

## RESENHA

# Post-truth: how bullshit conquered the world *James Ball*

DOI: [10.5752/P.2317-773X.2018v6.n3.p134](https://doi.org/10.5752/P.2317-773X.2018v6.n3.p134)

1. Professora Auxiliar Convidada na Faculdade de Economia e Investigadora do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra. É também Investigadora Associada no OBSERVA-RE, Universidade Autónoma de Lisboa, e no Promundo-Portugal. É doutorada e mestre em Política Internacional e Resolução de Conflitos pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Coimbra/Portugal  
ORCID: [0000-0001-9300-7452](https://orcid.org/0000-0001-9300-7452)

Sofia José Santos<sup>1</sup>

Recebido em: 15 de janeiro de 2018

Aprovado em: 22 de fevereiro de 2018

Se é fácil identificar a realidade da pós-verdade, mais difícil tem sido compreender o que, do ponto de vista estrutural e conjuntural, lhe dá forma e permite a sua criação e reprodução com evidente pujança, consentimento e impunidade. É este o repto que James Ball, um premiado jornalista de dados com trabalhos na área do jornalismo de investigação no *The Guardian*, na plataforma ICIJ, no *Bureau of Investigative Journalism*, entre outros, tenta dar resposta com este seu livro *Post-Truth: How bullshit conquered the world*, publicado em 2017.

Num registo jornalístico e de escrita ritmada, com inúmeros exemplos e histórias, cruzamento de dados e fontes diversificadas, James Ball propõe-se descortinar o lado processual que gera e reproduz a era da pós-verdade tentando responder à pergunta: se os políticos não se tornaram mais falsos, os media não ficaram mais propensos a mentir e o público não ficou mais estúpido ou distraído, o que explica, então, o início e a potencial perpetuação desta nova era?

O ponto de entrada do autor é a proposição de que 2016 foi um ano de profundas mudanças em termos de discurso e comunicação estratégica em contexto de combate político - eleitoral ou de rotina democrática. Se a construção de narrativas para influenciar a opinião pública sempre foi uma prática política comum e se as “notícias falsas” e as “não-verdades” têm precedentes disseminados no tempo e no espaço, a convergência destas duas dinâmicas na comunicação estratégica das campanhas para as eleições presidenciais norte-americanas e para o apoio ou oposição ao *Brexit* no Reino Unido foi inédita. O recurso às “notícias falsas” e aos retoricamente sofisticados “factos alternativos” ultrapassou a linha que limita o desviante, deixando a marginalidade que até então ocupavam, entrando na normalidade pela mão de líderes políticos de democracias maduras (e não pela de pessoas anónimas ou jornalistas duvidosos, como se podia supor), e sendo legitimado, em muitos casos, por meios de comunicação social de renome, com códigos de ética e conduta convencionados e com autoridade informativa reconhecida.

Numa tentativa de categorizar esta reformulação comunicativa do mundo político ocidental, muitos autores arriscaram cunhar esta onda disruptiva como era da “Pós-verdade”, termo que Ball subscreve. Para o autor, no centro desta era não estão as “notícias falsas”, as mentiras ou as inverdades, como é comumente entendido. Segundo Ball, este lado mais visível e episódico da era da pós-verdade é apenas um sintoma ou ponta do iceberg de algo mais profundo e preocupante. Para o autor, o ingrediente central da dinâmica e do sistema da pós-verdade é o logro, ou na muito mais expressiva expressão de língua inglesa, o “*bullshit*”.

Esta diferenciação conceptual prende-se com uma estratégia analítica que é central para a compreensão da obra e do seu argumento. Ball elenca duas razões que justificam esta escolha. A primeira tem a ver com a riqueza conceptual do termo face à realidade da pós-verdade que quer descrever. Assumindo a definição generalista de *bullshit* – sem nunca a explicitar, mas sabendo que traduz um discurso estúpido, falso ou mesmo absurdo e que é transmitido como verdade –, Ball entende tratar-se do termo que consegue de forma mais bem sucedida cobrir as diferentes nuances da realidade da pós-verdade, nomeadamente declarações falsas, meias verdades e outras mentiras ultrajantes. Com esta escolha conceptual, Ball consegue agrupar e sistematizar metodologia e resultados.

A segunda razão prende-se com a existência do conceito de *bullshit* tal como definido por Harry Frankfurt no seu livro “On Bullshit” de 2005, onde este autor explora a diferença entre mentira e *bullshit* e, por conseguinte, entre mentirosos e *bullshitters*. É com esta definição que Ball consegue completar o puzzle analítico juntando à metodologia e ao resultado o processo e a intenção. Ball é claro: para dizer uma mentira, precisamos de nos preocupar com alguma forma (e autoridade) absoluta de verdade ou de falsidade. Quem mente e quem diz a verdade está a jogar o mesmo jogo, ainda que em lados opostos. Ou seja, quem quiser apresentar ou esconder factos assume que existem factos suscetíveis de serem determinados e conhecidos. O interesse em dizer a verdade ou uma mentira pressupõe que há uma diferença reconhecida entre fazer as coisas erradas e fazer as coisas certas. Neste sentido, cada um responde aos factos, ainda que a resposta de um seja guiada pela autoridade da verdade enquanto a resposta do outro desafia essa autoridade. Porém, para Frankfurt e Ball, ainda que mais próximo de quem diz mentiras do que de quem diz verdades, o *bullshitter* ignora essa diferenciação e diz apenas e só o que funciona para conseguir o resultado que quer - é essa a sua autoridade - sem se preocupar se é verdade ou mentira. Neste sentido, o *bullshitter* é um inimigo da verdade muito maior do que o mentiroso. Ora, para os dois autores, a vida pública - que Ball cola à era da pós-verdade - é gerida essencialmente por pessoas que não se preocupam com verdade ou mentira, mas sim com a narrativa que garanta o sucesso do seu objetivo.

Os *bullshitters* são o ímpeto da existência da pós-verdade, mas não garantem por si só a sua existência. Esta é construída e alimentada por um ecossistema que voluntaria ou involuntariamente alimenta o *bullshit* e perpetua de forma confortável e impune a pós-verdade. É esse o argumento principal de James Ball: há um ecossistema emergente, cada vez mais robusto e dominante, que desvaloriza a verdade e que abala de dia

para dia a saúde das democracias. Como em todos os ecossistemas, o que fabrica a era da pós-verdade é um todo composto por elementos interdependentes organizados segundo regras, fluxos e trocas.

Ao desenhar o tabuleiro do jogo do *bullshit*, Ball começa pelos atores políticos. Perante uma espiral de descrédito que criou apatia no eleitorado e o aumento da abstenção, as classes políticas tentam assegurar o número suficiente dos seus apoiantes para garantir a vitória, apresentando, de todas as formas possíveis, o seu rival como uma ameaça aos elementos fundamentais do seu eleitorado e sugerindo que a eleição a decorrer é a derradeira possibilidade de os salvar. Do seu lado, os media, ao manterem-se obedientes ao cânone do jornalismo e do mercado liberal, seguem a notícia privilegiando as fontes institucionais e os protagonistas políticos da notícia, reproduzindo, assim, o *bullshit* que circula no combate político de hoje. Sendo notícia, essa informação irradia pelas casas, cafés, ruas e redes sociais, dando origem a uma multiplicidade de publicações, reações e novas notícias. O público, estando (na sua grande generalidade) mal-informado sobre os temas que integram o debate político atual ficam mais permeáveis às notícias falsas, reproduzindo-as amiúde de forma acrítica. Porém, para Ball, o público não é uma entidade passiva e apenas vítima da maledicência e dos erros dos outros. Segundo o autor, tal como se escolhe em quem se vota, também se escolhe o que se vê, lê, ouve e partilha. A lei da oferta e da procura robustece aqui o argumento: o público/eleitor recebe os media que pede e, portanto, que merece. Depois da identificação das partes, Ball dá coerência ao ecossistema quando identifica a economia política dos media e a psicologia dos consumidores/eleitores no atual contexto digital, vendo-os como fluxos cruciais na engrenagem. Se, por um lado, o modelo de negócio dos media está cada vez mais dependente de receitas publicitárias calculadas apenas com base nas entradas de utilizadores nas suas páginas *web* e não na sua qualidade informativa; por outro, à semelhança de outras lógicas de grupo, o ambiente das redes sociais potencia necessidades de pertença e aceitação que, por sua vez, promovem a criação de câmaras de reverberação, o que facilita a partilha de notícias anedóticas e/ou absurdas, particularmente quando estas se dirigem contra um adversário comum. Em suma, o *bullshit* revela-se lucrativo a três níveis: do ponto de vista financeiro, para os media; do ponto de vista psicológico para o consumidor/eleitor/utilizador; do ponto de vista político, para os políticos. Por tudo isso, Ball antevê que a saída desta nova era será morosa e difícil e exige uma participação ativa e em várias frentes de todos os envolvidos.

Para desenvolver o seu argumento, Ball divide o livro em quatro partes, cada uma com vários capítulos repletos de histórias reais, exemplificativas, acompanhadas de hiperligações que atestam a veracidade das diferentes narrativas e contra-narrativas, facilitando a compreensão do alcance e da rapidez dos processos em causa, assim como o carácter sistémico da era da pós-verdade.

Na primeira parte, intitulada “O poder do *bullshit*”,<sup>2</sup> Ball apresenta em cada capítulo um dos dois casos que considera simultaneamente inaugurais e exemplificativos da era da pós-verdade. No primeiro capítulo, fala da eleição de Donald Trump para 45º Presidente dos EUA e,

2. Em inglês: “The power of bullshit”.

no segundo, do referendo sobre o *Brexit* no Reino Unido, sublinhando a atualidade e premência do livro e lançando os dados para as três partes seguintes desta obra - as duas primeiras mais analítico-argumentativas e a última essencialmente prescritiva. Na linha analítico-argumentativa, a segunda parte - “Quem é que a está a espalhar?”<sup>3</sup> identifica os atores que desempenham um papel-chave na criação e divulgação do *bullshit*, explorando as especificidades e interações de cada um deles e que alimentam a teia da pós-verdade. Para cada ator, um capítulo - e por esta ordem: “políticos”; “velhos media”; “novos media”; “falsos media”; “media sociais”; “... E você”.<sup>4</sup> Na terceira parte, James Ball concentra-se na parte processual (e central) do seu argumento, explicando “Porque é que o *bullshit* funciona”,<sup>5</sup> ideia que desenvolve em dois capítulos: o primeiro onde esclarece “Porque caímos nela”<sup>6</sup> e “Porque é lucrativa”.<sup>7</sup> Finalmente, e na linha prescritiva, a quarta parte, intitulada “Como parar o *bullshit*”,<sup>8</sup> apresenta logo no primeiro capítulo - “Desmascarando os mascarados” -<sup>9</sup> potencialidades e limites de possíveis soluções, nomeadamente a criação de *websites* dedicados a confirmar os supostos factos que circulam nas notícias diárias (como é o conhecido *politifact*). No segundo capítulo, o autor é mais assertivo e direto, ainda que com algum toque de humor, fazendo recomendações especificamente direcionadas a três grupos: políticos/decisores políticos, media/jornalistas e leitores/eleitores.

Dirigindo-se a um público generalista, *Post-Truth: How bullshit conquered the world* descreve e problematiza de uma forma particularmente rica e acessível a complexa dinâmica do *bullshit*, especialmente evidente na comunicação política ocidental desde 2016. A inclusão direta do leitor como co-responsável pelo *bullshit* é um passo arrojado que o desafia a deixar o lugar de espectador e a envolver-se e rever-se diretamente na problemática.

Há, porém, dois aspectos argumentativo-analíticos que considero menos bem conseguidos no livro. O autor parte da ideia da ruptura, da novidade, da entrada numa nova era - a da pós-verdade - no âmbito da qual a ideia de *bullshit* é central, explicando esta novidade com argumentos fundamentalmente assentes na política económica dos media e na psicologia da era digital. Ora, a diferenciação central que Ball faz entre *bullshitter* e *mentiroso* assenta numa avaliação psicológica e de um processo de intenções que o autor não determina de que forma é suscetível de diferenciar. Ou seja, podemos compreender a ideia de *bullshit* como um termo mais abrangente que integra expressões diversas do mesmo fenómeno e como uma prática que conquistou uma dinâmica relevante na atual vida política; mas não como algo definido essencialmente por oposição à mentira. Por outro lado, os argumentos que Ball invoca para explicar o nascimento da era da pós-verdade existem desde muito antes de 2016 e, por isso, podem ajudar a explicar parte do fenómeno mas não a sua inteira complexidade ou novidade. Do mesmo modo, Ball atribui um papel inaugural ou despoletador à eleição de Trump e ao referendo ao *Brexit*, mas a verdade é que nenhum destes casos alterou fundamentalmente o que já existia, do ponto de vista da economia política dos media ou do funcionamento psicológico dos utilizadores das redes sociais. Tanto num caso como no outro podem ter acrescentado intensidade ou

3. Em inglês, “Who’s spreading it?”.

4. Em inglês: “Politicians”; “Old Media”; “New Media”; “Fake Media”; “Social Media”; “...And you”.

5. Em inglês: “Why bullshit works”

6. Em inglês, “Why we fall for it”.

7. Em inglês: “Why it’s profitable”.

8. Em inglês: “How to stop bullshit”

9. Em inglês: “Debunking the debunkers”.

escala, mas não inauguraram algo de fundamentalmente distinto. A ideia de entrar numa nova era deve implicar uma mudança estrutural e radical que Ball não explica na sua totalidade e complexidade. Nesse sentido, - e utilizando a própria lógica argumentativa de Ball - à semelhança das *fake news*, também a eleição de Trump e o *Brexit* não serão mais do que sintomas de dinâmicas políticas e sociais mais profundas que carecem de ser analisadas na sua especificidade e continuidade.

Neste sentido, acompanhar/complementar as alterações registradas na comunicação política por análises culturais, socioeconômicas e securitárias que permitam correlacionar as novas estratégias e processos comunicativos com o ambiente que espelham e que (re)produzem é um desafio que o livro acaba por deixar. A necessidade da (re)problematização do potencial emancipador e simultaneamente controlador das narrativas e da tecnologia, assim como da identidade e alcance dos (“novos”) *gatekeepers* na era digital da pós-verdade são outras duas pistas que o livro de James Ball nos deixa para investigar.

#### Referências

BALL, James. **Post-Truth: How bullshit conquered the world**, London, Biteback Publishing, 2017.