



# Pós-política e corrosão da verdade

*Eugênio Bucci*

## resumo

O presente artigo parte da constatação do crescente fluxo de notícias fraudulentas, que deformam os processos decisórios na democracia, para localizar, no conceito de “verdade factual” tal como ele foi pensado pela filósofa Hannah Arendt, um possível valor ético capaz de ordenar a prática dos que trabalham com informação orientados pela disposição de preservar e fortalecer a cultura democrática.

---

**Palavras-chave:** *fake news*; pós-verdade; imprensa; democracia.

## abstract

*This article starts by pointing out the growing flow of phony news which distorts the decision-making process in democracy, and then locates in the concept of “factual truth” as conceived by philosopher Hannah Arendt a possible ethical value capable of conducting the practice of those working with information who are guided by the will to preserve and strengthen the democratic culture.*

---

**Keywords:** *fake news*; post-truth; press; democracy.

“Além disso, como os factos e os acontecimentos – que são sempre engendrados pelos homens vivendo e agindo em conjunto – constituem própria textura do domínio político, é, naturalmente, a verdade de facto que nos interessa mais aqui”  
(Arendt, 1995)<sup>1</sup>.

“ A Arte da Mentira: A Política da Pós-Verdade na Era das Redes Sociais.” Com essa chamada de capa, o semanário inglês *The Economist*, em sua edição de 10 de setembro de 2016, proclamou o ocaso da verdade factual e pautou um debate que se estendeu por meses na Europa e nas Américas<sup>2</sup>. Segundo a revista, o divórcio entre o discurso político e os fatos teria se agravado violentamente. A campanha

de Donald Trump para a presidência dos Estados Unidos, em grande parte abastecida

---

e agem conjuntamente – constituem a verdadeira textura do domínio político, é evidentemente com a verdade factual que nos ocupamos sobretudo aqui”. Mesmo assim, embora a expressão “verdade factual” seja mais corrente do que a expressão “verdade de facto” no português do Brasil, em diversas outras passagens a tradução portuguesa encontrou soluções mais claras aos objetivos do presente trabalho. Por isso, deu-se preferência a ela nas citações que serão feitas a seguir.

2 No original: “Art of the Lie: Post-Truth Politics in the Age of Social Media”.

---

1 Disponível em: <http://abdet.com.br/site/wp-content/uploads/2014/11/Verdade-e-pol%C3%ADtica.pdf>. Acesso em: 20 de maio de 2017. No original, publicado em primeira mão na revista *The New Yorker* (ver edição de 25 de fevereiro de 1967): “Moreover, since facts and events – the invariable outcome of men living and acting together – constitute the very texture of the political realm, it is, of course, factual truth that we are most concerned with here”. O texto depois foi publicado ao lado de outros ensaios no livro *Between Past and Future* (ver a edição americana da Penguin Books de 2006, com prefácio de Jerome Kohn) e também está disponível na internet: <https://idanlandau.files.wordpress.com/2014/12/arendt-truth-and-politics.pdf> (acesso em: 28 de outubro de 2017). Na tradução brasileira, de Mauro W. Barbosa (Arendt, 2016, p. 287), a expressão “verdade de facto” (do original “factual truth”) aparece como “verdade factual”, que soa mais direta aos ouvidos brasileiros. Eis a íntegra da frase na tradução brasileira: “Mais ainda, visto que fatos e eventos – o resultado invariável de homens que vivem

---

O presente ensaio foi extraído da conferência proferida no Ciclo Mutações, em 2017, organizado por Adauto Novaes, cuja íntegra será publicada em uma coletânea posteriormente. O texto se beneficiou da pesquisa realizada pelo autor para a sua prova de erudição em concurso para o cargo de professor titular no Departamento de Informação e Cultura (CBD), da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), em junho de 2017. Para a elaboração do texto final, foi de enorme valia a colaboração da jornalista Ana Helena Rodrigues.

---

**EUGÊNIO BUCCI** é professor titular da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP e autor de, entre outros, *O Estado de Narciso* (Companhia das Letras).

por notícias fraudulentas<sup>3</sup>, e a propaganda mais do que enganosa que levou à vitória do “Brexit” no Reino Unido foram apontadas como sintomas. As democracias mais estáveis do planeta estariam ingressando numa era em que os relatos sobre os acontecimentos perderam referência na verdade factual (ou “verdade de facto”, ou, ainda, a verdade que se extrai da verificação honesta e do relato fidedigno dos fatos e dos acontecimentos).

Dois meses depois dessa capa de *The Economist*, o termo “pós-verdade” foi declarado “a palavra do ano” pelo *Dicionário Oxford*. Em inglês, “*post-truth*” é um adjetivo que “qualifica um ambiente em que os fatos objetivos têm menos peso do que apelos emocionais ou crenças pessoais em formar a opinião pública”<sup>4</sup>. Também segundo o *Dicionário Oxford*, hoje é muito mais fácil, para um agente político e para as pessoas em geral, manipular dados conforme sua vontade<sup>5</sup>.

O neologismo foi usado pela primeira vez num artigo do dramaturgo sérvio Steve Tesich, publicado em 1992 no jornal americano *The Nation*<sup>6</sup>. Em 2004, a expressão foi título de um livro de Ralph Keyes, *The Post-Truth Era* (Keyes, 2004). A expressão

“política da pós-verdade” parece ter sido cunhada por um blogueiro, David Roberts, no dia 1º de abril de 2010, para nomear uma cultura política em que a política propriamente dita, ou seja, a opinião pública e as narrativas mediáticas, se desconectaram inteiramente das *policies*, ou seja, da *policy*, ou seja, das ferramentas pelas quais são debatidas, estruturadas e implementadas as políticas públicas e, ao fim e ao cabo, a própria substância da legislação em Estados democráticos de direito<sup>7</sup>.

## O PRECÁRIO ESTATUTO DA VERDADE NA IMPRENSA E NA POLÍTICA

Uma das presunções mais vãs do século XX foi a promessa dos diários de entregar a seus leitores nada menos que “a verdade”. O jornal dos bolcheviques na Rússia revolucionária de 1917, depois transformado em órgão oficial da União Soviética, tinha o nome de *Pravda*, que, em russo, quer dizer “a verdade”, e deu naquilo lá.

A imprensa, ao menos na visão de seus praticantes menos pernósticos, nunca teve a missão de entregar “a” verdade às pessoas, muito menos a verdade com “V” maiúsculo. Não foi sem um toque de sarcasmo que, em 1922, o jornalista Walter Lippmann per-

3 A expressão “*fake news*”, em inglês, costuma ser traduzida como “notícia falsa” ou “notícias falsas”. A tradução sugerida pelo professor Carlos Eduardo Lins da Silva, adotada aqui, é “notícias fraudulentas”. O sentido do adjetivo *fake*, em inglês, envolve intenção do agente de enganar o interlocutor, o público ou o destinatário. O adjetivo “falso”, em português, não implica esse dolo, essa intenção maliciosa. Desse modo, a expressão “notícias falsas” é fraca para traduzir o sentido da expressão “*fake news*”.

4 No original: “*Relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief*”.

5 Verbete original no *Dicionário Oxford*: “*In this era of post-truth politics, it’s easy to cherry-pick data and come to whatever conclusion you desire*”.

6 A história é contada em: <https://www.oxforddictionaries.com/press/news/2016/12/11/WOTY-16>.

7 Trecho de David Roberts no original: “*We live in post-truth politics: a political culture in which politics (public opinion and media narratives) have become almost entirely disconnected from policy (the substance of legislation). This obviously dims any hope of reasoned legislative compromise. But in another way, it can be seen as liberating. If the political damage of maximal Republican opposition is a fixed quantity — if policy is orthogonal to politics — then there is little point to policy compromises. They do not appreciably change the politics*”. Disponível em: <http://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics/>.

cebeu que o mesmo público que costuma idolatrar a verdade, atribuindo a ela uma aura sacrossanta, não quer dispendir um centavo para remunerá-la:

“Esperamos que o jornal nos entregue a verdade. [...] Para este serviço difícil e muitas vezes perigoso, que reconhecemos como fundamental, esperávamos, até outro dia, pagar a moeda de menor valor emitida pelo Tesouro. Agora, aceitamos pagar dois ou, talvez, três centavos nos dias de semana; aos domingos, por uma enciclopédia ilustrada e uma revista de variedades que vêm encartadas no diário da nossa preferência, estamos dispostos a pagar cinco ou até, quando muito, dez centavos. Ninguém pensa por um momento que deveria pagar pelo jornal” (Lippmann, 1997, p. 203)<sup>8</sup>.

Descrente das verdades exageradamente triunfais, Lippmann se afastava desse tipo de pretensão e, mais ainda, não misturava a função da imprensa com a função da ver-

---

8 Vale a pena ler a íntegra do parágrafo original (o trecho traduzido e citado acima está em grifo, a seguir, na transcrição do original em inglês): *“This insistent and ancient belief that truth is not earned, but inspired, revealed, supplied gratis, comes out very plainly in our economic prejudices as readers of newspapers. We expect the newspaper to serve us with truth, however unprofitable the truth may be. For this difficult and often dangerous service, which we recognize as fundamental, we expected to pay until recently the smallest coin turned out by the mint. We have accustomed ourselves now to paying two even three cents on weekdays, and on Sundays, for an illustrated encyclopedia and vaudeville entertainment attached, we have screwed ourselves up to paying a nickel or even a dime. Nobody thinks for a moment that he ought to pay for his newspaper. He expects the fountains of truth to bubble, but he enters into no contract, legal or moral, involving any risk, cost or trouble to himself. He will pay a nominal price when it suits him, will stop paying whenever it suits him, will turn to another paper when that suits him”*. Observação: a exemplo desta, todas as traduções de textos citados em inglês nesta conferência foram feitas pelo autor.

dade. “A função da notícia é sinalizar um evento. A função da verdade é trazer luz para fatos ocultos, relacioná-los a outros, e traçar um retrato da realidade a partir do qual os homens possam atuar” (Lippmann, 1997, p. 226)<sup>9</sup>. “Sinalizar um evento” quer dizer noticiá-lo, promover um primeiro conhecimento dos fatos – conhecimento transitório e precário. Um bom órgão de imprensa avisa sobre o que se passa e, com isso, ajuda o cidadão a modular suas expectativas em relação ao futuro próximo. A questão filosófica da verdade, por ele entendida como uma categoria que se situa além do registro dos fatos, escaparia ao jornalismo.

O pior é que o oposto da verdade, ou seja, a mentira nua e crua, esta não escapa ao jornalismo. A mentira de imprensa é tão antiga quanto a imprensa. Quando olhamos os jornais da virada do século XVIII para o século XIX na Europa e nos Estados Unidos, vemos um festival de calúnias e xingamentos sem nenhum compromisso com o equilíbrio, a ponderação e a objetividade. Os diários que conquistaram na prática a liberdade de imprensa primavam pela violência da linguagem e mentiam à vontade. A qualidade jornalística, não custa lembrar, só veio como consequência do exercício da liberdade, não o contrário.

Também em livros, a mentira dolosa é tão velha quanto a invenção de Gutenberg. *Os Protocolos dos Sábios do Sião* talvez seja o exemplo mais conhecido. De origem obscura – provavelmente foi forjado nos bastidores do czarismo, na Rússia, já em seus estertores

---

9 Em inglês: *“The function of news is to signalize an event, the function of truth is to bring to light the hidden facts, to set them into relation with each other, and make a picture of reality on which men can act”*.

–, a obra desencadeou ondas de antissemitismo pela Europa e difundiu preconceitos que levariam a perseguições genocidas, como se viu no Holocausto. Inteiramente falso, o livro arregimentou adeptos fanáticos, para os quais os problemas da civilização se deviam à ganância de usurários judeus.

Agora, no século XXI, ainda um pouco antes de as redes sociais terem se convertido nessa epidemia totalizante, as falsificações seguiam em ritmo intenso. A campanha de invencionices movida em proveito de George W. Bush para preparar a invasão do Iraque ficou na história recente como outra evidência do estrago que as notícias fraudulentas acarretam.

Foi em 2003. Manchetes mentirosas – orientadas, toleradas ou induzidas pelo Pentágono – davam conta de que o ditador do Iraque, Saddam Hussein, fabricava armas químicas de destruição em massa. Jornais de boa reputação e de altas tiragens deram destaque para essa história, o que ajudou a convencer a opinião pública de que era acertada a decisão de enviar tropas lideradas pelos Estados Unidos, com o apoio entusiástico de Tony Blair, primeiro-ministro inglês, para invadirem o Iraque.

Anos mais tarde, George W. Bush e Tony Blair admitiram que a acusação era uma fraude, mas o dano já estava feito. Uma pesquisa divulgada no final de 2016 mostrou que 53% dos americanos ainda acreditavam que a acusação de que o Iraque produzia armas químicas de destruição em massa fosse autêntica<sup>10</sup>.

---

10 A pesquisa foi realizada de 17 a 20 de dezembro de 2016 em parceria entre a revista *The Economist* e o site You Gov. Disponível em: <https://today.yougov.com/news/2016/12/27/belief-conspiracies-largely-depends-political-iden/>.

Faz tempo, portanto, que relatos inverídicos embaralham a política e as comunicações humanas. Quando Hannah Arendt, como vimos na epígrafe, faz o elogio da verdade factual como a substância que constitui “a própria textura do domínio político”, ela não ignora que as coisas sejam como são. Ao contrário, ela descreve longamente o comparecimento da mentira na política, desde a Antiguidade. Platão, que execrava reiteradamente o vício da mentira, no Livro III de *A República* admitia que, “no interesse da própria cidade”, o governante poderia mentir (a ele “compete mentir”), desde que mentisse para proteger a cidade, mais ou menos como o médico pode recorrer à mentira piedosa para preservar o ânimo de um paciente.

Além de saber que a dissimulação comparece à oratória de políticos bons ou ruins, e mesmo de estadistas, Hannah Arendt toma cuidados adicionais antes de declarar sua aposta na vigência da verdade factual. Esclarece que a verdade factual não se confunde – nem deve se confundir – com outras verdades, aquelas que se pretendem transcendentais ou simplesmente monumentais. A filósofa ressalta que a verdade factual é pequena, frágil, efêmera. Como um primeiro registro dos acontecimentos, um primeiro – e precário – esforço de conhecer o que se passa no mundo, a verdade factual é mais vulnerável a falsificações e manipulações. Mesmo assim, a verdade factual é facilmente reconhecível por todos, pelos homens e mulheres normais, comuns (como os jornalistas profissionais, que são e devem ser homens e mulheres comuns). Hannah Arendt diz que “podemos permitir-nos negligenciar a questão de saber o que é a verdade, contentando-nos em tomar

a palavra no sentido em que os homens comumente a entendem” (Arendt, 1995)<sup>11</sup>.

No nível dos fatos, dos acontecimentos, dos eventos que todos vemos e que todos temos condições de verificar e comprovar no uso das habilidades e das faculdades comuns dos seres humanos comuns, não há ninguém que não saiba divisar as distinções entre a verdade factual e a invenção deliberada de falsidades com o objetivo de esconder os fatos.

A partir daí, a filósofa separa o lugar da verdade – mesmo dessa verdade menos grandiosa, como é a verdade factual – do lugar da ação política. Trata-se de uma desvinculação categórica, uma cisão de método: uma coisa é a esfera abrangida pela política; outra, bem distinta, é aquela em que os fatos são apurados, investigados, pesquisados, narrados, historiados. Reside na política o engenho especial de se apropriar dos fatos a partir de representações ou relatos elaborados em outros domínios, inclusive no jornalismo, mas a função de localizar e apontar a verdade, bem como a função de difundir-la, não tem seu lugar no domínio político. A política se vale – e deve mesmo se valer – da verdade factual, mas, para tanto, precisa ir buscá-la fora de seus domínios.

Enquanto a política – ainda que lide com o conflito de expectativas e interesses – supõe o coletivo, o comunitário, o gregário, as confraternizações afetivas, as aglutinações associativas e as concertações em regime de interdependências, a função de “dizer a verdade” requer a independência radical. Fica evidente que, no pensamento da filósofa, aqueles que

pretendem trabalhar com a busca da verdade factual devem situar-se fora do domínio político. Fica evidente, também, que confiar à política o papel de estabelecer a verdade dos fatos é flertar com o autoritarismo, ou mesmo com o totalitarismo.

Hannah Arendt enaltece o valor do trabalho do repórter, que ela reputa indispensável para que tomemos conhecimento do que se passa e, mais ainda, para que a própria política se efetive.

“O facto de dizer a verdade de facto compreende muito mais que a informação quotidiana fornecida pelos jornalistas, ainda que sem eles nunca nos pudéssemos situar num mundo em mudança perpétua, e no sentido mais literal, não soubéssemos nunca onde estávamos. Isso é, certamente, da mais imediata importância política; mas se a imprensa se tornasse alguma vez realmente o ‘quarto poder’ deveria ser protegida contra todo o governo e agressão social ainda mais cuidadosamente do que o é o poder judicial. Porque essa função política muito importante que consiste em divulgar a informação é exercida do exterior do domínio político propriamente dito; nenhuma acção nem nenhuma decisão política estão, ou deveriam estar, implicadas” (Arendt, 1995, parte V).

A democracia teria então o dever de zelar permanentemente por “essa função política muito importante que consiste em divulgar a informação”, sem a qual não poderia existir. De sua parte, a política, mesmo para se proteger de si mesma e evitar que as crenças que normalmente cultiva se transformem em fanatismos irracionais, precisa buscar ancorar suas decisões nos fatos e, dessa maneira, encontrar sua textura adequada.

---

11 Disponível em: <http://abdet.com.br/site/wp-content/uploads/2014/11/Verdade-e-pol%C3%ADtica.pdf>. Acesso em: 20 de maio de 2017.

Se não houvesse esses graus de separações que depuram e revigoram a textura de seu domínio, a política não seria propriamente a política, mas uma articulação nos moldes das conspiratas palacianas, das guerras corporativas, do tráfico de influência transformado em rotina, ou, ainda, da corrupção transformada em *éthos*. Para que a política seja mesmo a política nos marcos da democracia, seus agentes não haverão de dispensar as vozes problematizadoras da imprensa, que rabisca impressões ou flagrantes passageiros sobre os eventos e estimula os debates em torno da interpretação dos mesmos eventos. O que parece importar a Hannah Arendt é que a imprensa seja compreendida como um domínio que não está contido naquele outro, o domínio político, embora não deixe de ter um olho ali dentro. De outra parte, a política se define como um domínio que não deve ser inquilino do domínio da imprensa, embora viva tentando lhe pôr o pé na porta.

Um pouco mais para lá, um pouco mais para cá, a imprensa e a política guardam isso em comum. Em ambas, ao menos segundo os pressupostos da democracia, persiste certa filiação a um plano discursivo de registro dos fatos. E é isso que vem se perdendo, velozmente.

## UMA ESPERANÇA PARA A VERDADE FACTUAL

Ninguém discorda de que ao menos um pedaço da responsabilidade pela desvalorização da verdade factual cabe às redes sociais e à internet, onde se acomodaram confortavelmente as forças dedicadas à produção das notícias fraudulentas.

Não que as redes sociais devam ser interpretadas como um “mal” em si. Elas trouxeram arejamentos para o mundo da vida e para as esferas públicas, abriram novos canais para diálogos e mobilizações e desempenharam um papel bastante positivo, contra Estados pouco sensíveis e pouco abertos ao diálogo, em episódios como a Primavera Árabe. Vistas nessa perspectiva, as redes ajudaram a destampar demandas do público, ajudaram a viabilizar a expressão de reivindicações populares e deram mais vigor ao mundo da vida, e trouxeram muito mais velocidade para os entendimentos espontâneos entre cidadãos na esfera pública. Mais ainda, tornaram mais do que evidentes, escancaradas, as debilidades e as limitações do Estado em se comunicar com a sociedade, e impuseram agendas de mais transparência e melhores níveis de *accountability* à máquina pública. No Brasil, nas grandes manifestações de rua de 2013, os protestos se articularam pelas redes sociais, o que foi amplamente documentado, registrado e reconhecido<sup>12</sup>.

Há nas redes, como se viu, uma vocação para desalinhar os confortos do poder estatal, o que acarretou reprimendas autoritárias contra elas, além de reações de matiz conservador. A ditadura chinesa, por exemplo, preferiu amordaçá-las e enquadrá-las desde a primeira hora. As autocracias do mundo árabe se opuseram a elas ao acusá-las de gerar indisciplina e desagregação social. No Brasil, tivemos discursos governistas que se empenhavam em demonizá-las, imputando a elas a culpa por supostas ações orquestradas pelo “imperialismo” ou por outras entidades análogas e, com isso, desestabilizar uma pre-

---

12 Ver, a esse propósito: Bucci (2016).

sidência da República que seria “popular” e “de esquerda”. Nesses casos, as redes sociais foram atacadas por seus méritos, e foram atacadas por forças cultural e politicamente retrógradas, avessas à expansão da liberdade.

Não é por esse ângulo que as redes são criticadas aqui. O problema delas não está na tecnologia ou nas interações intensas que elas propiciam, mas em questões relacionadas à concentração de propriedade, à exploração industrial do olhar do desejo que essas relações engendram e aos moldes monopolistas com os quais elas se apossaram do fluxo das comunicações digitais em todo o planeta. O problema está nas relações sociais (relações de produção da indústria do imaginário) e no fato de que, tendo se enraizado no mundo da vida e na esfera pública, elas não são públicas em seus controles e na sua propriedade. Sob a malha tecnológica, elas promovem a tecnociência e o capital como substitutos da própria política.

Vistas por aí, fica nítido como o Facebook e o Twitter, além dos *sites* de busca, a exemplo do Google, aceleraram e fortaleceram a pós-verdade. Isso se deu por pelo menos dois motivos. O primeiro tem a ver com um incremento de velocidade, de alcance, de eficácia e de escala. Vários levantamentos mostram que as notícias fraudulentas repercutem mais do que as verdadeiras. E mais rapidamente. E arrebatam as amplas massas de um modo acachapante, num grau jamais atingido pelos meios jornalísticos mais convencionais. Em questão de um dia ou dois, a campanha de Trump conseguiu fazer com que metade dos Estados Unidos acreditasse que Barack Obama nasceu no Quênia. A mesma coisa se verifica no Brasil. Manchetes malucas, como a que, no final de 2016, anunciava diariamente a prisão de Lula para

o dia seguinte, foram replicadas e disseminadas com extrema rapidez<sup>13</sup>.

O segundo fator é econômico. Notícias fraudulentas dão lucro. Dentro do ambiente virtual do Google e do Facebook, a fraude compensa. Quanto maior o número de *clicks*, mais o autor fatura. E, como a mentira é fácil de produzir (é barata) e desperta o furor das audiências, um dos melhores negócios da atualidade é noticiar acontecimentos que nunca aconteceram de verdade – e que, mesmo assim, despertam emoções fortes nos chamados internautas<sup>14</sup>.

As redes sociais acrescentam à paisagem globalitária um pacote inédito de perversidades. Agora, as notícias circulam segundo os ditames do entretenimento, que se orientam exclusivamente por fontes pulsionais, sem as mediações da razão. Bem sabemos que a indústria do entretenimento nunca apreciou a

---

13 O *site* Consultor Jurídico noticiou uma das medições que foram feitas na época: “Notícias falsas sobre a Operação ‘Lava Jato’ causam maior repercussão do que as verdadeiras. A constatação foi feita pelo *site* BuzzFeed, que mediu o engajamento gerado no Facebook por textos verdadeiros ou não sobre a investigação na Petrobras. As interações com as dez notícias falsas mais comentadas chegam a quase 4 milhões, contra 2,7 milhões com o *ranking* das verdadeiras”. Disponível em: <http://www.conjur.com.br/2016-nov-22/noticias-falsas-lava-jato-repercutem-verdadeiras>.

14 O caderno “Ilustríssima”, publicado pelo jornal *Folha de S. Paulo* aos domingos, trouxe, na edição de 19 de fevereiro de 2017, duas reportagens e um artigo analítico sobre o tema da pós-verdade e das *fake news*. Escrita por Fábio Victor, a reportagem “Como Funciona a Engrenagem das Notícias Falsas no Brasil” mostra os meandros da atividade altamente lucrativa dos grupos apócrifos que confeccionam e distribuem notícias fraudulentas. Na mesma edição, o jornalista Nelson de Sá, em “Como os Grandes Jornais e as Mídias Sociais Tentam Responder à Invenção Deliberada de Fatos”, relata as estratégias das redações profissionais para enfrentar as ondas de boatos programadas com finalidades políticas. Por fim, o filósofo Osvaldo Giaccoia reflete sobre o tema da verdade no artigo “E se o Erro, a Fabulação, o Engano Revelarem-se Tão Essenciais Quanto a Verdade?”.

razão, e isso desde suas origens, nas revistas de amenidades e *faits divers*, cujas raízes remontam ao século XVII. Agora, o quadro é pior. Nas redes sociais, diferentemente do que acontecia na televisão ou no cinema, a propagação das mensagens depende diretamente da ação das audiências, nas quais o desejo leva vantagem sobre o pensamento. Uma notícia (falsificada, fraudulenta ou mesmo verdadeira, pouco importa) só se difunde à medida que corresponda a emoções, quaisquer emoções, “positivas” ou “negativas”. Sobre o factual, predomina o sensacional – daí o sensacionalismo. Sobre o argumento, o sentimento ou o sentimentalismo. Esses registros da percepção e do sensível, que passam pelo desejo, pelo sensacional, pelo sentimental, proporcionam conforto psíquico aos indivíduos enredados em suas fantasias narcisistas. A receita se revelou infalível.

Na era das redes sociais, o indivíduo se encontra encapsulado em multidões que o espelham e o reafirmam ininterruptamente – são as multidões de iguais, as multidões especulares, as multidões de mesmos. Vêm daí as tais “bolhas” das redes sociais, cujo traço definidor é a impermeabilidade ao dissenso, a ponto de uma comunidade de uma determinada bolha mal tomar conhecimento da outra.

Os algoritmos das redes sociais estimulam e fortificam as bolhas, espessando as muralhas que separam umas das outras – com a agravante de que esses algoritmos são fechados em códigos proprietários, de tal maneira que os sistemas que regulam na prática o fluxo de informações não são públicos. A rede tecnológica por onde trafegam as informações, que deveria ser neutra, não o é.

Quando as focalizamos por essa lente, vemos que as redes sociais mais segre-

gam do que integram a sociedade. Elas não põem as pessoas em rede; põem as muralhas em rede, muralhas privatizadas. Dentro das muralhas, o que impulsiona a circulação dos relatos é a dinâmica própria dos boatos, bastante passional, e não mais a dinâmica de prestação de serviços de informação de interesse público, segundo pontos de vista plurais. A função pública de mediar o debate social, de investigar e relatar os acontecimentos de interesse geral com fidedignidade e de fazer circular ideias e opiniões divergentes, função essa que se fixou como o papel central da instituição da imprensa, corresponde apenas a uma franja marginal dentro das interações da era digital. Agora, os protocolos classicamente observados pela imprensa e pelas redações profissionais se confinam a ilhas que são minúsculas quando comparadas ao todo. O que é a carteira de assinantes de um jornal, algo em torno dos 250 mil leitores, como no caso dos maiores diários do Brasil, perto da escala de um Facebook, que tem perto de 2 bilhões de usuários com perfis ativos, quase um terço da humanidade?<sup>15</sup> As práticas comunicacionais adotadas nas redes sociais, que não se pautam pela verificação criteriosa dos fatos ou pelos critérios de veracidade e de pluralidade, soterram e comprimem as ilhas que observam os protocolos clássicos da imprensa.

---

15 “O Facebook informou que atingiu a cifra de 2,01 bilhões de usuários por mês entre os meses de abril e junho, o que representa alta de 17% em comparação ao mesmo período do ano anterior.” Ver em: “Facebook registra salto no lucro 71% no 2º trimestre de 2017”. G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-registra-salto-no-lucro-71-no-2-trimestre-de-2017.ghtml>. Acesso em: 26 de outubro de 2017.

Também são perversas as relações de propriedade das novíssimas empresas ditas “de tecnologia” ou de “inovação”, como Google e Facebook. Essas duas são monopólios globais. Podemos vê-las, também, como um dupólio mundial que controla a maior parcela do tráfego das pessoas comuns na internet. Não obstante, seus usuários não costumam manifestar preocupação com os efeitos nefastos das práticas monopolistas sobre a circulação das ideias. Discursos contra alegados monopólios da informação, que costumam ter como alvo, no Brasil, a Rede Globo, difundidos profusamente no Facebook, não emitem o menor sinal de que se deram conta do monopólio mundial exercido pelo próprio Facebook.

Essas empresas registram taxas de crescimento espantosas. O Google é a segunda marca mais valiosa do mundo. Com seu preço estimado em US\$ 141,7 bilhões em setembro de 2017, a marca Google fica atrás apenas da marca Apple<sup>16</sup>. O valor da empresa Apple – e não apenas da marca Apple – alcançou o patamar de US\$ 900 bilhões em novembro de 2017, tornando-se a empresa mais valiosa a ser negociada na Bolsa de Nova York. A Alphabet (empresa controladora do Google) chegou ao valor de US\$ 700 bilhões<sup>17</sup>.

O Facebook, embora não lidere o *ranking* das marcas mais caras, é um caso impressionante. Seu valor de mercado, como empresa (não apenas como marca, portanto), bateu na casa dos US\$ 499,8 bilhões de dólares.

Sua receita em publicidade, em 2017, deve ultrapassar os US\$ 36 bilhões, num crescimento de 35% em relação ao ano anterior<sup>18</sup>.

A fórmula de fabricação de valor na indústria do imaginário implementada por empresas como Facebook e Twitter é tão genial quanto devastadora. Nelas, os usuários entram no jogo como mão de obra (gratuita e, logo, escrava), como matéria-prima (também gratuita) e, por fim, como mercadoria. Graças a esse modelo originalíssimo, o Facebook não precisa gastar um centavo para “gerar conteúdo” (no jargão horroroso da indústria), pois seus usuários atuam como digitadores, fotógrafos, locutores, atores, sonoplastas, escritores e tudo o mais. Os usuários são os operários que confeccionam ou extraem a matéria-prima, da qual são também os beneficiadores e empacotadores. E, embora se vejam como “clientes” de um “serviço” que imaginam gratuito, esses usuários são também a mercadoria final. São seus olhos que são vendidos aos anunciantes, o que parece alegrá-los enormemente.

O regime das muralhas em rede recortando o imaginário em bolhas também concorreu para acentuar a percepção (ilusória, fictícia) de que as notícias que vão e vêm são gratuitas ou deveriam ser. Incrível como, nos anos 20 do século passado, o jornalista Walter Lippmann já registrara esse fetiche econômico do público de supor que os noticiários caem do céu e, portanto, não valem um centavo. Relembremos o que Lippmann disse (num trecho que, em parte, já foi citado aqui):

---

16 Disponível em: <http://www.valor.com.br/empresas/5132310/apple-e-google-sao-marcas-mais-valiosas-do-mundo>. Acesso em: 26 de outubro de 2017.

17 Disponível em: <http://www.valor.com.br/empresas/5186711/apple-atinge-valor-de-mercado-de-us-900-bilhoes-na-bolsa-de-nova-york>. Acesso em: 9 de novembro de 2017.

---

18 “Facebook registra salto no lucro 71% no 2º trimestre de 2017”. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-registra-salto-no-lucro-71-no-2-trimestre-de-2017.ghtml>. Acesso em: 26 de outubro de 2017.

“Esta convicção insistente e antiga de que a verdade não é conquistada ou construída, mas revelada, fornecida gratuitamente, aparece muito claramente nas fantasias econômicas que nós, como leitores de jornal, costumamos ter. Esperamos que o jornal nos entregue a verdade, por menos lucrativa que seja a verdade. Para este serviço difícil e muitas vezes perigoso, que reconhecemos como fundamental, esperávamos, até outro dia, pagar a moeda de menor valor emitida pelo Tesouro” (Lippmann, 1997, p. 203)<sup>19</sup>.

Um século depois de essas palavras terem sido publicadas, não há dúvidas de que a “convicção insistente e antiga” de que a “verdade” é fornecida gratuitamente ficou

muito mais forte – em grande parte, graças às redes sociais, que banalizaram o sentido de palavras como “notícia”, “informação” e, claro, “verdade”.

O estrago não ficou só nisso. Esse grau de monopólio, esse modelo de exploração que consegue extrair valor de trabalho das massas humanas que pensam estar apenas se divertindo fez das redes sociais uma usina de produção e de distribuição de notícias fraudulentas numa escala que não tem nenhum precedente. Uma sucure de silício – uma das múltiplas e simultâneas encarnações do capital – tritura e engole a sociedade civil globalizada.

A sucure de silício não liga para a verdade factual, que virou uma espécie de fóssil pré-histórico.

## BIBLIOGRAFIA

- ARENDETT, Hannah. “Verdade e Política”, in *Entre o Passado e o Futuro*. 8ª ed. São Paulo, Perspectiva, 2016.
- \_\_\_\_\_. “Verdade e Política”, in *Entre o Passado e o Futuro*. Tradução de Manuel Alberto. Lisboa, Relógio D’Água Editores, 1995.
- BUCCI, Eugênio. *A Forma Bruta dos Protestos*. São Paulo, Companhia das Letras, 2016.
- KEYES, Ralph. *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York, St. Martin’s Press, 2004.
- LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. New York, Free Press Paperbacks (Simon and Schuster), 1997.

---

19 Texto original: “This insistent and ancient belief’ that truth is not earned, but inspired, revealed, supplied gratis, comes out very plainly in our economic prejudices as readers of newspapers. We expect the newspaper to

serve us with truth, however unprofitable the truth may be. For this difficult and often dangerous service, which we recognize as fundamental, we expected to pay until recently the smallest coin turned out by the mint”.