

CAPITALISMO E PÓS-VERDADE

A pós-verdade pode ser explicada pelos processos do capitalismo?

Edson Peixoto Andrade⁵³

Resumo

O presente artigo, propõe-se analisar as possíveis associações entre as diversas manifestações individuais e grupais da sociedade contemporânea reunidas no conceito de pós-verdade e os processos de produção, distribuição e consumo que engendram o sistema capitalista atual. O texto defende a ideia de que a pós-verdade é expressão do capitalismo, a partir dos referidos processos. Num primeiro momento, apresenta as principais ideias acerca do que é pós-verdade. Em seguida, discorre de forma breve acerca dos processos de produção, distribuição e consumo, como dispostos na introdução da obra *Grundrisse*, de Karl Marx. Num terceiro momento, discorre-se acerca do consumo, do individualismo e da competição como elementos exemplares, que possibilitam compreender a sociedade capitalista atual. Por fim, analisam-se alguns exemplos que explicitam as configurações da pós-verdade, agrupadas na ideia de produção de verdade, ereção de mitos e eleição de inimigos e busca-se justificar a tese defendida, discutindo-se acerca da religiosidade e dos meios de comunicação na era da pós-verdade.

Palavras-Chave: Sociedade; Capitalismo; Verdade; Pós-verdade.

Abstract

This article proposes to analyze the possible associations between the countless individual and group manifestations of contemporary society gathered in the concept of post-truth the processes of production, distribution and consumption that generate our current capitalist system. The text defends the idea that post-truth is an expression of capitalism, based on these processes. At first, presents the main ideas of what post-truth is. Then, it briefly discusses processes of production, distribution and consumption, as set out in the introduction of the work of *Grundrisse*, by Karl Marx. In a third moment, it discusses consumption, individualism and competition as exemplary elements, which make it possible to understand the current capitalist society. At last, it analyses some examples that explain the post-truth configurations, grouped in the idea of production of truth, myths setup and choosing enemies and seeks justification of the defended thesis, discussing religiosity and media in the post-truth era.

Keywords: Society; Capitalism; Truth; Post-truth.

Introdução

O presente artigo propõe-se analisar as possíveis associações entre as diversas manifestações individuais e grupais da sociedade contemporânea reunidas no conceito de pós-verdade e os processos de produção, distribuição e consumo que engendram o sistema capitalista atual. O texto defende a ideia de que a pós-verdade é expressão do capitalismo, a

53 Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Filosofia da Universidade Federal de Sergipe; E-mail: edsonpsique1@yahoo.com.

partir dos referidos processos. Num primeiro momento, apresenta as principais ideias acerca do que é pós-verdade. Em seguida, discorre de forma breve acerca dos processos de produção, distribuição e consumo, como dispostos na introdução da obra *Grundrisse*, de Karl Marx. Num terceiro momento, discorre-se acerca do consumo, do individualismo e da competição como elementos exemplares, que possibilitam compreender a sociedade capitalista atual. Por fim, analisam-se alguns exemplos que explicitam as configurações da pós-verdade, agrupadas na ideia de produção de verdade, ereção de mitos e eleição de inimigos e busca-se justificar a tese defendida, discutindo-se acerca da religiosidade e dos meios de comunicação na era da pós-verdade.

Partimos da hipótese de que a pós-verdade é uma expressão do capitalismo. Assim sendo, procuramos estabelecer relações entre os elementos centrais da pós-verdade, enquanto movimento característico dos pensamentos e das práticas do nosso tempo e os processos de produção, distribuição e consumo que, segundo Karl Marx, seriam basilares para entender a dinâmica das sociedades em qualquer período histórico.

Pontos de vista acerca da “pós-verdade”

Para alguns, a contemporaneidade pode ser estudada a partir do conceito de pós-verdade. Na tentativa de compreender tal conceito, poderíamos fazer um percurso que nos permita apreendê-lo sob a perspectiva do fenômeno em si e, em seguida, sob a perspectiva dos indivíduos que são alvos do fenômeno.

Partindo da perspectiva do fenômeno da pós-verdade em si mesmo, é possível defini-la como a resposta pública ou a resposta do público ao fenômeno da mentira, a qual dá-se em termos de indiferença e convivência com a mesma, ao invés de seguir o viés da “indignação” (D’ANCONA, 2018, p. 10). A pós-verdade é, nessa visão, uma característica da nossa época que faz com que as pessoas não sintam estranheza por aquilo que não condiz à verdade ou que não corresponde àquilo que, de fato, pode dar provas de sua existência ou apresentar evidências de sua existência.

Analisando essa definição de pós-verdade, percebe-se que, dois termos merecem destaque na discussão: indiferença e convivência sem indignação. Trata-se de um movimento que fragiliza a capacidade de criticar, de observar, de analisar. Desse modo, passa-se a conviver com determinadas crenças e atitudes, sem exigir as credenciais de fidedignidade, de relação com a realidade, de comprovação etc. Mas, por que isso acontece? Por que a opinião

pública passa a conviver com a mentira como se fosse verdade? Esse fenômeno da pós-verdade é atual ou foi engendrado em épocas anteriores? Em algum momento da história é possível encontrar o equivalente à pós-verdade? Falar em termos de pós-verdade esgota o tema da contemporaneidade? Quais elementos da contemporaneidade ficam de fora do conceito de pós-verdade e quais elementos são contemplados nesse conceito? Qual o ganho efetivo ao conceituar a pós-verdade? A pós-verdade indica alguma possibilidade de saída desse movimento que ela engendra? Falar em termos de pós-verdade é consideração estática da realidade ou engendra alguma forma de posicionamento crítico, político, construtivo? Quando se pensa a pós-verdade busca-se o passado ou o futuro? Qual seria o futuro sem a ideia de pós-verdade? O que foi a verdade e o que é a pós-verdade?

Para pensar nessas questões, podemos recorrer a Dunker (2017), o qual nos alerta que a pós-verdade não pode ser reduzida à mera supressão da necessidade de fazer referências a fatos, de comprovar objetivamente o que é dito, de verificar as fontes do discurso, de observar e criticar as possíveis manipulações, dentre outras atitudes que poder-se-ia elencar aqui. Ela trata-se de um fenômeno, a seu ver, muito mais complexo e que diz respeito à manipulação da verdade, dos fatos, das ideias etc. A pós-verdade, segundo ele, combina, de forma meticulosamente calculada “observações corretas, interpretações plausíveis e fontes confiáveis” numa verdadeira “mistura” que, no seu bojo, apresenta-se como “falsa e interesseira” (DUNKER, 2017, p. 34). Nesse sentido, podemos dizer que a pós-verdade pode ser explicitada a partir da ideia de manipulação daquilo que tem-se como realidade objetiva, como verdade, como fatos.

Ao que parece, a pós-verdade não se trata apenas de uma convivência com a mentira sem a devida crítica. O problema central da pós-verdade é o fato de que a mentira passa a ser apresentada a partir de plataformas que, trazem, em si, elementos que podem ser, em parte, comprovados. Isso mostra que, há na pós-verdade, como já foi dito anteriormente, a manipulação da realidade de forma “falsa e interesseira”. Nesse sentido, há uma manipulação da verdade, objetivando apresentar algo que não pode ser comprovado como verdadeiro. Esse processo faz com que a opinião pública aceite tal estado de coisas com naturalidade, sem crítica e sem movimento de contestação. Aqui, reside o grande problema da pós-verdade. Há uma situação de convivialidade com a mentira ou a supressão das exigências de comprovação de algo, para dar créditos de verdade quando da sua manifestação.

Dito isso, poderíamos levantar algumas questões acerca dos interesses inerentes à pós-verdade, e, sobretudo, a respeito de quais grupos que são interessados na pós-verdade. Nesse

sentido, podemos perguntar: a pós-verdade é produto consciente de determinados indivíduos ou grupos ou é um fenômeno espontâneo? Quando dizemos que a pós-verdade é uma mistura de elementos verificáveis com elementos falsos, esse processo é espontâneo ou planejado? Se for espontâneo, como pode ser evitado? Se for planejado, de que modo é esse planejamento e quem são seus autores? Na pós-verdade há um movimento coeso, com lideranças que assumem claramente seu papel e manipulam a realidade a fim de atingir seus objetivos ou trata-se de um movimento autônomo com relação aos indivíduos e grupos embora, semelhante nas suas manifestações?

Do ponto de vista dos indivíduos, podemos encontrar algumas características que permitem compreender o modo como a manipulação se instala nas consciências e nas práticas. Trata-se de alguns elementos que, segundo a literatura, permitem problematizar como se dá esse processo de convivência sem “indignação” com relação à mentira ou de manipulação da verdade. O primeiro elemento seria a busca individual de segurança emocional. Tal busca, caracterizar-se-ia pela busca individual daquelas respostas que dariam segurança emocional em detrimento daquelas que decorreriam de evidências de veracidade. Isso levaria o indivíduo a optar claramente por acreditar naquilo que lhe faz bem, ao invés de conviver de forma positiva com a realidade que se impõe. O segundo elemento seria o relativismo, o qual conduz à negociação do conceito de verdade. Por fim, o terceiro elemento é o enfraquecimento da ideia de confiança no grupo social ou, aquilo que chama-se coesão social (D’ANCONA, 2018, p. 10). Esses elementos, tomados em conjunto, tornam o indivíduo propenso à manipulação da verdade. Nesse sentido poderíamos problematizar: o processo de manipulação atinge os indivíduos por meio de tais elementos ou esses mesmos elementos apresentam-se como o fio condutor da manipulação do discurso e da pós-verdade? Alguém estaria por detrás da pós-verdade ou ela apresenta-se como um movimento espontâneo? Quais condições servem ao sentido de engendrar a pós-verdade?

Em suma, tanto do ponto de vista do fenômeno em si, quanto do ponto de vista dos indivíduos imersos em tal fenômeno, podemos analisar a pós-verdade a partir de alguns elementos-chave, a saber, a convivência com a mentira sem indignação; a manipulação; a busca da segurança emocional; o relativismo; o enfraquecimento da coesão social. Tendo esses elementos como basilares, tentaremos responder às questões acerca de como surge e como se mantém a pós-verdade. Defendemos a tese de que, aquilo que é possível encontrar na pós-verdade é passível de ser analisado dentro dos padrões de análise do sistema capitalista.

Em outras palavras, defendemos a ideia de que a pós-verdade e o capitalismo possuem ambos, a mesma gênese e os mesmos princípios teleológicos.

Partindo desses pressupostos, analisaremos alguns exemplos da nossa história atual os quais nos permitirão pensar as relações aqui defendidas, a saber, as relações entre as características da pós-verdade e as características do capitalismo. No entanto, para fazer isso, é indispensável apresentar aquelas características que consideramos fundamentais para pensar o capitalismo e faremos isso, apoiando-nos em Karl Marx.

Marx e os processos de produção, distribuição e consumo

Na introdução à sua obra *Grundrisse* (1857-58), Karl Marx analisa três movimentos que, segundo ele, são indispensáveis para a compreensão das sociedades e, conseqüentemente, da sociedade capitalista. São eles, os movimentos da produção, do consumo e da distribuição/troca ou circulação.

De acordo com Marx, grande parte dos teóricos do século XVIII, defende que, na “sociedade da livre concorrência”, o indivíduo não mais aparece como “um conglomerado humano determinado e limitado”, mas “desprendido dos laços naturais” (MARX, 2011, p. 54). Esse desprendimento seria como um processo evolutivo, um ideal atingido e não, como um processo histórico. Marx, ao contrário, defende que, só é possível compreender as relações que existem em determinadas sociedades, se partirmos dos seus determinados processos de produção, de distribuição a partir dessa produção e do consumo, entendendo que tais movimentos são engendrados nas próprias relações sociais. Nesse sentido, de acordo com Marx, o ponto de partida para a análise de uma dada sociedade, como a “sociedade da livre concorrência” é o fato de que os indivíduos produzem em sociedade, ou seja, que “a produção dos indivíduos é determinada socialmente” (Id., 2011, p. 54) e que seus modos de produção, as distribuições existentes e o consumo daí resultantes, são definidos na própria sociedade, por meio de uma relação direta entre os três processos, a saber, a produção, a distribuição e o consumo. Nesse sentido, não há como compreender a sociedade, sem observar a pressuposição recíproca entre os processos citados. A função da dialética, nesse contexto, seria a de apontar as relações entre o modo como a produção, a distribuição e o consumo, pressupõe-se reciprocamente e engendram os movimentos uns dos outros. É a distribuição social que define uma dada produção e essa produção, por sua vez, engendra um sujeito de

consumo. Contudo, é o consumo quem define o que deve ser produzido e o modo como deve ser feito.

O indivíduo depende de um todo maior, da família, da tribo, das cidades etc. Nesse sentido, não há isolamento possível, quando se pretende compreender o contexto de produção, distribuição e consumo. Mesmo isolado, o indivíduo permanece em sociedade. Assim sendo, defende Marx, “toda produção é apropriação da natureza pelo indivíduo no interior de e mediada por uma determinada forma de sociedade” (MARX, 2011, p. 60). É a sociedade que media as formas de produção. Não há uma predisposição natural de indivíduos ou de contextos naturais que engendram dado modo de produção, dadas relações ou determinados produtos. O que existe, é um mecanismo social que, por sua vez, facultada determinada forma de produção, define sua distribuição e seu consumo.

Partindo desses pressupostos, entende-se a impossibilidade de compreender o indivíduo isolando-o do seu contexto. Os indivíduos, em dada sociedade, são perpassados por processos de subjetivação que, por sua vez, são dados pelas condições materiais da mesma sociedade, as quais facultam as relações de produção, distribuição e consumo. Não há o indivíduo isolado passível de análise. O que, de fato, existe, são processos de produção, distribuição e consumo que atuam no sentido de fornecer as condições de subjetividade. O indivíduo, nesse contexto, é subjetivado pelas condições materiais do seu contexto. Nesse sentido, percebe-se que as estruturas da sociedade são resultantes desses processos de subjetivação. Segundo Marx, “toda forma de produção forja suas próprias relações jurídicas, formas de governo etc.” (MARX, 2011, p. 60). Uma sociedade é alterada, quando existem perturbações. As perturbações, por sua vez, surgem quando as condições sociais a determinados estágios de produção começam a se formar ou começam a desaparecer (Id., 2011, p. 61).

Processos de produção e pós-verdade

Mas, qual o nosso objetivo em dizer tudo isso? Se quisermos analisar as possíveis relações entre a pós-verdade e a sociedade capitalista, partindo dos princípios marxistas dos processos de produção, precisamos compreender como se dão os ditos modos de produção desta sociedade capitalista e os processos de subjetivação que ela engendra ou que ela permite. Essa tarefa, por sua vez, requer uma visão clara acerca dos processos produtivos que perpassam e definem esta sociedade.

Partindo das ideias de Marx, podemos perceber que toda a sociedade é investida por essas relações de produção, distribuição e consumo e assim, não há possibilidade de entender os comportamentos individuais prescindindo das condições materiais, isto é, não há como desconsiderar o que Marx defende, a saber, que só há possibilidade de isolamento do indivíduo, se tal isolamento for percebido como um isolamento em sociedade (MARX, 2011, p. 55). Desse modo, defendemos a tese de que todos os comportamentos que podemos dizer pós-verdadeiros não podem ser analisados apenas do ponto de vista dos agentes individuais, uma vez que são comportamentos que surgem dentro de um contexto específico de produção, distribuição e consumo em seu movimento de pressuposição recíproca.

Para ficar mais claro, faremos dois movimentos em nosso texto. Em primeiro lugar, vamos tentar apresentar o processo de pressuposição recíproca aventado, de forma mais pormenorizada. Em segundo lugar, vamos analisar esses movimentos dentro de um contexto social concreto para que, em seguida, possamos ter condições de relacionar esses movimentos, aos comportamentos que podem ser enquadrados dentro do conceito de pós-verdade.

Como se dá a subjetivação? Marx defende que, em diferentes sociedades, há uma apropriação dos bens, de acordo com as necessidades, uma distribuição dos bens, a apropriação e desfrute do que é distribuído. Produção, distribuição e consumo dão-se a partir de mecanismos que surgem no próprio processo. Produzir é consumir. O indivíduo que se desenvolve produzido, gasta-se ao produzir. O consumo, torna-se mediador de produção

Em primeiro lugar, produção e consumo pressupõe-se mutuamente. Por um lado, o ato de produção é um ato de consumo. O indivíduo se desenvolve ao produzir, mas despende suas capacidades na produção. Nesse sentido, produção é consumo. Há uma produção e consumo do ser humano em que coisifica-se o produtor e “personifica-se a coisa por ele criada” (MARX, 2011, p. 64). O consumo, sendo mediador da produção, cria “para os produtos o sujeito para o qual são produtos” (Id., 2011, p. 64). O consumo “cria a necessidade de nova produção” e assim, “torna-se o fundamento ideal internamente impulsor da produção, que é o seu pressuposto” (Id., 2011, p. 65). Assim, “o consumo põe idealmente o objeto da produção como imagem interior, como necessidade, como impulso e como finalidade” (Id., 2011, p. 65). A produção cria o objeto de consumo, mas cria também o modo de consumo objetiva e subjetivamente. Assim sendo, a produção produz o consumo ao criar o material para o consumo, determinar o modo de consumo e gerar a necessidade no consumidor pelos

produtos por ela produzidos. Em suma, produz “o objeto do consumo, o modo do consumo e o impulso do consumo” (Id., 2011, p. 66).

Partindo desses pressupostos, é possível perceber que, segundo a linha de pensamento de Marx, não há possibilidade de analisar o indivíduo de forma isolada de seu contexto. Os indivíduos são perpassados pelas condições materiais que forjam relações de produção, distribuição e consumo. Assim sendo, suas relações são perpassadas por esses investimentos que definem o que deve ser produzido, como deve ser distribuído e o que deve ser consumido. Os mecanismos de subjetivação, que são dados a partir de condições materiais, nesse contexto, podem explicar os diversos posicionamentos, posturas, comportamentos, ideologias, pensamentos de determinada forma de sociedade. Podemos perceber que uma sociedade, como a capitalista, é perpassada por ideais a serem atingidos.

Mas, o que permite pensar a relação entre capitalismo e pós-verdade? Para responder a essa questão, pensamos com Marx que, a sociedade é perpassada por mecanismos de subjetivação. São esses mecanismos de subjetivação que definem a produção, o produto, a distribuição e o consumo. Tais mecanismos estão diretamente relacionados às condições materiais da sociedade. Ou seja, são as condições materiais que permitem determinadas configurações de produção, distribuição e consumo e que forjam, desse modo, os mecanismos de subjetivação. Assim sendo, podemos dizer que são diversos, os elementos que podem ser percebidos na atual configuração econômica que chamamos de capitalismo. Iremos discutir acerca de quatro deles, a saber, consumo, individualismo, competição e liberdade, os quais serão basilares para a análise da relação entre capitalismo e pós-verdade.

O consumo, na sociedade capitalista, é a base de tudo. Observa-se que, nas configurações desse sistema, tudo torna-se ato de consumir e produto a ser consumido. Podemos dar alguns exemplos dessa relação entre consumir/ser consumido. Em primeiro lugar, a educação. O ato de educação/ser educado é produto a ser consumido e é produção desse produto. Nesse sentido, a educação torna-se consumo e produção. Além disso, o produto educação não é distribuído uniformemente entre todos e, é justamente a forma desigual dessa distribuição, que alavanca os processos de ascensão ou permanência, os lugares, as vantagens no seio da sociedade. Aprender é um produto adquirido a partir das possibilidades de distribuição. E ter acesso à educação, além de definir lugares, posições na esfera social, é um produto desejado e mecanismo que tende a mostrar a cada indivíduo o seu lugar, as suas possibilidades etc. Tais processos de subjetivação acontecem, a partir das condições materiais existentes em dada sociedade e nos diferentes grupos sociais.

Outro exemplo é o trabalho. O trabalho dá possibilidades de consumo. Trabalhar é poder adquirir bens. O indivíduo aliena sua força de produção em troca da possibilidade de poder adquirir os produtos. Ele, desse modo, torna-se produto enquanto produtor e assim, produto/produtor que se torna consumidor. No decorrer do processo, observa-se que a finalidade do trabalho passa a ser consumir aquilo que se produz. A necessidade não é natural, mas é naturalizada no processo mesmo da produção/consumo. Além disso, o trabalho institui lugares, define quem pode comprar cada tipo de produto e torna-se, em si mesmo, um produto. O indivíduo sonha ter determinado tipo de trabalho, isto é, consumir determinado tipo de trabalho, a fim de gozar a possibilidade de comprar determinado tipo de produto. O valor subjetivo passa a ser definido pela posição que o trabalho define na esfera social e pelas possibilidades dadas por essa mesma posição.

As tecnologias fazem parte de outro conjunto de exemplos que poderíamos citar aqui. Elas definem posições perpassadas pelo acesso, distribuindo os indivíduos entre aqueles que têm ou não têm acesso a elas. Tais posições, muitas vezes, são ilusórias. O indivíduo tem a falsa sensação de poder, participação, controle quando, na verdade, muitas vezes, sem perceber, torna-se alvo de manipulação e controle. Observa-se que, nesse tempo, inventam-se produtos e necessidades do consumo dos produtos inventados, processos otimizados, pela limitação do tempo de uso dos produtos adquiridos e pelas falsas necessidades de novos produtos que, mesmo executando as mesmas funções, aparecem ao desejo do sujeito como a fonte das realizações materiais mais prementes.

Além desses exemplos, poderíamos ainda, falar da saúde, dos bens culturais, da habitação e de tantos outros. Por ora, entendemos que os exemplos trabalhados são suficientes para perceber como os processos de produção, distribuição e consumo perpassam diversos campos da existência humana, como mecanismos materiais de subjetivação dos indivíduos.

Tendo analisado, o consumo, passaremos brevemente por duas outras características, a saber, o individualismo e a competitividade presentes na sociedade hodierna. O individualismo é percebido dentro do contexto de produção de subjetividades a partir da produção, distribuição e consumo a partir de alguns exemplos muito comuns das histórias de sucesso, das ferramentas de *coaching*, da responsabilização do indivíduo sobre seus processos de vitória e de derrota, sempre prescindindo da análise das condições materiais do sujeito e fazendo a distribuição entre aqueles que conseguem e os que não conseguem, como se isso dependesse unicamente da pessoa individual. A ideia de vitória torna-se um produto produzido sob medida para determinados grupos sociais e apresentada como produto

necessário para a definição do lugar que cada um vai ocupar dentro dos padrões definidos como ideais. O que tem-se é a produção de ideais a serem alcançados por indivíduos isolados, sendo que, esforçar-se para conseguir é inerente às características naturais do sujeito, sem considerar as subjetividades produzidas no contexto social e as condições materiais para tais.

O individualismo torna-se competição, que é outra característica marcante da sociedade capitalista. Tal competição se dá em vários níveis: trata-se de uma competição consigo mesmo, uma vez que o indivíduo desenvolve crenças de que está em seu poder conseguir ou não conseguir alcançar as metas que são definidas na sociedade e assim, ele quer ser sempre o melhor, ter sempre mais, está sempre à procura de algo e nunca consegue preencher-se. Mas, essa competição também se manifesta com relação ao outro. É sempre necessário superar o outro, mostrar que o outro não consegue, impedir que o outro consiga. Zizek, ao definir o desejo, diz que o desejo é sempre desejo do outro, apresentando-se como desejo pelo outro, desejo de ser desejado pelo outro e desejo pelo que o outro deseja (ZIZEK, 2010, p. 48). A psicanálise, certamente oferece condições de analisar esses mecanismos do individualismo e da competição na sociedade contemporânea.

O capitalismo explica a pós-verdade?

Terminada essa exposição acerca dessas quatro características que poderiam ajudar a explicar o capitalismo contemporâneo, voltamos à questão originária desse trabalho: é possível explicar a pós-verdade a partir da organização do sistema capitalista atual? Para responder a essa questão, poderíamos tentar relacionar as características da pós-verdade com as características do capitalismo.

Vimos, no início desse texto, que no plano do fenômeno em si, a pós-verdade apresenta-se, em síntese, como convivência com a mentira sem indignação e, no plano dos indivíduos, como busca de segurança emocional; defesa do relativismo e fragilidade da coesão social. Tais características podem ser apreendidas, no contexto social, a partir de vários exemplos, dos quais falaremos acerca de alguns.

O primeiro exemplo é a nova concepção de verdade. As discussões em torno da verdade são diversas. Para Desidério Murcho (2007), a verdade apresenta-se de modo independente com relação ao pensamento humano. Nesse sentido, para saber se algo é verdadeiro é preciso procurar as provas ou as evidências de algo. Contudo, na era da pós-verdade, não se pode dizer nem que haja uma verdade. Não existe, nesse contexto de pós-

verdade, uma busca por uma verdade que possa ser comprovada racionalmente. O que vale, no contexto da contemporaneidade pós-verdadeira, é a verdade produzida e defendida no interior de determinados grupos que, por sua vez, cada vez mais, tornam-se menores, quase como guetos, uma vez que, no interior destes, não existe lugar para a divergência e o pensamento contraditório.

Nos grupos dos tempos de pós-verdade, não há espaço para o diálogo. O que se busca é a afirmação de determinadas crenças sendo que, tais crenças, são filtradas a partir de interesses cada vez mais específicos, por um número cada vez mais restrito de indivíduos que tornam-se curadores do que deve ou não ser acreditado e defendido como verdadeiro. A verdade produzida em época de pós-verdade é uma verdade de momento. Em tal contexto, qualquer coisa que se defenda como verdadeira, uma vez que não está atrelada a nenhuma garantia de veracidade nem às exigências da necessidade de ser comprovada, deve ser assumida por todos, daí o caráter proselitista dos defensores das ditas verdades. Contudo, essa “verdade” da pós-verdade, é volúvel, maleável, fluida. Está alicerçada na força emocional e é garantida por aquilo que Dunker (2017) chama de mais baixo (“no sentido de desleal e intimidador”) e mais alto (“no sentido de mais escrachado e chulo” (DUNKER, 2017, p.32)).

Essa verdade, da era da pós-verdade, é uma verdade da repetição, é o que Dunker chama de “dominação pelo eco” (Id., 2017, p. 32). Desse modo, trata-se de uma verdade, por sua vez, limitada à propaganda em que seu único limite de abrangência, é a capacidade de defini-la como verdade, apresentá-la e fazer os outros se convencerem de que é verdade. E tal capacidade de apresentação da verdade é otimizada pela carga emocional a ela relacionada. Nesse contexto, a era da “pós-verdade” não apresenta-se necessariamente apenas como negação da verdade, mas como condição de possibilidade de produzir uma verdade afeita aos interesses de determinados grupos e de defendê-la, independentemente das condições de sua comprovação.

A partir dessa verdade produzida sob os moldes provenientes dos interesses individuais e grupais, institui-se as categorias do dentro e do fora, do amigo e do inimigo, do bom e do mau, do que deve ser acolhido e do que deve ser excluído. Trata-se, em suma, da produção de inimigos a combater. Por exemplo, institui-se as categorias do bandido em oposição ao homem de bem; do bandido mau que mata e do homem de bem, na figura de agente de segurança, que mata o bandido, tido como homem mau; a aversão ao estrangeiro, tido como perigoso para a soberania do país; a aversão ao diferente e a negação de seus direitos como algo naturalizado; a tentativa de eliminação aos que pensam política e

economicamente de forma divergente, aglutinados sob a imagem do comunista; a visão negativa da natureza e dos recursos naturais em si, tidos como entraves ao pleno desenvolvimento econômico, os quais devem ser usufruídos, destruídos, jogados fora e tantos outros exemplos que poderiam ser colocados aqui. Institui-se o “nós” em oposição aos “outros”. No entanto, a ideia de “outro” também torna-se fluida, frágil. É sempre um “outro” em relação às crenças defendidas. Se houver o mínimo de divergência, as posições do “outro” avizinha-se do interior do grupo e acaba por incluir aqueles membros que, por divergirem, tornam-se proscritos. No fundo, cada indivíduo escuta apenas a si mesmo. Desse modo, os discursos tornam-se monólogos, é o que Dunker (2017) chama de “corrosão do diálogo”.

Ao que parece, não há, na pós-verdade, um único ideal de grupo ou uma única ideologia a ser defendida. O que existe, em tempos de pós-verdade, é a contínua produção de inimigos a ser combatidos. E o gozo, o consumo e a distribuição dependem não tanto do massacre de tais inimigos, mas da manutenção de sua existência.

A verdade que institui o dentro, como amigo e o fora, como inimigo, possibilita diversos fenômenos, dentre os quais, podemos citar, as notícias falsas (fake News), o descrédito à ciência, a exclusão de pessoas e grupos, a fabricação de heróis e mitos. Certamente, poder-se-ia acrescentar muitos outros elementos a essa lista, porém, mais importante do que isso, é analisar o modo como cada um desses elementos mantém relações entre si, tanto do ponto de vista genético quanto do ponto de vista da finalidade. Dito de outro modo, essas manifestações têm como ponto de partida comum aquilo que já foi apresentado como as características centrais da pós-verdade, a saber, a convivência com a mentira sem indignação, a fragmentação dos laços sociais, a busca de segurança emocional e a visão relativista sobre todas as coisas. Nesse sentido, fica fácil estabelecer a relação entre os quatro elementos citados.

Dado que a verdade é produzida no interior dos grupos e serve para a manutenção daquilo que é almejado pelos mesmos, não existe a necessidade de buscar referenciais científicos para a comprovação daquilo que se apregoa no plano das crenças. Em outras palavras, não é preciso provar nada, o que vale é o sentimento grupal o qual, por sua vez, garante que alguma afirmação é verdadeira ou falsa. Basta que o grupo, por menor que seja, acolha algo como verdadeiro, para que aquilo torne-se, de fato, verdadeiro. Nesse contexto, por um lado não há necessidade do método científico para comprovar o que se acredita e apregoa e, por outro lado, a ciência é tida como inimiga, quando defende aquilo que vai de encontro aos interesses das crenças.

Nesse sentido, mais do que negar a ciência de forma explícita, o que percebe-se em muitos momentos, é o evento de dar uma aparência de ciência, ou criar uma pseudociência para justificar, com suposta autoridade, aquilo que pretende-se afirmar ou então, isolar-se de qualquer contato com aquilo que pode-se dizer científico, uma vez que pretende-se ser autônomo em relação a este. É o sentimento de segurança emocional dado pelo grupo que possibilita isso.

Na esteira desse movimento, surgem as *Fake News* ou notícias falsas, as quais ancoram-se numa visão de pseudociência ou de total negação da mesma, de negação da realidade, manipulação de fatos, dados, imagens etc. O avanço das tecnologias de informação e comunicação tornou essa tarefa muito mais fácil, isto é, otimizou a potencialidade das produções e disseminações de notícias falsas. E isso está ancorado na ideia de manipulação e negação da realidade. O sentimento de segurança emocional dado pelo grupo faz com que, o próprio grupo queira defender seus ideais, sobrepondo-se à realidade.

Quando analisamos o fenômeno das *Fake News* podemos pensar em duas coisas. Em primeiro lugar, numa notícia falsa produzida, numa informação distorcida, na manipulação de um documento que possa comprometer alguém etc. Desse ponto de vista, existe aquele que produz a notícia falsa. Contudo, não parece-nos viável encontrar os agentes produtores de tais notícias para responsabilizá-los e assim, neutralizar o movimento. Isso não é possível porque o processo de produção de notícia falsa é o mesmo processo de consumo da notícia falsa e os dois, estão imbricados na distribuição do que deve ser visto como verdadeiro e do que deve ser relegado à categoria do falso. É a mesma sociedade que lê e acredita na notícia falsa, porque esta vem de encontro aos seus interesses, que cria as próprias notícias.

Embora, não seja possível negar a hipótese de escritórios especializados, como veiculados nos meios de comunicação de nossa época, a praticar o crime da produção de notícias falsas, encontrar tais sujeitos produtores não é chegar à gênese do problema. A gênese do problema está interligada às ideias distribuídas na sociedade e defendidas nos grupos, que permitem determinados tipos de leitura e determinados tipos de produção. Como dissemos anteriormente, é certo que existem grupos especializados em produzir notícias falsas. Mas, mesmo que conseguíssemos neutralizar todos esses grupos, o fenômeno continuaria, porque é um fenômeno social. É a sociedade que lê apenas o que quer, extrai da realidade apenas o que lhe interessa e investe sobre a mesma sociedade o que resta desta leitura. Nesse sentido, parafraseando Deleuze de *O anti-Édipo*, não se pode dizer que as massas são ingênuas ou desprovidas de inteligência quando elegem determinados candidatos,

adotam determinadas posturas ou apoiam determinados discursos. As massas não fazem isso por desconhecimento ou burrice. São processos agenciados que permitem tais produções no meio das massas. E tais processos, como vimos, dependem das condições materiais para existir.

Para que esse processo possa continuar, duas condições impõem-se, a saber, a eleição de heróis e de mitos e a segregação de pessoas e grupos. Como vimos, a pós-verdade não significa a rejeição de toda e qualquer possibilidade de verdade, mas uma nova conotação de verdade, que não está mais atrelada à busca de comprovação das evidências, mas ao sentimento de pertença, à segurança emocional dada pelo grupo, à defesa de determinados ideias construídos e defendidos no próprio grupo em detrimento de qualquer validação externa do comportamento e do pensamento. Esse conjunto de coisas leva à ereção de algumas figuras à categoria de herói ou mito. Trata-se de figuras de liderança que aparecem nessa sociedade da pós-verdade como aglutinadoras dos ideias mais baixos e mais altos, como defendido por Dunker (2017). Nesse contexto, a afiliação das pessoas aos ideias defendidos e aos comportamentos praticados por esses líderes tidos como heróis ou como “mitos”, não se dá por verificar a autenticidade de suas propostas nem se desconstrói por demonstrar a incongruência das mesmas. Trata-se de outro regime de filiação que, deve ser compreendido em si mesmo, a fim de ser combatido. Essa filiação às lideranças carismáticas, as quais defendem princípios que, na maioria das vezes, não concordam com nenhuma posição cientificamente válida ou moralmente aceita no plano do direito, ancora-se na exclusão de determinados grupos, tidos por inimigos. Em suma, trata-se de uma filiação a alguém ou a algo, a fim de proteger-se contra aqueles que são tidos como ameaçadores no plano externo.

Considerações finais

Como vimos, os principais elementos dos comportamentos ou das atitudes ditas “pós-verdadeiras” podem ser compreendidas a partir dos processos de produção, distribuição e consumo, como defendidos por Marx. Para Marx, tais processos ocorrem em todas as sociedades. Nesse sentido, a sociedade capitalista, como o modelo atual mais comum de desenvolvimento econômico, também é perpassada pelos referidos processos. Sendo assim, tais processos podem ser usados como elementos estruturais para a compreensão dos fenômenos que ocorrem na mesma sociedade.

Dito de outro modo, observando as pressuposições recíprocas entre consumo, distribuição e produção, tem-se as condições de analisar os diferentes movimentos que ocorrem em dado agrupamento social, num determinado momento histórico. Nesse sentido, a pós-verdade, como estamos defendendo, pode ser analisada como efeito desses processos materiais de produção, distribuição e consumo que perpassam a sociedade. Importa frisar, que os movimentos que ocorrem, dependem das condições materiais para acontecer.

É perceptível que vivemos numa sociedade que sofreu, por diversos motivos, um intenso processo de desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação. Esse é um aspecto importantíssimo para a compreensão da pós-verdade em associação com o capitalismo. As condições materiais, como por exemplo, as possibilidades de comunicação, engendraram formas diversificadas de distribuição, produção e consumo. A comunicação, no tocante ao consumo, por exemplo, cria as necessidades de consumir. E consumimos tudo: beleza, saúde, religião, educação etc. Esse desejo de consumir provoca a produção daquilo que pretende-se consumir e, por sua vez, a produção atua no sentido de fazer o produto e fazer com que a necessidade de consumir o produto também surja. A distribuição, por seu turno, atua no sentido de apontar que, só pode gozar, aquele que tem o produto, sendo que, para ter o produto, é preciso ocupar o seu lugar, o qual, por sua vez, é definido pelos processos anteriores.

Esse exemplo pode explicar outros processos que se dão no tocante à pós-verdade. As condições materiais, atreladas à ideia de comunicação virtual dá aos indivíduos e grupos, a sensação de participação, de poder falar, de influir nas decisões, de estar presente. Essas necessidades, por sua vez, são absorvidas a partir dos processos de distribuição que fazem com que as pessoas pensem que, somente quem pode participar, tem poder e tem direitos. Nesse contexto, vemos também o fenômeno da manipulação. As tecnologias permitem que imagens, áudios, documentos, notícias sejam manipuladas de modo a gerar necessidades, criar inimigos, materializar ideias. E assim, como já vimos anteriormente, a produção de verdades, distribui lugares para as pessoas e grupos de acordo com a congruência ou incongruência em relação a tais verdades produzidas e defender a verdade produzida torna-se um produto a ser feito e consumido. As pessoas desejam isso. Do mesmo modo, quando analisamos as questões dos inimigos criados para serem combatidos percebemos uma distribuição que se dá entre aqueles que estão dispostos a combatê-lo e aqueles que se recusam a fazê-lo, os quais tornam-se, por participação, também inimigos. O gozo ou o consumo, nesse contexto, seria ver o inimigo a ser destruído, muito mais do que combatê-lo.

Dois exemplos podem nos ajudar a explicitar essa relação entre capitalismo e seus processos e a pós-verdade. O primeiro deles é a religião. Observa-se em muitos lugares, como por exemplo, católicos conservadores, católicos carismáticos, protestantes tradicionalistas, evangélicos etc. os mesmos princípios que, apesar das diferenças de práticas, ritos e crenças, permitem analisa-los num mesmo conjunto. Tais grupos, por diversos métodos e instrumentos, apelam para a emoção seja pelo prazer da música, da euforia, seja pelo apelo ao medo, seja pelo apelo às lembranças dolorosas, condições materiais desfavoráveis, doença ou pela junção de tudo isso, de modo que as pessoas que se juntam a esses grupos, o fazem em virtude dos investimentos emocionais que incidiram sobre elas e pela liderança exercida pelas figuras carismáticas sobre suas condutas. Em suma, a pessoa faz uma experiência emocional marcante e essa experiência é retroalimentada o tempo todo quer pela repetição dos estímulos, quer pela modificação dos estímulos e tudo isso a partir das figuras centrais, que são as lideranças. Por sua vez, tais lideranças, investem sobre os indivíduos por meio da ereção de inimigos, da promulgação de regras morais rígidas as quais, por seu turno, estão alinhadas a promessas futuras que são estimuladas por meio de experiências de sucesso, os ditos “testemunhos”.

O que temos aqui? Uma produção de desejos (repetir a experiência inicial), ligada ao consumo de uma verdade (o inimigo a combater) que, por sua vez, distribui indivíduos e “bênçãos” de acordo com o lugar que cada indivíduo ocupa no combate proposto. Seguir o líder, suas regras, seus exemplos e os testemunhos dados, é o único meio de gozar aquilo que se pretende. O interessante é que, os discursos se repetem indefinidamente e as pessoas, investidas pelos mesmos, são de tal modo imergidas nesse agenciamento de coisas, que elas passam a desejar a mera repetição do processo, sem considerar a possibilidade ou impossibilidade de chegar à meta pretendida. O que vale é fazer o grupo acontecer ou manter o movimento e isso equivale a combater o que tem de ser combatido.

Vendo as coisas por esse ângulo, talvez seja possível perceber as motivações de determinados grupos quando, por exemplo, elegem determinados líderes políticos sob motivação do discurso religioso. Nesse contexto, o esforço de relacionar o discurso do grupo religioso com as evidências de verdade não logram êxito. Os indivíduos que aí estão não consideram as mesmas coisas, não têm o mesmo ponto de vista dos observadores externos. Eles estão imbricados num movimento dialético que, como vimos, pode ser expressado pelos processos de produção, distribuição e consumo.

O segundo exemplo são os meios de comunicação ou meios midiáticos. E aqui, podemos distinguir entre as mídias que produzem notícias e aquelas que produzem propagandas. No segundo caso, parece mais fácil perceber a relação com os processos do capitalismo. A propaganda cria a necessidade do consumo e o consumo cria o produto que deve ser produzido, os indivíduos consumidores e a distribuição dentro do consumo. A relação entre a propaganda e a pós-verdade também é fácil. Como vimos, a pós-verdade atua no sentido de divulgar determinadas ideias, independentemente das relações que podem ser estabelecidas entre estas e as referências de verdade. A propagação, a divulgação em massa, a repetição, o ponto de vista focado etc. é o que faz a pós-verdade ter êxito. E todos esses, são elementos da propaganda. Porém, a propaganda, em tempos de pós-verdade, investe sobre a produção de notícias, mesmo daquelas que, aparentemente, são verdadeiras. E isso acontece de várias formas, por exemplo, quando determinado telejornal enfatiza determinados aspectos de alguns fatos em detrimento de outros ou mesmo quando fazem associações entre fatos que, necessariamente, não estão ligados, de modo a criar a falsa impressão de ligação entre os mesmos. É o fenômeno da manipulação da notícia, o que não deixa de ser *Fake News*, se entendermos *Fake News* não como uma notícia necessariamente falsa, mas como a utilização forçada da mesma em determinados contextos.

É preciso considerar que a pós-verdade não é um movimento. Dela, não participam apenas algumas pessoas que, por opção livre ou alienada envolvem-se em suas estruturas. A pós-verdade é um efeito dos modos de produção da sociedade atual. A questão que se impõe é perceber o que é da pós-verdade em cada pessoa, grupo, atitude, indivíduo e o que é contestação a ela. Mais do que eleger determinados alvos como sendo pós-verdade em comparação a outros que não seriam, é preciso considerar que esse fenômeno atua em todos os lugares o tempo todo sendo, como defendemos, efeito do capitalismo.

Referências bibliográficas

- D'ANCONA, Matthew. *Pós-verdade: as novas guerras contra os fatos em tempos de fake news*. Trad. Carlos Szlak.- 1. ed. – Barueri: Fato Editorial, 2018.
- DELEUZE, G.; Félix Guattari. *O anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia 1*. Tradução Luiz B. L. Orlandi. São Paulo: Editora 34, 2011.
- DUNKER, Christian. “Subjetividade em tempos de pós-verdade”. In. DUNKER, C. et. All [Org.]. *Ética e pós-verdade*. Porto Alegre: Dublinense, 2017.
- MARX, K. *Grundrisse*. Tradução Mario Duayer, Nelio Schneider. – São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2011 [1857-58].

MURCHO, Desiderio. “Verdade”. In. REIS-SÁ, Jorge [Org.]. *A minha palavra favorita*. Portugal: Centro Atlântico, 2007.

ZIZEK, Slavoj. *Como ler Lacan*. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.