

“Se vocês soubessem o que aconteceu, ficariam enojados”: o que o futebol pode nos ensinar sobre a pós-verdade?

Gilson Cruz Junior¹

Resumo: Este ensaio² tem o objetivo de refletir sobre a pós-verdade em diálogo com o universo do esporte, em especial, do futebol, no intuito de reunir subsídios úteis para a compreensão do fenômeno da desinformação. Para isso, organiza-se de acordo com o seguinte itinerário: a) a cultura digital como condição técnica e sociocultural da ascensão de novas formas de expressão e participação essenciais à pós verdade; b) a relação entre esporte e *fake news* ilustrada pelo caso da final da Copa do Mundo de futebol de 1998, evento no qual as seleções brasileira e francesa se enfrentaram e cujo resultado deu origem a boatos e teorias conspiratórias; c) seis “lições” a respeito da pós verdade, a desinformação e suas relações com a vida social. Por fim, o artigo reflete sobre os desafios, as implicações e as demandas impostas pela desinformação e demais fenômenos ligados à pós-verdade para o futuro da cultura digital, da educação e da democracia.

Palavras-chave: Pós verdade. Desinformação. Futebol. Cultura Digital. Educação.

“If you knew what happened, you would be disgusted”: what soccer can teach us about post-truth?

Abstract: This essay aims to reflect on post-truth in dialogue with the sports field, especially soccer, in an attempt to gather useful information for understanding the phenomenon of disinformation. To this end, it is organized according to the following itinerary: a) digital culture as a technical and sociocultural condition for the rise of new forms of expression and participation essential to post-truth; b) the relationship between sport and fake news illustrated by the case of the 1998 football World Cup final, an event in which the Brazilian and French teams faced each other and whose result gave rise to rumors and conspiracy theories; c) six “lessons” regarding post-truth, disinformation and their relationship with social life. Finally, the article reflects on the challenges, implications and demands imposed by disinformation and other phenomena linked to post-truth for the future of digital culture, education and democracy.

¹ Doutor em Educação pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), atualmente é professor do Instituto de Ciências da Educação da Universidade Federal do Oeste do Pará (ICED/UFOPA). E-mail: gilsu05@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0743-2247>

² Este trabalho é uma versão expandida e reformulada do artigo divulgado no site Movimentalidade. Mais detalhes em: <https://movimentalidade.wixsite.com/saberesdiagonais/futeboleposverdade>

Keywords: Post-Truth. Disinformation. Soccer. Digital Culture. Education.

“Se supieras lo que pasó, te daría asco”: ¿Que nos puede enseñar el fútbol sobre la postverdad?

Resumen: Este ensayo pretende reflexionar sobre la posverdad en diálogo con el mundo del deporte, especialmente el fútbol, con el objetivo de recopilar información útil para comprender el fenómeno de la desinformación. Para ello, se organiza según el siguiente itinerario: a) la cultura digital como condición técnica y sociocultural para el surgimiento de nuevas formas de expresión y participación esenciales para la posverdad; b) la relación entre deporte y fake news ilustrada por el caso de la final del Mundial de fútbol de 1998, evento en el que se enfrentaron las selecciones de Brasil y Francia y cuyo resultado dio lugar a rumores y teorías de conspiración; c) seis “lecciones” sobre la posverdad, la desinformación y su relación con la vida social. Finalmente, el artículo reflexiona sobre los desafíos, implicaciones y demandas que impone la desinformación y otros fenómenos vinculados a la posverdad para el futuro de la cultura, la educación y la democracia digitales.

Palabras clave: Post verdad. Desinformación. Fútbol. Cultura digital. Educación.

1 Introdução

“Em futebol, o pior cego é aquele que só vê a bola”
(Nelson Rodrigues)

Desde que foi eleita a palavra do ano pelo dicionário Oxford em 2016, a pós-verdade parece ter se consolidado como um dos principais desafios do mundo contemporâneo. Trata-se de uma ideia alavancada por eventos recentes e decisivos na reorganização das coordenadas geopolíticas mundiais, como a vitória de Donald Trump nas eleições presidenciais de 2016 e o resultado do plebiscito que selou a saída do Reino Unido do bloco de países da União Europeia (o *Brexit*). Recebidos com surpresa e perplexidade por boa parte do mundo, estes e outros episódios³ demonstram o crescente poder das “verdades alternativas” na tomada de decisões com impacto local, nacional ou mesmo global, deixando em alerta os setores preocupados com o futuro da democracia e do conhecimento.

Em termos de definição, a pós-verdade parece não ser motivo de grandes discordâncias entre pesquisadores, intelectuais e ensaístas. A despeito de eventuais nuances, o fenômeno é comumente entendido como o declínio dos fatos no processo de formação da opinião pública, em paralelo com a ascensão dos apelos às emoções, crenças e ideologias. Por outro lado, as divergências em relação a essa ideia surgem justamente no momento de sua caracterização e pormenorização. Parte da literatura disponível sobre o tema concebe a pós-verdade como uma espécie de “mega fenômeno” resultante da associação de outros fenômenos, cujas combinações variam de acordo com a referência consultada (D’ANCONA,

³ Neste conjunto também podemos incluir a vitória de Jair Messias Bolsonaro nas eleições presidenciais ocorridas em 2018, assim como os debates envolvendo os processos políticos e discursivos que o auxiliaram a conquistar o poder. Entre as principais reflexões tecidas sobre o assunto, destaco o ensaio de autoria da jornalista e escritora Eliane Brum, intitulado “Bolsonaro e a autoverdade”. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/07/16/politica/1531751001_113905.html

2018; KAKUTANI, 2018; MCINTYRE, 2018; DA EMPOLI, 2019). Ainda assim, observa-se que alguns desses componentes aparecem com maior frequência do que outros, como a pós-modernidade que colocou em xeque a verdade como construção filosófica e epistemológica, de par com a reinvenção e fortalecimento de movimentos populistas em todo o planeta, acontecimento que ajudou a borrar as fronteiras entre informação e propaganda. Por conta disso, entende-se que a pós-verdade é um assunto que possui diferentes portas de entrada e enfoques.

Graças a esse caráter multifacetado, é possível sentir os sintomas da pós-verdade em diferentes domínios da vida social, entre os quais, encontra-se o esporte. Assim como a política institucional, pode-se dizer que este (o esporte) é um terreno prenhe de exemplos envolvendo a pós-verdade e suas manifestações cotidianas. Dito isso, proponho uma breve reflexão com o objetivo de aproximar esses universos, tendo como referência uma das principais preocupações da vida pública atual: a desinformação. Sendo a pós-verdade comumente encarada como um problema a ser resolvido, advirto que meu propósito não é apresentar respostas tranquilizadoras para o quadro exposto. Busco apenas colocar o fenômeno sob uma luz diferente, demonstrando sua presença em circunstâncias menos evidentes.

Antes disso, serão tecidos alguns comentários sobre a pós-verdade em si, mais precisamente, sobre algumas de suas condições técnicas e socioculturais de existência.

2 Sobre a pós verdade...

Entre os atores envolvidos na trama da pós-verdade, parece difícil não destacar o protagonismo atualmente exercido pela cultura digital. Muito próxima ao que se tem nomeado de “cibercultura”, essa ideia remete ao conjunto de práticas, valores, modos de agir, pensar e viver criados e influenciados pela generalização das tecnologias digitais (LÉVY, 1999). Essas mudanças estão intimamente ligadas à redefinição dos modelos comunicacionais dominantes na atualidade, mais precisamente, à gradual conquista de hegemonia por parte dos sistemas de comunicação em rede em detrimento da comunicação de massa. Esta, historicamente, operou – e ainda opera – em formas de organização altamente estratificadas, sustentando-se numa separação rígida entre os profissionais/especialistas que são responsáveis pela produção e difusão de mensagens, e aqueles cuja única tarefa é consumir e assimilar todo esse conteúdo. Encarnado em meios como o cinema, o rádio, a TV e a mídia impressa, esse sistema opera numa lógica de difusão “um para muitos”, fato que o tornou alvo de inúmeras críticas centradas em seu caráter hierarquizado, oligárquico e, como tal, alinhado à reprodução de diferentes formas de *status quo*.

Por esse motivo, tende a ser celebrada a popularização de modalidades de comunicação em rede. Considerado vetor de democratização da comunicação, o ciberespaço e suas plataformas de sociabilidade tiveram papel decisivo no enfraquecimento de relações de poder intrínsecas à comunicação massiva, contribuindo com o processo de empoderamento dos usuários, retirando-os da posição de meros espectadores/ouvintes/leitores submissos, promovendo-os à condição de *prosumers*⁴.

Desde o surgimento da web 2.0, os modelos arquitetônicos dominantes na rede têm oferecido aos internautas uma gama crescente de recursos de expressão e interação. Esse universo de possibilidades é composto por tecnologias, linguagens e gêneros digitais variados, abrangendo *tweets* do *Twitter*, fotos do *Instagram*, *stories* do *Snapchat*, *vlogs* do *Youtube*,

⁴ Neologismo resultante da combinação dos termos *producer* (produtor) e *consumer* (consumidor).

vídeos do *Tik Tok*, *blogs*, entre outros. Frente a um arsenal tão rico e diversificado, não estranha que as tecnologias digitais de informação e comunicação ainda sustentem a reputação de serem meios inerentemente libertários e emancipadores.

Todavia, no solo da utopia digital também germinam problemas inesperados. Se na era de ouro da mídia de massa os maiores desafios envolviam o número limitado de fontes de informação e a provável “manipulação” da opinião pública mediante mecanismos de censura e filtros editoriais, a era digital e seus escassos limites à participação individual têm revelado o lado obscuro do até então “desejado” cenário de abundância informacional e multiplicidade de vozes. O tsunami de conteúdo que invade diariamente as *timelines* tem evidenciado o descompasso existente entre o aumento exponencial da oferta de informação e o declínio generalizado de sua qualidade e confiabilidade.

Enquanto os meios de massa conviveram por décadas com a acusação de elitismo por centralizar a responsabilidade pela produção e disseminação da informação na figura de jornalistas e demais especialistas integrados à imprensa, as mídias sociais invertem essa equação, permitindo que quaisquer indivíduos munidos de dispositivos de comunicação de baixo custo transmitam sua mensagem a qualquer um disposto a recebê-la: seguidor, inscrito, contato ou mesmo desconhecido. Ao mesmo tempo em que impulsiona atores, vozes e discursos subalternos e historicamente invisibilizados, esse sistema também abriu caminho para novos embaraços, como *fake news*, bolhas sociais e o fortalecimento de movimentos extremistas.

A pós-verdade tem se beneficiado do apagamento de fronteiras que a cultura digital ajudou a enfraquecer. Aos poucos, dissolvem-se muitas das hierarquias que garantiram a estabilidade do mundo ao longo dos últimos séculos, tais como: profissional e amador, especialista e leigo, emissor e receptor, informação e entretenimento, fato e suposição, conhecimento e opinião, verdade e ficção. Cada uma delas representa um núcleo de relações de autoridade que, em outrora, serviu como critério e condição inegociável para que uma ideia ou discurso adquirisse valor, visibilidade e credibilidade diante da opinião pública. As redes sociais têm desafiado esse sistema, criando um contexto em que o senso comum passa a ser moldado por um conjunto maior e mais heterogêneo de agentes e forças que não se submetem ao crivo, aos fluxos e protocolos de instituições acadêmicas e midiáticas tradicionais.

De acordo com o jornalista e escritor ítalo-suíço Giuliano da Empoli, a subversão de valores e a inversão de hierarquias são elementos vitais no funcionamento da pós-verdade. Para ele, essas operações frequentemente estão imbuídas de uma roupagem lúdica, demonstrando, inclusive, semelhanças com o espírito carnavalesco. Neste festejo, o plebeu se transforma em nobre, o pobre em rico, o tolo em sábio, o louco em lúcido, o súdito em rei. Em outras palavras, o carnaval promove uma espécie de “golpe de estado simbólico”:

Durante o Carnaval, não há lugar para o espectador. Todos participam juntos da celebração desvairada do mundo ao avesso, e nenhum insulto ou piada é vulgar se contribui para a demolição da ordem dominante e sua substituição por alguma dimensão de liberdade e fraternidade. O Carnaval produz, naquele que participa, uma intensa sensação de plenitude e de renascimento – o sentimento de pertencer a um corpo coletivo que se renova. De espectador, cada um se torna um ator, sem nenhuma distinção baseada no grau de instrução. A opinião do primeiro que passa a valer tanto quanto, ou talvez mais, que a do expert. Enquanto isso, a máscara coletiva se mudou para a internet, em que o anonimato tem o mesmo efeito de desinibição que, tempos atrás, nascia no momento de se vestir uma fantasia (DA EMPOLI, 2019, p. 22).

Essa analogia retrata a pós-verdade como uma conjuntura em que liberdade e permissividade frequentemente se confundem, radicalizando-se por meio do desejo de cada participante de se unir (e pertencer) à grande massa em cortejo. De certo modo, a popularização de recursos de comunicação em rede ajudou a sedimentar parte desse espírito subversivo, assimilando-o à experiência on-line cotidiana.

Ao empoderar os usuários e permitir a eles a realização de tarefas que antes cabiam exclusivamente a profissionais especializados – como a produção e difusão de informações com amplo alcance –, a cultura digital cumpriu uma dupla-função: de um lado, criou condições favoráveis à participação efetiva de novos atores e grupos na esfera pública digital, inclusive de agentes historicamente silenciados no período áureo da comunicação de massa; do outro, agiu, ainda que de modo não intencional, como cúmplice do golpe de estado simbólico que enfraqueceu estruturas hierárquicas de conhecimento e autoridade que, ora para o bem, ora para o mal, ajudaram a dar estabilidade e segurança ao mundo (e ao que sabemos dele).

3 Futebol: entre glórias e cicatrizes...

Sustentada por um amplo repertório de práticas, comportamentos e significados, a corporeidade tem no esporte uma de suas principais formas de expressão. Frequentemente associado ao alto rendimento e espírito competitivo, o desporto é um fenômeno de elevada popularidade que atrai não somente os interessados em vivenciá-lo em primeira mão – como os atletas e demais praticantes –, mas também os entusiastas de suas facetas espetaculares e midiáticas. Seja em quadra ou diante da TV, sua presença dá margem a múltiplos sentidos e apropriações, a exemplo das situações em que modalidades específicas produzem vínculos de pertencimento e valores socialmente compartilhados.

No Brasil, essa relação pode ser facilmente verificada por intermédio da crença de que o futebol representa um dos alicerces de nossa identidade nacional. É um dos ingredientes da famigerada “brasilidade” latente em cada habitante do país, a qual costuma emergir de forma acentuada em ocasiões específicas, como os megaeventos esportivos. A Copa do Mundo de futebol é um exemplo emblemático que ilustra como o espetáculo esportivo pode exercer fascínio ímpar, fortalecer o sentimento de comunidade e até mesmo interromper o funcionamento normal da vida cotidiana – como percebemos em situações de redução ou mesmo suspensão dos expedientes de trabalho em função da agenda de jogos da seleção brasileira.

Inclusive, os acontecimentos no palco esportivo, por vezes, são assimilados aos retalhos de nossa autoimagem e memória coletiva. A marca ainda não superada ou mesmo igualada de cinco títulos mundiais até hoje sustenta a hegemonia brasileira na modalidade, atuando como elemento que, em alguma medida, alimenta o brio e a autoestima da população diante de outros países. Evidentemente, esse sentimento não está imune a tentativas de controle e manipulação, visto que sobre a relação fervorosa dos torcedores com o futebol também paira o rótulo de mecanismo de alienação, como uma espécie de cortina de fumaça que obscurece ameaças iminentes e problemas de maior relevância – função intensamente explorada pelo regime ditatorial instaurado no Brasil a partir do golpe cívico-militar de 1964⁵.

Não obstante, do mesmo modo que os triunfos em campo produzem episódios heróicos que tendem a ser imortalizados nas mentes e nos corações, as grandes derrotas também se eternizam no imaginário popular frequentemente assumindo a forma de traumas

⁵ Mais detalhes em Wisnik (2013).

coletivos. São fantasmas que assombram a história de nossa trajetória no esporte, sobretudo nas modalidades dotadas de maior peso afetivo e importância nacional, a exemplo do próprio futebol: Como esquecer do *Maracanazo*? Ou ainda, de sua versão mais recente, apelidada de *Minerazo*, incidente no qual a seleção brasileira, em sua terra natal, caiu de joelhos diante de uma Alemanha implacável, deixando sua torcida atônita e incrédula?

Para os propósitos deste ensaio, interessa-me uma cicatriz em particular: a derrota brasileira na final da última Copa do Mundo ocorrida na França. Mais precisamente, no dia 12 de julho de 1998, a seleção francesa vencia a equipe tupiniquim pelo incontestável resultado de três tentos a zero. Na época, o indigesto desfecho da partida não foi bem recebido pela torcida brasileira, principalmente devido ao súbito mal estar que levou Ronaldo Nazário – então artilheiro e esperança da equipe – a ser poupado pelo técnico Zagallo. Campeão do torneio em quatro oportunidades, o futebol brasileiro sucumbiu ante a performance contundente dos donos da casa, que com a vitória conquistaram sua primeira taça e escreveram em definitivo seu nome na história do futebol mundial.

Na época, jornalistas, comentaristas e técnicos se debruçaram durante meses sobre os registros da Copa de 1998, destrinchando replays, entrevistas e bastidores da amarga final, com o propósito de obter alguma explicação plausível para o retumbante fracasso. Na virada do século, o acesso à internet ainda era muito restrito⁶ e as primeiras redes sociais de maior sucesso, como *Myspace*, *Facebook* e *Orkut*, só ganhariam vida anos mais tarde. Ainda assim, à sombra dos grandes portais de notícias e entretenimento, a rede mundial de computadores já permitia a circulação de informações paralelas à imprensa oficial. Dentre os assuntos em evidência, a Copa do Mundo da França também recebeu razoável atenção dos internautas, tendo, inclusive, alguns relatos amplamente divulgados por meio de fóruns on-line e grupos de e-mail. Particularmente, um deles destoou por “desmascarar” a suposta farsa envolvendo a grande final ocorrida no *Stade de France*. Trata-se de uma carta reproduzida integralmente a seguir:

COPA 1998 - Divulgado o escândalo que todo mundo suspeitava!

Talvez, isso explique a razão do jogador Leonardo ter declarado a seguinte frase: "Se as pessoas soubessem o que aconteceu na Copa do Mundo, ficariam enojadas". Todos os brasileiros ficaram chocados e tristes por terem perdido a Copa do Mundo de futebol, na França. Não deveriam. O que está exposto abaixo é a notícia em primeira mão que está sendo investigada por rádios e jornais de todo o Brasil e alguns estrangeiros, mais especificamente Wall Street Journal of Americas e o Gazzeta delo Sport e deve sair na mídia em breve, assim que as provas forem colhidas e confirmarem os fatos.

Fato comprovado: O Brasil VENDEU a copa do mundo para a Fifa. Os jogadores titulares brasileiros foram avisados, às 13:00 do dia 12 de Julho (dia do jogo final), em uma reunião envolvendo o Sr. Ricardo Teixeira (na única vez que o presidente da CBF compareceu a uma preleção da seleção), o técnico Mário Zagallo, o Sr. Américo Faria, supervisor da seleção, e o Sr. Ronald Rhovald, representante da patrocinadora Nike. Os jogadores reservas permaneceram em isolamento, em seus quartos ou no lobby do hotel. A princípio muito contrariados, os jogadores se recusaram a trocar o penta-campeonato mundial por sediar a Copa do Mundo.

A aceitação veio através do pagamento total dos prêmios, US\$70.000,00 para cada jogador, mais um bônus de US\$400.000,00 para todos os jogadores e integrantes da comissão, num total de US\$ 23.000.000,00 vinte e três milhões de dólares) por meio da empresa Nike. Além disso, os

⁶ De acordo com dados do IBGE, apenas 0,64% da população brasileira tinha acesso regular à internet em 1998.

jogadores que aceitem o contrato com a empresa Nike nos próximos 4 anos terão as mesmas bases de prêmios que os jogadores de elite da empresa, como o próprio Ronaldo, Raul, da Espanha, Batistuta, da Argentina e Roberto Carlos, também do Brasil.

Mesmo assim, Ronaldo se recusou a jogar, o que obrigou o técnico Zagallo a escalar o jogador Edmundo, dizendo que Ronaldo estava com problemas no joelho esquerdo (em primeira notícia divulgada às 13:30 no centro de imprensa) e, logo depois, às 14:15, alterando o prognóstico para problemas estomacais). A sua situação só foi resolvida após o representante da Nike ameaçar retirar seu patrocínio vitalício ao jogador, avaliado em mais de US\$90.000.000,00 (noventa milhões de dólares) ao longo da sua carreira.

Assim, combinou-se que o Brasil seria derrotado durante o 'Golden Goal' (prorrogação com morte súbita), porém a apatia que se abateu sobre os jogadores titulares fez com que a França, que absolutamente não participou desta negociação, marcasse, em duas falhas simples do time brasileiro, os primeiros gols. O Sr. Joseph Blatter, novo presidente da Fifa, cidadão franco-suíço, aplaudiu a colaboração da equipe brasileira, uma vez que o campeonato mundial trouxe equilíbrio à França num momento das mais altas taxas de desemprego jamais registradas naquele país, que serão agravadas pela recente introdução do euro (moeda única europeia) e o mercado comum europeu (ECC).

Garantiu, também, ao Sr. Ricardo Teixeira, através de seu tio, João Havelange, que o Brasil teria seu caminho facilitado para o pentacampeonato de 2002. Por gentileza passem esta mensagem para o maior número possível de pessoas, para que todos possam conhecer a sujeira que ronda o futebol!

*Gunther Schweitzer
Central Globo de jornalismo*

Por favor, repassem essa mensagem para o máximo de pessoas possíveis.

À primeira vista, percebe-se que se trata de um boato, um *hoax*. De fato, a veracidade da carta já foi descartada por inúmeras vias e em diferentes ocasiões, inclusive por aquele a quem a autoria da denúncia é nominalmente atribuída. Há mais de vinte anos negando a autoria do texto, Gunther Schweitzer atualmente é formado em Educação Física, além disso nunca fez parte do corpo de profissionais da Central Globo de Jornalismo. Mesmo amplamente desmentido, o rumor gerou impactos que ainda não foram inteiramente desfeitos, a ponto de até os dias de hoje restarem desconfianças sobre a legitimidade da final disputada entre Brasil e França em 1998.

Na época, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e seu então presidente, Ricardo Teixeira, já não gozavam de boa reputação⁷, o que dificultava a rejeição imediata de qualquer acusação, mesmo aquelas impregnadas de tom conspiratório. Soma-se a isso a coincidente redenção da equipe brasileira na Copa do Mundo de 2002, que com o título na competição reavivou dúvidas em relação ao trecho da carta que descreve a derrota em 1998 como um tipo de pedágio a ser pago pelo Brasil para ter seu “caminho facilitado para o pentacampeonato”. Ademais, Gunther Schweitzer declarou ter recebido tanto mensagens de apoio quanto ameaças daqueles que acreditaram no conteúdo do documento, sendo inclusive contatado por um promotor de justiça do estado do Rio de Janeiro que lhe ofereceu acesso aos serviços de proteção à testemunha em troca de maiores informações sobre o caso⁸.

⁷ Mais detalhes em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2012/03/120216_ricardo_teixeira_dg

⁸ Mais detalhes em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/09/16/gunther-schweitzer-conta-a-cartolouco-como-surgiu-meme-ficariam-enojados.htm>.

Atualmente, o falso escândalo envolvendo a “venda” da Copa de 1998 tornou-se um texto folclórico na internet, dando origem a memes que consistem na produção de versões reeditadas da carta original que, por sua vez, denunciam tramoias fictícias em todo o tipo de competição: desde campeonatos nacionais e estaduais de futebol a reality shows como *Big Brother Brasil*, *A Fazenda* e *Master Chef*. De todo o modo, o que podemos aprender sobre a pós-verdade com ajuda do futebol e, em especial, do caso supracitado?

3.1 Notícias falsas são mais do que apenas “notícias falsas”

A rigor, *fake news* correspondem a apenas uma entre várias ramificações de um fenômeno mais amplo que tem sido definido como desinformação. Especialista em epistemologia e filosofia da informação, Don Fallis⁹ explica que esta ideia não se reduz a um sinônimo de conteúdos inverídicos. Mais do que isso, a desinformação designa uma intencionalidade consciente que faz com que os referidos conteúdos sejam pensados, elaborados e difundidos com o único ou principal objetivo de iludir e manipular. Nesse território, além das notícias falsas, encontram-se anúncios (políticos e comerciais) enganosos, propaganda governamental, fotos adulteradas, documentos forjados, websites maliciosos e registros falaciosos em verbetes da *wikipedia*.

Diante disso, em qual categoria podemos encaixar a narrativa denunciando a falsa venda da Copa de 1998? Tecnicamente, não é uma notícia, já que não foi publicada em nenhum veículo oficial da imprensa. Tampouco um trabalho científico, uma vez que não é resultado de experimento, não foi avaliado por pares ou publicado em revista/periódico especializado. Erroneamente reduzida à condição de *fake news*, esse caso também mostra que a desinformação tende a se instalar em zonas cinzentas e pontos cegos entre diferentes linguagens, gêneros discursivos e sistemas de validação estabelecidos.

3.2 A desinformação tem um público alvo

Trata-se de um fator que está diretamente ligado à recepção e potencial de persuasão desse tipo de conteúdo. A mensagem deve ser compreensível a todos, mas suas premissas e enunciados precisam reverberar com maior intensidade naqueles a quem pretende convencer e mobilizar. Diferentemente da ampla repercussão entre os torcedores brasileiros, presume-se que a suspeita lançada sobre a lisura da final da Copa de 1998 não teve o mesmo sucesso em cativar italianos, holandeses e tampouco franceses.

Sob essa ótica, a desinformação pode revelar muito sobre o perfil daqueles que conseguem persuadir, mais precisamente, sobre seus valores, representações, visões de mundo e, com frequência, temores. O que a carta descrevendo a venda da Copa de 1998 denota sobre aqueles que a levaram ou continuam levando a sério? Ou ainda, o que revelam boatos escatológicos, mas de alcance considerável, como “Pabllo Vittar irá apresentar um programa infantil na rede Globo de televisão que terá o incentivo da Lei Rouanet¹⁰”?

3.3 A desinformação é um problema sistêmico

⁹ Mais detalhes em: <https://muse.jhu.edu/article/579342/pdf>

¹⁰ Mais detalhes em: <https://www.e-farsas.com/pabllo-vittar-vai-apresentar-programa-infantil-na-globo-em-2018.html>.

Diante de alguém convicto nesses e outros boatos similares ao ponto de disseminá-los, podemos obter ao menos três diagnósticos distintos:

- a) *Está sendo enganado* e por isso precisa ser ensinado a identificar conteúdos falsos e avaliar a confiabilidade das informações;
- b) *Age deliberadamente de má fé* com a intenção de enganar terceiros, devendo, portanto, ser desmascarado e punido de forma proporcional aos danos causados;
- c) *Está sob o efeito da willful ignorance* (“ignorância intencional”), estado em que, por múltiplas razões, o interesse pela verdade é deixado em segundo plano ou simplesmente abandonado.

Tais exemplos ajudam a evidenciar algumas nuances das relações entre indivíduos e conteúdos maliciosos. Além disso, auxiliam na desmistificação da crença de que o enfrentamento da desinformação pode ser realizado unicamente com ações educativas de letramento informacional. Sem desconsiderar a importância de esforços dessa natureza, também é fundamental evitar a individualização do problema, levando em conta a responsabilidade de empresas de tecnologia no tocante à realização de ações capazes de desestimular e, em especial, desmonetizar a produção e publicação de conteúdos desinformativos em suas próprias plataformas.

Nesse contexto, o investimento de grandes corporações de mídia em programas de alfabetização e capacitação para a identificação de notícias falsas pode não ser apenas um gesto de boa vontade, mas também uma maneira de desviar o foco de outras variáveis tão ou ainda mais importantes¹¹. Uma delas é a compatibilidade simbiótica entre a produção de conteúdo apelativo de baixa confiabilidade e o modelo de negócios baseado em publicidade – atualmente hegemônico no ciberespaço.

Num cenário em que os dividendos obtidos por plataformas online estão diretamente subordinados à sua capacidade de veicular quantidades crescentes de anúncios comerciais incorporados a conteúdos gerados pelos próprios usuários, a interdição de quaisquer iniciativas capazes de capturar atenção massiva pode não ser uma ação financeiramente interessante aos donos e administradores desses estabelecimentos virtuais. Afinal, indivíduos sob o efeito da desinformação também são consumidores em potencial de quaisquer mercadorias, logo são parte do público alvo almejado por patrocinadores e anunciantes.

Nesse contexto, uma das principais preocupações das *big techs* e demais empresas de tecnologia tem sido inibir quaisquer ações estatais que possam afetar suas atividades e, em especial, seu modelo de negócios. Para isso, investem em projetos de educação midiática, alfabetização informacional e organizações não governamentais, no intuito de supostamente “solucionar” o problema ao oferecer aos usuários as competências para que eles próprios se protejam das ameaças da desinformação. Ao incumbir os indivíduos da tarefa de lidar com o problema, essas corporações, por vezes, tentam se eximir discretamente da sua responsabilidade pela corrosão do ecossistema informacional, evitando assim o avanço de marcos regulatórios e propostas de regulação da internet que já circulam em parlamentos ao redor do mundo¹².

De acordo com a doutrina neoliberal, o mercado é o meio mais eficiente de atender às necessidades do cidadão/consumidor, e o “fardo” da regulamentação governamental deve ser reduzido tanto quanto possível.

¹¹ Maiores detalhes em Buckingham (2019).

¹² No Brasil, o exemplo mais recente é o projeto de lei 2630/2020, apelidada de lei das *Fake News*. Maiores detalhes em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>

Nesse contexto, as pessoas precisam aprender a cuidar de si mesmas. No caso da mídia, agora é o indivíduo que deve assumir a responsabilidade de lidar com os desafios impostos por um ambiente de mídia mais comercial e tecnologicamente mais complexo. Empoderar o indivíduo dessa forma pode ser visto como um movimento democrático, mas, no processo, qualquer conceito mais amplo de bem social ou público tende a desaparecer (BUCKINGHAM, 2019, p. 33).

Seja como for, a incapacidade de abordagens estritamente “pedagógicas” solucionarem todos ou ao menos os principais problemas decorrentes da pós-verdade encontra respaldo em outras evidências. Essa premissa está diretamente ligada à próxima lição...

3.4A desinformação fala mais com os “corações” do que com as “mentes”

A capacidade de “sedução” da desinformação nem sempre se baseia em sua coerência lógica ou na consistência de sua argumentação. Não precisamos estar inteiramente convencidos da veracidade de uma informação para acreditar nela, o que também não significa que ao reproduzi-la tenhamos a intenção consciente de ludibriar alguém. Em outras palavras, para que sejamos persuadidos, não é necessário que algo seja comprovadamente verdade, apenas que essa mesma informação possa ser facilmente acomodada em nosso sistema de crenças. Se este, aliás, já se encontrar suficientemente corrompido por outros conteúdos inverídicos, a desinformação deixa de ser somente uma unidade isolada na mente de um indivíduo para assumir a forma de estruturas de pensamento alienadas, mas complexas, o que as torna ainda mais difíceis de serem desconstruídas.

Para o filósofo Lee McIntyre, tendemos a ignorar fatos óbvios e facilmente verificáveis porque inconscientemente buscamos defender algo que, para nós ou nossa comunidade, é mais importante do que a própria verdade. Esse “algo” pode variar de acordo com a natureza da informação rejeitada, bem como o contexto no qual ocorre a negação. No âmbito do debate político, esse tipo de impulso tende a se manifestar em situações de maior polarização e radicalização, circunstância muito favorável ao fortalecimento de movimentos populistas e regimes totalitários. Como declara Mencius Moldbug, blogueiro e um dos porta-vozes da extrema direita estadunidense: “Qualquer um pode crer na verdade, enquanto acreditar no absurdo é uma real demonstração de lealdade – e que possui um uniforme e um exército” (DA EMPOLI, 2019, p. 24). Isso significa que por trás de parte da desinformação criada e amplamente difundida, frequentemente há um gesto discreto de fé e reverência a um partido, uma instituição ou a um líder carismático.

Nesse contexto, a função social primária da informação se desloca do âmbito cognitivo para o âmbito pragmático, convertendo-se num instrumento a serviço de interesses outros. Dito de outra forma, a informação deixa atuar prioritariamente na condição de insumo que nos permite conhecer a realidade, seus fenômenos e suas correlações, para atuar como ferramenta a serviço da propaganda política, do macarthismo, da sinalização de virtude e de outras estratégias para a conquista da supremacia ideológica. Mas, afinal, por que nos submetemos à vontade de forças que nos governam através da desinformação e nos estimulam a ignorância intencional?

Novamente, afirma-se o paralelo da pós-verdade com o universo do esporte. Via de regra, a escolha de nosso “time do coração” não ocorre mediante um processo decisório racional e embasado por evidências e dados empíricos. Trata-se de um laço forjado pela força de fatores circunstanciais e afetivos, sobretudo por ritos e tradições familiares, como vestir o

uniforme do clube em situações banais ou acompanhar regularmente as partidas no estádio ou pela TV. Pela experiência de torcedor, alimentamos, desde a mais tenra idade, um conjunto de paixões identitárias fervorosas. É graças a elas que torcemos e acreditamos incondicionalmente em nossa equipe, mesmo que isso signifique ignorar dados, estatísticas, indicadores de desempenho, derrotas, crises financeiras e históricos desfavoráveis. Aconteça o que acontecer, nunca mudamos de lado ou “viremos folha”.

3.5 A desinformação é a mãe de diferentes formas de radicalização

Essa dinâmica também dá margem a tendências dignas de preocupação. Uma delas foi apontada por Jason Stanley, em seu trabalho sobre o fascismo e sobre como essa ideologia se sustenta no estabelecimento de divisões arbitrárias entre “nós” e “eles” (STANLEY, 2020). Para isso, a política fascista realiza a naturalização, hierarquização e estigmatização de distinções étnicas, religiosas ou raciais. Em seguida, transforma os segmentos portadores dessas características em ameaças à “pureza”, à virtude e, em especial, à ordem tradicional. Normalmente, o que vem a seguir são demonstrações sistemáticas de intolerância, segregação e violência, ora realizadas em escala reduzida (entre indivíduos e pequenos grupos), ora assumindo um viés formal e institucionalizado (na forma de leis e aparatos de perseguição e exclusão). Essa foi e ainda é a tônica de movimentos ultranacionalistas, antissemitas, supremacistas brancos, neonazistas e, em certa medida, de torcedores extremistas – a exemplo dos *hooligans* e coletivos similares.

É justamente esse tipo de disposição tribal radicalizada que a desinformação, especialmente a propaganda política, com frequência busca fomentar. Confirmamos nossa adesão ao “time” – ideologia, líder, partido – a partir de demonstrações regulares de convicção que estão propensas a exigir a rejeição seletiva de evidências e informações verídicas. Uma das maneiras de se “proteger” da contundência dos fatos é transformar a desinformação dispersa em sistemas explicativos mais complexos, diluindo “verdades alternativas” em conhecimentos verídicos, convertendo-os em “meias verdades” ao apresentá-los de forma descontextualizada e falaciosa.

É assim que teorias conspiratórias afrontam evidências científicas. É assim que evitamos a ferida narcísica de admitir que a equipe francesa apresentou um desempenho superior à seleção brasileira e que, portanto, mereceu a vitória no derradeiro confronto da Copa do Mundo de 1998. Trata-se de apresentar narrativas cada vez mais eloquentes e ricas em detalhes, e, ao mesmo tempo, de desacreditar a imparcialidade e o *modus operandi* de qualquer instituição capaz de desmistificar mentiras, como a imprensa, as universidades e os centros de pesquisa.

3.6 A desinformação tende a ser sintoma de problemas menos evidentes

Se recorrermos aos conhecimentos da psicologia, veremos que já existem tentativas de explicar a crença em teorias conspiratórias. Partindo dos movimentos antivacina, terraplanista e os *truthers 9/11*¹³, o psicólogo Joe Pierre chama atenção para o crescimento

¹³ Grupo de pessoas que se dedicam a formular explicações conspiratórias para os atentados ocorridos em 11 de setembro 2001.

alarmante do número de cidadãos estadunidenses que acreditam em algum tipo de relato pseudocientífico ligado à política ou à medicina¹⁴.

Vale mencionar que essa é uma tendência global, apresentando-se de modo particularmente preocupante no contexto brasileiro. Recentemente, fomos eleitos o país com a segunda pior taxa de ignorância em relação à realidade do planeta, à frente apenas da África do Sul¹⁵. Além disso, cerca de um terço da nossa população afirmou desconfiar da ciência¹⁶, enquanto sete em cada dez brasileiros acreditam em *fake news* sobre vacinas, tais como: a vacinação é uma artimanha do governo para esterilizar/exterminar a população pobre; que as vacinas sobrecarregam o sistema imunológico das crianças; ou ainda, que estas são responsáveis pelo aumento significativo nos índices de nascimento de pessoas no espectro autista¹⁷.

Para Pierre, parte significativa das pessoas que acreditam em narrativas conspiratórias tem a necessidade de um “encerramento cognitivo”, isto é, o desejo de encontrar explicações convincentes onde elas simplesmente não existem. Além disso, também podem apresentar o anseio de se sentirem únicas, ao acreditarem que foram capazes de acessar uma suposta verdade que a maioria da população desconhece. De modo não excludente, também podem apresentar a “detecção de agência hipersensível” ou o “pensamento teleológico”, viés cognitivo que consiste na superatribuição, isto é, na associação forçada de eventos a forças, propósitos e motivos ocultos. Outras pesquisas também descobriram que as crenças conspiratórias estão associadas a níveis mais baixos de educação e pensamento analítico.

O debate sobre os vieses cognitivos fornece pistas a respeito de potenciais causas e consequências psicológicas da pós-verdade.

Dunning-Kruger, *backfire effect*, ancoragem, *whataboutism*, projeção e viés de confirmação designam uma pequena fração das respostas comportamentais intensificadas pela pós-verdade. Em comum, todos esses termos partilham o papel de mecanismo defensivo acionado (inconscientemente) com a intenção de blindar o sujeito de situações de desconforto psicológico, como aquelas que resultam da descoberta de uma verdade espinhosa. Sua função é proteger o ego em circunstâncias em que um indivíduo é confrontado com seus próprios equívocos e eventuais erros de julgamento. Essas situações costumam ser gatilhos de tensão psicológica, uma vez que [...] tendemos a superestimar nossas capacidades, de modo a nos percebermos como mais espertos, bem informados e capazes do que somos na realidade (CRUZ JUNIOR, 2021, p. 286-287).

Frente a essas situações, Pierre adverte que o escárnio e a ridicularização de indivíduos sob o encanto da desinformação é uma estratégia pouco recomendada para enfrentar o problema, além de ser menos eficaz do que mecanismos mais “diplomáticos”, como a escuta empática. Aliás, esta é uma das maneiras mais acessíveis – ainda que nem sempre “fácil” – de lidar com aqueles que confiam e por vezes difundem desinformação, já que essa tática reduz os riscos de ativação de “sistemas de segurança mentais”, e com isso permite-nos buscar

¹⁴ Detalhes em: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/psych-unseen/201904/what-makes-people-believe-in-conspiracy-theories>

¹⁵ Detalhes em: <https://exame.abril.com.br/brasil/brasil-fica-em-2o-em-ranking-de-ignorancia-sobre-a-realidade/>

¹⁶ Detalhes em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/um-terco-dos-brasileiros-desconfia-da-ciencia-23754327>

¹⁷ Para maiores detalhes ver Recuero (2021).

oportunidades para atenuar ou mesmo neutralizar os efeitos nefastos de conteúdos maliciosos sobre os afetados.

4 Palavras finais...

A pós-verdade é um tema labiríntico, repleto de nuances e interfaces com outras discussões emergentes. Ciente dessa abrangência, convém enfatizar que muitos tópicos relevantes não estiveram presentes na reflexão aqui realizada, tais como: capitalismo de vigilância, bolhas sociais, a cultura dos influenciadores, negacionismo científico, inteligência artificial, conteúdo sintético e *bots*. Esse é um debate excessivamente extenso para os limites deste ensaio. Ainda assim, percebemos que já é possível observar a presença de influências “pós verdadeiras” em vários âmbitos aparentemente improváveis da vida social, a exemplo do próprio esporte.

Atualmente, a pós-verdade atua como ponto de confluência de forças políticas, tecnológicas, psíquicas e culturais distintas, as quais têm dado novos contornos a empreitadas populistas. Focando-se na luta do “povo” contra as elites e os especialistas, tendências dessa natureza dedicam-se a afrontar reiteradamente quaisquer instituições, estruturas e grupos dotados de autoridade sobre domínios fundamentais à vida em sociedade: desde a grande mídia e dos estabelecimentos de ensino e pesquisa até a FIFA, a CBF e as grandes marcas patrocinadoras de clubes e atletas. Diante disso, como estimular posturas pautadas na abertura ao diálogo e pensamento num cenário em que a pós-verdade não para de instigar condutas beligerantes e “fla-flus” dentro e fora dos gramados?

À luz do que vimos até então, presume-se que não há respostas simples para esta e outras questões urgentes. Em parte, porque esse enfrentamento depende da mobilização de diferentes atores estratégicos, tais como o estado, instituições educacionais, empresas de tecnologia e a própria população. Apenas com o apoio de um amplo e qualificado debate envolvendo todos esses setores será possível desenvolver e implementar ações coordenadas visando atenuar as consequências sociais, cognitivas e políticas da pós-verdade.

Referências

BUCKINGHAM, David. **The media education manifesto**. Cambridge: Polity Press, 2019.

CRUZ JUNIOR, Gilson. "Ver o que temos diante do nariz exige uma luta constante": a pós-verdade como desafio à educação na era digital. **Educação Temática Digital**, Campinas, v. 23, n. 1, p. 273–290, 2021.

DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos**: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar as eleições. São Paulo: Vestígio, 2019.

D’ANCONA, Matthew. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Barueri: Faro, 2018.

KAKUTANI, Michiko. **A morte da verdade**: notas sobre a mentira na era Trump. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, SP: Editora 34, 1999.

MCINTYRE, Lee. **Post-truth**. Massachusetts: MIT Press, 2018.

RECUERO, Raquel. **Desinformação, mídia social e COVID-19 no Brasil**: relatório, resultados e estratégias de combate. Pelotas, RS: MÍDIARS, 2021.

STANLEY, Jason. **Como funciona o fascismo**: a política do “nós” e “eles”. Porto Alegre: L&PM, 2020.

WISNIK, José Miguel. **Veneno remédio**: o futebol e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

Contribuições da autoria

Autor 1: Responsável pela produção integral do trabalho.

Data de submissão: 27/06/2023

Data de aceite: 20/08/2023