

A INFLUÊNCIA DAS NOTÍCIAS FALSIFICADAS NA EMOÇÃO E NA AÇÃO A PARTIR DA RETÓRICA DE ARISTÓTELES

Palavras-Chave: Notícia falsificada, emoção, ação, informação.

Autores:

ANDRÉ MARTIN DE OLIVEIRA FRANCO [Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”]

Prof. Dr. MARCOS ANTONIO ALVES (orientador) [Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”]

INTRODUÇÃO:

Retórica, para Aristóteles, consiste na capacidade de descobrir o que é adequado a cada caso com o fim de persuadir. É o convencimento pelo discurso. Um dos recursos utilizados para alcançar o objetivo da persuasão é a mobilização das emoções. Na concepção aristotélica, emoções são causas que fazem alterar os seres humanos e introduzem mudanças nos seus juízos, na medida em que elas comportam dor e prazer. Dentre as emoções, citamos a ira, a compaixão, o medo, assim como as suas contrárias. Nos dias atuais, também com um fim retórico, a mobilização para o convencimento e direcionamento da ação é fortemente praticada no fenômeno das notícias falsificadas (*Fake News*). Este termo passou a ser associado a fontes (muitas vezes anônimas) que espalham falsidades, manipulando as emoções de seus consumidores, explorando crenças partidárias profundamente arraigadas e possibilitando o

consequente direcionamento da ação. Assumindo como base a concepção aristotélica de emoção, analisamos as relações entre notícias falsificadas, emoções e ação. Expomos, inicialmente, os elementos caracterizadores da emoção, conforme Aristóteles. Em seguida, expomos uma noção de notícias falsificadas, a partir da abordagem informacional de Fred Dretske, que considera a informação como *commodity*, ou seja, mercadoria, capaz de produzir conhecimento. Em nosso estudo, procuramos avaliar as emoções no contexto das notícias falsificadas. Ressaltamos os elementos caracterizadores da emoção, de acordo com Aristóteles, como o estado de espírito do sujeito passível de emoção, contra quem esse sujeito costuma sentir determinada emoção e em que circunstâncias tal emoção se faz presente a partir do uso de notícias falsificadas. Também analisamos as ações decorrentes das emoções cólera e medo sob o efeito das notícias falsificadas.

METODOLOGIA:

Utilizamos livros, artigos especializados, enciclopédias filosóficas, conteúdos de aulas e de grupos de estudos a distância, vídeos-aulas, websites e materiais jornalísticos divulgados pela imprensa. Fizemos uma análise crítica do material, com a posterior composição de texto dissertativo expressando os resultados da reflexão.

RESULTADOS E DISCUSSÃO:

As notícias falsificadas provocam emoções e levam os indivíduos a praticarem ações antecipadamente previstas e desejadas pelos criadores e divulgadores das referidas not. Para Dretske, a informação também é considerada em função do conhecimento prévio do receptor da mesma. Ou seja, há uma coerência entre o conjunto de crenças do receptor da mensagem e o conteúdo desta. Entre as questões discutidas, estão: Como se caracterizam as ações decorrentes da cólera? O colérico possui predisposição a notícias falsificadas? Na cólera, o desprezo ocorre antes ou no momento da notícia falsificada? Quais ações decorrem do medo? A proximidade temporal caracterizadora do medo fortalece o poderio da notícia falsificada?

CONCLUSÕES:

As notícias falsificadas provocam as emoções e levam os indivíduos a praticarem ações antecipadamente previstas e desejadas pelos criadores e divulgadores das *fake news*. Esse plano é bem-sucedido por haver, antes

da produção e divulgação das notícias falsificadas, uma predisposição dos sujeitos em sentir tais emoções e praticar as ações previstas. Além do mais, a prática dessas ações torna-se possível pelo fato de a notícia falsificada fortalecer crenças e ideologias pré-existentes. Entretanto, por ser capaz de suavizar a emoção, a razão pode enfraquecer o efeito das *fake news*. Como exemplo de notícia falsificada, temos a relacionada ao “kit gay”, que causou cólera e medo em muitas pessoas já predispostas a sentir tais emoções no que se refere a questões exploradas pela respectiva notícia falsificada. No caso citado, observa-se a existência de uma base informacional, porém, desvirtuada pela criação de uma notícia falsificada.

BIBLIOGRAFIA

- ALLCOTT, H; GENTZKOW, M. Social media and *Fake News* in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*. V. 31, n.2, p. 211-236, 2017.
- SALSMAM, I. V; ALVES, M. A. A abordagem informacional de conhecimento em Dretske. *Logeion: Revista de Filosofia da Informação*, v. 8, n. 2, 2022.
- ARISTÓTELES. *Retórica*. Trad.: Manuel Alexandre Júnior et. al. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005.
- BROWN, Étienne. “Fake News” and conceptual ethics. *Journal of Ethics and Social Philosophy*, vol. 16, n.2, p. 144 – 154, 2019.

DRETSKE, F. I. *Knowledge and the flow of informativon*. United States: CSLI Publications, 1999.

GELFERT, A. Fake news; a definition. *Informal Logic*, Berlin, Germany. n. 1, v. 38, p. 84-117, 2018.

MUKERJI, N. What is Fake News? *Ergo: an open access journal of philosophy*, vol. 5, n. 35, p. 923-946, 2018.