhão dos gêneros, possibilita que diversas formas participem umas das outras. Aristóteles aprofunda essa noção de verdade e falsidade relativa aos discursos, bem como a comunhão de gêneros iniciadas por seu mestre. Para ele, como sintetiza Pierre Aubenque, o que está em questão não é a relação entre o discurso ou a linguagem e o ser, e sim entre a materialidade da palavra e o estado da alma ao qual ela corresponde.⁵ Quer dizer, compreendendo o juízo como a associação de conceitos, entende-se que a verdade e a falsidade não se configuram como uma característica do objeto de investigação, mas do que é dito sobre tais objetos. Neste sentido, Aristóteles argumenta:

O ser verdadeiro e falso das coisas consiste na sua união ou na sua separação, de modo que estará na verdade quem considera separadas as coisas que, efetivamente, estão separadas e unidas as coisas que, efetivamente, são unidas; ao contrário, estará no erro quem considera que as coisas são contrárias a como efetivamente são (*Metaph.*, 1051b3-6).

Aqui, verifica-se que a verdade e a falsidade estão nos juízos, no dizer os seres a partir de associações de conceitos. Não há verdade ou falsidade, por exemplo, nos termos “casa”, “azul” e “grande”, mas o juízo “A casa azul é grande” pode conter falsidade se, ou a casa que é grande não for azul ou se a casa azul não for grande. O que se pode dizer, com Aristóteles, é que só nos juízos há verdade ou falsidade – uma vez verificando se esses correspondem ou não ao que está posto na realidade. No entanto, a possibilidade de dizer algo que não corresponde com o real leva à necessidade de que o que é dito tenha algum poder de convencimento, isto é, o poder de persuasão.

Resulta, até o momento, que o conhecimento

⁵ Cf. Aubenque, Pierre *O problema do ser em Aristóteles: ensaio sobre a problemática aristotélica*. Tradução e revisão técnica Cristina de Souza Agostini e Dioclécio Domingos Faustino. São Paulo: Paulus, 2012. p.106

verdadeiro é aquele cujo objeto é sua base de demonstração. Em outras palavras, ele diz respeito àquela afirmação acerca do mundo que se mostra correspondente àquilo que o mundo é. Porém, além do juízo verdadeiro, ainda persiste a presença da persuasão e ambos os modos de afirmar algo acerca do mundo atuam como diretrizes do comportamento humano. E, em se tratando do agir humano, a análise está para além da consideração de um indivíduo isolado, mas configura, sobretudo, seu ser social, sua relação com os demais no interior de uma comunidade. É, portanto, de ordem igualmente política. Trata-se, agora, de pautar a reflexão no juízo acerca da realidade construída socialmente.

2 Política e linguagem

Seguindo para uma análise social do conhecimento verdadeiro, observa-se, em al-Fārābī, a constatação de que há diferentes formas que os indivíduos apreendem a realidade e estabelecem com esta uma relação de sujeito e objeto de conhecimento. Trata-se de uma distinção que ressalta a delimitação de dois campos do conhecimento: de um lado, o demonstrativo, puramente racional (que corresponde ao conhecimento filosófico) e; de outro, aquele que se caracteriza por ser resultado da imaginação, da capacidade humana de produzir símbolos, imagens que ofereçam um sentido à realidade (correspondendo, segundo o pensador, ao conteúdo da religião).

Verificando a capacidade humana de produzir símbolos, al-Fārābī chama a atenção a um elemento fundamental: o recurso de produção de imagens que atacam as emoções e que, por essa via, é possível convencer alguém acerca de uma certa informação ou mesmo à realização de uma ação. De acordo com o filósofo, quando estimulados por meio de imagens, os sentimentos de atração e repulsa podem vir antes que o sujeito tenha o conhecimento direto do objeto ao qual a imagem está vinculada. Como afirma:

A arte que estabelece as leis tem em seu grau máximo a capacidade de representar, de uma forma imaginativa, aqueles conceitos teóricos que são difíceis para as pessoas, e é [...] aquela que tem a máxima capacidade de persuasão

sobre os assuntos teóricos e práticos, pois em seu ensino ao povo conta com todos os métodos com os quais a convicção pode ser produzida (AL-FĀRĀBĪ, 2004, p. 86).

Com o propósito de provocar a convicção, as imagens produzidas devem atender às circunstâncias e demandas particulares de cada grupo de indivíduos, devem fazer parte da vida cotidiana e ser incorporadas como parâmetro, como modelo e vínculo identitário de uma comunidade, servindo como régua de medida nas tomadas de decisão. Constrói-se, a partir desses ícones, um sentimento de coletividade, de um conhecimento compartilhado e do qual se tem orgulho e espírito de pertencimento. O conhecimento, aqui, está para além de uma relação sujeito-objeto, pois se circunscreve no âmbito do sujeito-sujeito, em uma confiança e realidade mútua entre indivíduos, tornando secundária a realidade factual do objeto.

Al-Fārābī desenvolve sua reflexão acerca do papel das imagens, de artefatos simbólicos para guiar as ações populares no contexto do Islã, na primeira metade do século X. Sua reflexão aponta para o valor persuasivo do uso de símbolos para dar outro significado à realidade, sendo a religião o principal exemplo disto. Sâ Martino, por sua vez, na obra *Mídia e poder simbólico*, analisa como, na atualidade, os discursos das mais diferentes ordens se utilizam de elementos, ou mesmo símbolos religiosos, como "estratégias particulares de convencimento cada vez mais complexas para dar conta de todo o contexto de ofertas" (SÁ MARTINO, 2003, p. 137). Sendo evidenciado a eficiência sobre estrutura emocional dos indivíduos, o autor menciona que um tom quase profético é frequentemente utilizado nas narrativas com o propósito de produzir, no ouvinte, as ideias de dever, de cumprimento de plano maior, grandioso, bom para todos que fazem parte de um determinado grupo.

Encontra-se a estratégia do discurso do medo como elemento agregador dos indivíduos em face a um inimigo comum e inalienável. É o bem contra o mal, o nós contra eles, uma polarização. Como o objetivo é que se alcance o maior número de pessoas possível, a linguagem utilizada é

simples, direta, possuindo início, fim e propósito delimitados. Busca-se que seja provocado um sentimento de fé de que estão agindo, ativamente, em nome de um bem inquestionável resultando, ao invés de uma reflexão individual, uma emoção coletiva que afirma um sentimento vivo, legítimo, real. Como bem lembra Umberto Eco: "As massas submetidas a esse tipo de informação parecem-nos bem mais sensíveis e participantes no bem e no mal [...] propensas a reverências tradicionais face a sistema de valores estáveis e indiscutíveis" (ECO, 1998, p. 47-48). Estão, portanto, blindadas a qualquer fala que venha a se contrapor ao discurso seguido.

3 O que são verdades personalizadas?

Estamos, pois, diante de uma multiplicidade de narrativas e cada uma reivindicando seu conteúdo de verdade. Observar isso é retomar Górgias quando argumenta que se, por um lado, a persuasão não é o mesmo que aquilo que existe de fato; por outro, quando não se tem a primazia dos fatos, o que é dito adquire, por si só, o lugar dos mesmos. Górgias denuncia o poder do discurso ao anunciar que a persuasão constrange a alma a crer no que é dito e, mais gravemente, a concordar com o que é feito a partir dela. Mediante discurso persuasivo, há a criação de um mundo no qual não só tudo o que é feito é legitimado e se crer na veracidade de tudo o que é dito, como tudo está envolto por um laço identitário dos que seguem a mesma narrativa. Cria-se uma teia que, uma vez preso, fica difícil escapar devido ao fato de adentrar em um mundo no qual todos estão compartilhando do mesmo sentimento, crendo na mesma realidade.

Fazendo uma ponte entre o clássico e o contemporâneo, os grupos que se formam e se reúnem em mídias sociais, atendem, exatamente, aos critérios apresentados por Górgias. Havendo um aceite de um discurso por todos aqueles pertencentes ao grupo, há também o sentimento de acolhimento (a *Dóxa*). Estamos falando, aqui, da criação de uma realidade compartilhada que tem como pressuposto a crença no que é dito, independente se o dito tenha existência anterior à fala. Afirma Górgias:

O discurso é um grande e soberano senhor, o qual, com um corpo pequeníssimo e invisibilíssimo, diviníssimas ações opera. É possível, pois, pelas palavras, tanto o medo acalmar e a dor afastar quanto a alegria engendrar e a compaixão intensificar (*Hel.*, 8).

O grupo produz embasamento para suas próprias crenças e convicções, conteúdos voltados para si mesmos criando bolhas. Nessas bolhas, tudo o que é dito que não está de acordo com o imaginário criado, que para o grupo tem um status de realidade, é visto como falsidade e, assim, não deve ser considerado.

Cada qual acessa a sua própria bolha e nela está tudo aquilo que seus membros concordam e os fazem sentir confortáveis. Tudo o que reflete se configura como imagens caricaturais de si mesmo, raramente sendo confrontado com ideias distintas. Somado a isso, existe uma mecânica na qual tudo o que é apresentado no mundo virtual é selecionado de acordo com o que interessa ao usuário/grupo. Por essa razão,

Os chamados anunciantes podem aproveitar o momento em que você está perfeitamente preparado e, em seguida, o influencia com mensagens que funcionam com outras pessoas que compartilham características e situações com você (LANIER, 2018, p. 6).

4 Verdades personalizadas na era digital: como são criados os conteúdos?

Na era digital, das mídias sociais, é possível verificar um trabalho mais complexo sobre as imagens e as emoções que podem provocar nos indivíduos. Verifica-se uma nova relação entre o sujeito que apreende e o objeto apreendido, na qual a avaliação do perfil do sujeito é fundamental para indicação de qual objeto e qual informação será produzida, emitida e defendida. Jaron Lanier, pioneiro da internet e da realidade virtual, chama a atenção à dimensão do quanto nossos dados são registrados, utilizados e, portanto, inteiramente suscetíveis ao mercado de mensagens, imagens e ideias.

Estamos sendo rastreados e medidos constantemente e recebemos feedback gerenciados o tempo todo. Estamos sendo hipnotizados pouco a pouco por técnicos que não podemos

ver, para fins que não sabemos. Somos todos animais de laboratório agora (LANIER, 2018, p. 5).

Traçado um perfil, desenha-se uma interface de acordo com o interesse de obter a atenção do sujeito, ou seja, tudo o que é apresentado é feito sob medida e de acordo com a ação que se deseja conseguir.

Córdova, ao analisar o processo de ascensão da extrema direita mediante a utilização do YouTube, menciona um de seus experimentos no qual utilizou um navegador recém-instalado e iniciou a busca por "máquinas de forjamento de martelo mais rápidas e pesadas". A especialista em tecnologia para internet explica como, por meio de sua busca, o YouTube traçou um perfil de usuário entendendo que se tratava "de um homem que gosta de armas e churrascos", dado que, ao deixar rodar todos os anúncios e recomendações, após 13 passos, lhe foi recomendado um vídeo de como produzir munições para uma arma semiautomática. A especialista informa, ainda, que a plataforma do YouTube, a partir de 2015, começou a usar aprendizado de máquinas para melhorar o sistema de recomendações, de modo que, já em 2017, passou a rodar tudo pelo Tensorflow, uma sofisticada plataforma de inteligência artificial. Para ela:

Essas conexões que os algoritmos fizeram vêm dos dados que o YouTube analisou sobre meu comportamento no site e sobre os vídeos com os quais interagi, seja clicando sobre o vídeo, pausando, aumentando o volume ou até mexendo o mouse sobre as recomendações. Tudo é monitorado. As métricas que escolhem quais vídeos serão recomendados são baseadas, principalmente, na possibilidade de um vídeo ser assistido pelo usuário. [...]

Como conteúdos extremistas naturalmente chamam mais atenção, a plataforma cria uma bolha conectando vídeos bizarros. Assim, usuários mergulham cada vez mais fundo num assunto. Não por acaso, da fabricação de martelos eu fui levada pelo algoritmo para um vídeo sobre munição e armas em apenas 13 passos. A mesma coisa acontece com vídeos relacionados à política (CÓRDOVA, [2019]).

No WhatsApp existe um agravante: devido ao fato de ser criptografado, não é o algoritmo que seleciona e compartilha os conteúdos, mas os próprios usuários. Esses, por sua vez, se especifi-

cam em grupos no qual compartilham a mesma realidade aparente. Esse tipo de usabilidade encerra cada vez mais os indivíduos em suas realidades uníssonas. O discurso adquire, sozinho e por ele mesmo, uma realidade autocontida, dado que se encerra na associação de conceitos que se mantém mediante a aceitação coletiva. Passa-se a dispensar uma correspondência factual no exterior das mensagens compartilhadas. O ser e o dizer se identificam, passam a constituir uma outra realidade e, com ela, uma nova dimensão de verdade homogeneizando os indivíduos que nele se inserem e desconsiderando qualquer elemento que a eles não esteja vinculado. Resulta daí uma verdade personalizada e uma multiplicidade de verdades.

Essa prática de mapeamento e classificação de perfis é a mesma para venda de mercadorias, para a transmissão de ideias e para disseminação de "fatos". Aqui se acrescenta, ainda, a mesma orientação já apresentada por al-Fārābī, isto é, a necessidade de produção de sentimentos por meio do discurso. Afinal, como já foi dito, quanto mais afetadas por emoções como raiva, medo, desejo etc. mais as pessoas estão suscetíveis à absorção do conteúdo sem restrições. Ademais, a velocidade com a qual os conteúdos transitam reduz a possibilidade de verificação da veracidade dos mesmos. Tudo isto forma um ambiente propício para que os indivíduos se encontrem inteiramente vulneráveis à *fake news*.

5 O que são *fake news*?

As *fake news* consistem, exatamente, naquela produção de narrativa que não tem, no fato, a sua base de sustentação. Entretanto, vastamente compartilhada, principalmente nas já mencionadas bolhas, ela se transforma em uma verdade autoproclamada que sustenta a si mesma no seu "dizer" que é real. Costumeiramente elaborada por compilações de falas, vídeos, imagens, textos acrescidos de um discurso emocionalmente tocante para garantir maior envolvimento, esses fatos *fakes* se constroem de maneira tal que, ainda que, posteriormente, se constate a falsidade do que foi noticiado, a "desinformação" já cumprira seu papel de se inserir, de marcar presença e

influenciar no agir do grupo. Devido ao impacto provocado no modo de se relacionar e agir no mundo, elas costumam demarcar e ressaltar um posicionamento ideológico.

Decerto que não é de hoje que os recursos midiáticos (em suas distintas fases de desenvolvimento e modos de interação com a população) consistem em um terreno fértil para a produção de conteúdo de viés ideológico – Adorno já teorizava a respeito ao alertar sobre os efeitos da indústria cultural.⁶ De acordo com Fábio Malini, coordenador do Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic) e professor da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), apesar do termo *fake news* ser recente, “as notícias falsas sempre existiram no Brasil e no mundo” (MALINI apud AVEDAÑO, [2019]), inclusive em época de eleições. A diferença, continua, é que hoje “existe um domínio dos veículos com viés ideológico que contam com uma espécie de exército humano de replicação” (MALINI apud AVEDAÑO, [2019]) de seus conteúdos e, assim, “a opinião vem ganhando mais terreno que a reportagem” (MALINI apud AVEDAÑO, [2019]). Em situações nas quais aumenta a polarização ideológica e na qual se verifica um elevado nível de desigualdade de acesso à informação, encontra-se um prato cheio para a manipulação.

Uma forma de compreender a eficiência deste fenômeno pode ser àquela apresentada por Feenberg em seu *Critical Theory of technology*.⁷ O filósofo contemporâneo ressalta a tendência de acreditar em uma certa “neutralidade” das tecnologias. E, em tempos de web, a internet se apresenta nossa principal fonte de informação de modo que, se está na rede, é verdadeiro. Tende-se a pensar que enquanto os indivíduos possuem posicionamentos, os algoritmos de busca (por exemplo), não; por desconhecer a lógica sob a qual eles operam. Além disto, quando se trata de um diálogo “direto” entre indivíduos via redes sociais, o critério de verificabilidade de uma informação ou de um discurso é a “lacração”. Isto sem falar da credibilidade de um dado ou

aceitação de um argumento que é demarcado pelo volume de *likes* que um *post* possui. Por esta via, a construção de conhecimento se dá a partir de uma atividade antidialética. O ambiente de diálogo perde espaço para a resposta que “lacrada”, que fecha e impede qualquer reflexão que venha “de fora”. Não há possibilidade de formulação de uma antítese à verdade autoproclamada.

De acordo com o teórico da comunicação José A. Llorente,

O valor ou a credibilidade dos meios de comunicação se veem reduzidos diante das opiniões pessoais. Os acontecimentos passam a um segundo plano [...] Não se trata, então, de saber o que ocorreu, mas de escutar, assistir, ver, ler a versão dos fatos que mais concorda com as ideologias de cada um (2017, p. 9).

Apegadas ao grupo e, por conseguinte, à realidade em que estão inseridas, as pessoas se tornam menos críticas com as notícias que vem dos que compartilham do mesmo espaço de interação. Somado a isso, cria-se uma luta entre aliados e inimigos, indica-se um mau que deve ser combatido e os bons que precisam unir-se contra ele.

6 Como podemos decidir se não temos acesso verdadeiro ao objeto acerca do qual se aplicará a decisão?

Frente aos elementos apresentados, observa-se que o advento das redes sócias levou ao fortalecimento das bolhas sociais, nas quais impera a *Dóxa* e, com ela, o discurso ganhou status ontológico, não dependendo de qualquer realidade factual, como já ponderava Górgias de Leontine. Nessas bolhas, o fator emocional é intensificado mediante a criação de um conjunto de imagens, de simbologia cujo significado intensifica o sentimento de orgulho de pertencimento dos indivíduos a determinados grupos, levando os sujeitos a se isolarem cada vez mais em seus grupos, acirrando a polarização e, conseqüentemente, impossibilitando a dialética que leva ao conhecimento. Assim, tudo o que vem do grupo é apresentado como real, como verdadeiro e o

⁶ Cf. ADORNO, Theodor W. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e terra, 2009.

⁷ Cf. FEENBERG, Andrew. *Critical Theory of Technology*. New York: Oxford University Press, 1991.

acesso à verdade dos fatos é substituído por uma "verdade" desejada, de modo que o "ser, pensar e dizer", tornam-se o mesmo.

Como é possível, então, falar de voluntariedade (aquela que Aristóteles defende como condição de escolha) diante de um processo de mapeamento de perfis, de produção de discursos que provocam engajamento emocional e inserção em bolhas? Ademais, como ultrapassar a blindagem ao movimento dialético (aquele que, segundo Platão, é fundamental para a aquisição do conhecimento verdadeiro do objeto) em tempos que a "lógica argumentativa" é da lacração, da ausência de diálogo? Eis o império da *Dóxa*, do orgulho de afirmar um discurso cujo conteúdo parece possuir menor importância se quem o emite integra o mesmo grupo identitário. A absorção do discurso é rápida quando é passado por alguém da "bolha". Quem questiona se torna, automaticamente, um inimigo, deixa de constituir um pensamento diferente e passa a ser a negação do mundo, autorreconhecido, como verdadeiro.

Quando ocorre a identidade entre ser e dizer, tal como afirmava Parmênides, o discurso ganha um estatuto ontológico independente dos fatos na comprovação de sua veracidade. Nesse sentido, tudo, por si, já é verdadeiro não podendo ser negado. Se tudo é verdade, onde está o falso e sob qual parâmetro balizo minha decisão? Em um movimento semelhante ao de Platão diante do relativismo sofisticado e da ausência da negação parmenidiana, talvez seja fundamental o reestabelecimento do falso para, então, o verdadeiro poder fundamentar o critério de decisão. Sem a negação, a antítese, não há possibilidade de verificação da tese ou mesmo do alcance da síntese. A postura antidialética da lacração somada à aceitação de um discurso pelo apelo emocional que ele provoca impede que este movimento aconteça. Resulta, pois, que só podemos falar de decisão no espaço cuja dialética é reestabelecida, tornando a possível verificação dos fatos *fakes*. Afinal, como recorda Brum (2018),

O pensamento múltiplo e o debate das ideias são os principais instrumentos para devolver importância aos fatos e ao conteúdo, assim

como recolocar a questão da verdade e a seguinte possibilidade de escolha.

Em uma época tomada por *verdades*, tenham elas ou não correspondência no âmbito do real, é necessário não mais buscar uma verdade, dado que ela seria tão somente isto, mais uma verdade em meio a tantas outras que se pautam nos sujeitos, deles dependendo. Em tempos de pós-verdade, de múltiplas verdades, cabe estabelecer o falso. Se *Alétheia* é o que é revelado, é preciso também trazer para a superfície o que é falso, "a aparência que tem de aparentemente ser", mostrando o falso como falso, dando continuidade ao movimento dialético, ultrapassando o nível da tese, das afirmações, e alcançando as antíteses, o negativo. Enquanto tudo for verdadeiro, o falso não existe e, se não existe o falso, tampouco a verdade – como algo que está no âmbito do real e independe da crença do sujeito – existirá. É primordial voltar ao objetivo platônico que, ao mudar o sentido da negativa parmenidiana, deu lugar à falsidade e, só assim, fez possível, de fato, reestabelecer a verdade, o conhecimento dos fatos e a conseguinte deliberação acerca deles.

Referências

- ADORNO, Theodor W. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e terra, 2009.
- AL-FĀRĀBĪ, Abū Nasr. *El libro de las letras*. Tradução de José Antonio Paredes Gandía. Madrid: Trotta, 2004.
- ARISTÓTELES. *Ética a Nicômaco*. 3. ed. Tradução de Mario da Gama Kury. Brasília: UNB, 2001.
- ARISTÓTELES. *Metafísica*. 3. ed. Ensaio introdutório, texto grego com tradução e comentário de Giovanni Reale; tradução de Marcelo Perine. São Paulo: Loyola, 2013. v. II.
- AUBENQUE, Pierre. *O problema do ser em Aristóteles*: ensaio sobre a problemática aristotélica. Tradução e revisão técnica Cristina de Souza Agostini e Dioclézio Domingos Faustino. São Paulo: Paulus, 2012.
- AVEDAÑO, Tom; BETTIM, Felipe. 'Fake News': a Guerra informativa que já não contamina as eleições no Brasil. *El País*, São Paulo, 11 fev. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/09/politica/1518209427_170599.html. Acesso em: 25 fev. 2019.
- BRUM, Eliane. Bolsonaro e a autoverdade. *El País*. [S. l.], 16 jul. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/07/16/politica/1531751001_113905.html. Acesso em: 1 dez. 2019.

CHANTRAINE, Pierre. *Dictionnaire étymologique de la langue grecque. Histoire des mots*. Paris: Klincksieck, 1968.

CÓRDOVA, Yasodora. Como o Youtuber se tornou um celeiro da nova direita radical. *The Intercept*. [S. l.], 9 jan. 2019. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/01/09/youtube-direita>. Acesso em: 25 fev. 2019.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1998.

FEENBERG, Andrew. *Critical Theory of Technology*. New York: Oxford University Press, 1991.

GARCIA, Francisco Luiz (1988). *Introdução crítica ao conhecimento*. Campinas: Papyrus, 1988.

GÓRGIAS. Elogio de Helena. In: DINUCCI, Aldo de (org.). *Górgias de Leontines*. Tradução de Aldo Dinucci. São Paulo: Oficina do Livro, 2017.

LANIER, Jaron. *Ten arguments for deleting your social media accounts right now*. New York: Henry Holt and company, 2018.

LLLORENTE, José A. A era da pós-verdade: realidade versus percepção. *Revista Uno*, São Paulo, n. 27, p. 8-9, 2017. Disponível em: <https://www.revista-uno.com.br/numero-27>. Acesso em: 27 maio 2021.

PARMÊNIDES. *Da Natureza*. 3. ed. Tradução, notas e comentários de José Trindade Santos. São Paulo: Loyola, 2013.

PLATÃO. *Fédon*. 3. ed. Tradução de Carlos Alberto Nunes. Editor convidado Plínio Martins Filho. Coordenação de Benedito Nunes e Victor Sales Pinheiro. Belém: Ed. Ufpa, 2011. Texto grego de John Burnet.

PLATÃO. *Sofista*. In: *Diálogos I: Teeteto (ou sobre o conhecimento), Sofista (ou do ser), Protágoras (ou sofista)*. Tradução, textos complementares e notas de Edson Bini. Bauru, SP: EDIPRO, 2007. p. 155-247.

SÁ MARTINO, Luis Mauro. *Mídia e poder simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003.

Francisca Galiléia P. da Silva

Doutora em Filosofia pela Universidad Complutense de Madrid, em Madrid, Espanha. Professora adjunta da Universidade Federal do Ceará (UFC), em Fortaleza, CE, Brasil.

Suelen Pereira da Cunha

Doutoranda em Filosofia pela Universidade Federal do Ceará (UFC), em Fortaleza, CE, Brasil. Professora EBTT do Instituto Federal do Ceará (IFCE), em Crateús, CE, Brasil.

Endereço para correspondência

Francisca Galiléia P. da Silva
Instituto de Cultura e Arte
Dr. Abdenago Rocha Lima, s/n
Campus do Pici, 60455-320
Fortaleza, CE, Brasil

Suelen Pereira da Cunha
Instituto Federal do Ceará – Crateús
Av. Dr. Geraldo Barbosa Marques, 567
Venâncio, 63708-260
Crateús, CE, Brasil

Os textos deste artigo foram revisados pela Poá Comunicação e submetidos para validação do(s) autor(es) antes da publicação.