



*Muscular*, 2016  
Silicone, fiberglass and gauze  
160 x 285 x 130 cm  
© Anish Kapoor. All rights reserved DACS/SAVA 2020

Luciana Coelho\*

## O longo eco das distopias

*Como o insulamento dos indivíduos por redes sociais em grupos de iguais promoveu a radicalização de crenças, medos e expectativas, e atrofiou a capacidade de escuta.*

As mulheres vestidas com longas capas vermelhas e um típico chapéu de imensas abas brancas que evoca, ao mesmo tempo, a indumentária de seitas protestantes do século XIX e os antolhos de um cavalo começaram a encher as ruas de Filadélfia. Era julho de

2018, e Mike Pence – vice-presidente norte-americano conhecido por suas visões radicais contrárias aos direitos reprodutivos femininos – faria uma visita à cidade.

Os protestos evocando as escravas reprodutoras de *O conto da aia* (*The handmaid's*

*tale*) – romance publicado pela canadense Margaret Atwood em 1985 para criticar totalitarismos, e vertido em série de TV quando esses fantasmas voltam a nos rondar – multiplicaram-se por cidades tão distintas como Nova York e Montgomery (no Alabama), e, com outros alvos, Buenos Aires, Dublin, Londres e São Paulo.

Pacíficas e resolutas, essas manifestações e suas repetições têm sido a expressão mais eloquente e o chamariz mais *pop* para a exacerbção de conflitos identitários como um dos reflexos de uma polarização política que se acirra.

Atwood, em entrevista recente ao jornal norte-americano *The New York Times* realizada por Alexandra Alter em 5 de setembro 2019, por ocasião do lançamento de uma sequência temporária para sua obra, afirmou que a sina esperada para *O conto da aia* (Atwood, 1985/2006) seria a de ser esquecido como um livro de época, e assim os alertas que ela emite no romance – em um momento em que a Guerra Fria ainda preocupava e a Cortina de Ferro se mantinha em grande parte intacta –, provar-se-iam errados. “Mas”, conclui, “não foi assim que a história andou” (5 de setembro, 2019).

De fato, não foi. Nunca foi e nem há indícios de que em algum momento será. George Orwell, ele mesmo criado na ascensão e triunfo de totalitarismos, já fizera alertas similares no seminal *1984*, publicado em 1949 (Orwell, 1949/2009); Cinquenta anos antes, em 1899, fora H. G. Wells com *O dorminhoco* (1899/2017), que só recentemente ganhou uma edição brasileira, a soar o mesmo alarme.

Mais do que os livros em si, a constante repetição temática da opressão e do totalitarismo – que ganhou a roupagem de “distopia” no século passado, mas que pode retroceder até o início do teatro e da literatura – deveriam ser levados mais a sério por estudiosos, politólogos, sociólogos, agentes políticos e eleitores, inclusive.

Neste momento, a confluência de nacionalismos emergentes que se nutre de uma espé-

cie de *sebastianismo*<sup>1</sup> mal curado, e se alastra pelos países do Ocidente como uma seita de dogmas e reações em matilha (viscerais), não é casual, inédita e tampouco é uma inflexão.

Aqueles que a promovem, seja qual for seu pólo no espectro político, sabem que sempre haverá uma fatia da população que estará disposta a aceitar respostas simplistas que corroborem seus credos ou aspirações pessoais. Assim, a religião, mais frequentemente no Oriente, mas também no Ocidente, não raro é usada como lastro por autocratas, e outros que precisam convencer seu séquito, de que o que querem e propõem é bom.

Se há nessa história um elemento novo – ou, vá lá, recauchutado – é o uso de um instrumento de comunicação de massa mais eficaz do que os que o precedem para disseminar ideias para os grupos mais afeitos a endossá-las; as redes sociais e, especialmente, os aplicativos de mensagem.

Blindados de tudo que lhes é externo (contestações, dúvidas, críticas, opiniões dissonantes ou mesmo contexto), elas cimentam crenças políticas como uma eficiente câmara de ressonância.

Dessa forma, os grupos se tornam cada vez mais estanques, e cada possibilidade de troca com o quem vem do outro – com o que diverge – torna-se atrito e confronto.

É visível essa tendência nos ciclos eleitorais mais recentes na Europa, nos Estados Unidos e na América Latina.

De acordo com um estudo publicado em setembro deste ano pela Universidade de Oxford e conduzido por Philip Howard – diretor do Instituto de internet de Oxford (OII, por suas siglas em inglês) –, e pela pesquisadora Samantha Bradshaw, a partir de análises quantitativas e qualitativas a manipulação político-

1. O sebastianismo foi uma crença ou movimento profético que surgiu em Portugal, em fins do século XVI, como consequência do desaparecimento do rei D. Sebastião na Batalha de Alcácer-Quibir, em 1578. Uma vez que não havia um corpo, acreditava-se que D. Sebastião voltaria para salvar o Reino de Portugal de todos os problemas desencadeados após seu desaparecimento.

\* Jornalista do jornal *Folha de S. Paulo* (São Paulo, Brasil).

eleitoral de forma coesa e organizada mais do que dobrou no mundo de 2017 para cá.

Desde então, pelo menos setenta países, segundo o estudo, foram palco de disseminação generalizada de propaganda online apócrifa com fins de manipular a opinião pública, ou seja, propaganda que não se coloca claramente como anúncio eleitoral, mas que visa mover pontos sensíveis da opinião pública tocando em questões subjacentes a determinados grupos.

Não se trata de movimento espontâneo. Em ao menos 25 desses países, o estudo detectou a contratação de empresas especializadas em comunicação estratégica, do tipo que usa algoritmos de redes sociais para predefinir grupos específicos.

O fenômeno se disseminou por regimes autocráticos, que usam o bombardeio de mensagens online, sobretudo para manipular informações e suprimir a dissidência (Rússia, China, Venezuela e Arábia Saudita são exemplos disso). Mas também marcou os ciclos eleitorais recentes de 45 democracias.

O Brasil está entre os países citados pelos autores no mapa que eles chamam de *a ordem da desinformação mundial*, com o Whatsapp – meio muito popular também na Índia e na Indonésia –, o YouTube, e o Facebook apontados como as principais plataformas utilizadas no país para a disseminação de desinformação.

Chama a atenção ainda a prevalência da disseminação de mensagens falsas por *contratantes particulares*. Em outros lugares, os disseminadores principais são os Estados, as organizações sociais, os partidos políticos e os indivíduos formadores de opinião; enquanto no Brasil, no México, nos Estados Unidos, na Guatemala e no Bahrein, além da Índia, são os indivíduos e as empresas, de forma velada, que pagaram pela campanha de desinformação com forte atuação de *robôs* de compartilhamento.

Em circuitos fechados – comunidades online, sejam elas conectadas via aplicativos de mensagens ou rede social convencional, nos quais se pensa receber a mensagem de um conhecido ou de semelhante em termos de iden-

tidade ideológica, religiosa ou social – a propaganda e as mensagens falsas reverberaram sem serem confrontadas com outras fontes ou versões. Sem possibilidade de questionamento, ou de defesa daqueles colocados como *inimigos*.

Um dos comportamentos identificados no estudo de Oxford é exatamente o ataque e a desmoralização daqueles que tentassem questionar a mensagem central difundida. Outras táticas percebidas foram: a difamação de oponentes, o estímulo à polarização e o diversionismo.

E, entre as técnicas, estão a tentativa de desacreditar o jornalismo profissional a fim de criar confusão e dúvida, e o intenso bombardeio de uma mensagem em dadas plataformas, muitas vezes usando *hashtags* que se igualam aos antigos *slogans* e palavras de ordem para açular o público e criar uma ideia de que aquela é a opinião da maioria, do bando.

Note-se que isso só foi possível porque, em todos esses países e por variadas razões, havia um público ávido por essas mensagens mentirosas que confirmassem suas crenças e medos. O mesmo público que os algoritmos de programação das redes sociais, nas quais todos nós deixamos tanto de nossas informações e características, são capazes de esquadrihar.

Assim, a prevalência de uma mensagem única e inequívoca, entre os grupos políticos que emergiram insatisfeitos com seu quinhão nas décadas de avanço da globalização, é a marca mais resistente dessa nova onda de desinformação; e a cacofonia em que se transformou o debate político nos países onde atualmente é possível tê-lo serve apenas para amplificar a mensagem de cada um desses grupos dentro deles próprios.

Para evitar adentrar polêmicas brasileiras, este texto vai se ater ao caso americano, com o êxito de Donald Trump, um tema já bastante comentado, mas ainda assim válido para ser observado como exemplo concreto.

Trump, um milionário nova-iorquino oriundo do mercado imobiliário e do *showbiz*, poderia ser facilmente tomado como um progressista por suas origens e modos. No entan-

to, soube capturar esse descontentamento latente daqueles que não enxergaram benefício próprio nos anos sob o governo do democrata Barack Obama que coincidiram – também por causa de Obama, mas não apenas por isso – com anos de ascensão chinesa e reenquadramento da influência russa.

Com um vocabulário enxuto e uma retórica repetitiva, de bordões, Trump construiu sua escalada em cima daqueles que estavam descontentes com o lugar americano no mundo, ou mesmo com seu próprio lugar em um país mais diverso e progressista. Esses, logo, prontificaram-se a ecoá-la em uma aposta motivada, mas pouco embasada, em um não político para lhes trazer soluções mágicas.

As redes sociais se encarregaram de entregar a mensagem aos destinatários corretos e a potencializá-la, nem sempre usando meios legítimos.

Essa crença na força nacional e a satanização da política como meio, por paradoxais que soem, parece uma característica até então pouco vista. O Estado é rejeitado, ao mesmo tempo em que governantes aos quais se conferem superpoderes (e entre os setores mais radicalizados, infalibilidade) movem multidões à esquerda e, hoje, sobretudo à direita.

Certamente, o desalento capturado e usado por Trump já podia ser visto em grupos organizados dos dois lados do espectro.

O *Occupy Wall Street*, movimento que tomou praças e ruas de grandes cidades norte-americanas no início desta década para protestar contra um sistema que perpetua a desigualdade social, a própria Primavera Árabe no Oriente Médio – apesar de suas especificidades e do mérito de brotar entre ditaduras e autocracias – e, em menor escala, os protestos de 13 de junho no Brasil, – todos genuínos em sua origem e intento – descarrilaram o processo político tradicional ao rejeitar o diálogo com o *inimigo* (no caso, todos os políticos).

Quem mais rápido se passasse como parte desse grupo e conseguisse imprimir suas ideias à mensagem da vez ganharia facil-

mente seu apoio. Ou, em outros casos, quem esperasse que a plena horizontalidade no comando desses movimentos espontâneos culminasse em caos, e impedisse qualquer objetivo desses grupos de avançar, também tomaria seu espaço advogando por um suposto *bem* maior.

Nesse ambiente, a disputa pela superioridade moral também ganhou uma escala inédita desde a Guerra Fria. Se os anos 1990 e 2000 viram a *terceira via* emergir e falhar, esta década testemunhou a ascensão de uma retórica de rechaço à conciliação. *Nós* não somos uma opção melhor que eles; *nós* somos a única opção possível diante de tamanha degeneração.

Para isso, é preciso lançar mão de uma guerra de valores, porque só ela – e não uma argumentação lógica – seria capaz de sustentar o fanatismo necessário para manter esses séquitos. É preciso que as pessoas criem que seus valores são mais justos, que seus objetivos são mais nobres, que sua cartilha, a mais benéfica.

Guardadas as diferenças nos meios, não é uma diretriz tão diferente daquela empregada com sucesso por organizações terroristas religiosas e suas promessas do reino dos céus.

Essa guerra de valores tampouco pode se resumir a ideias intangíveis. Ela necessita ser personificada para que haja figuras a satanizar; ela precisa ser reduzida a traços e a determinadas condições humanas para que haja um alvo no qual mirar. Assim, esse fanatismo político se alimenta também de achques e assassínatos de caráter.

Quando disputava a presidência em 2016, Donald Trump tomou mais tempo criticando e atacando valores que atribuiu à sua adversária, Hillary Clinton, e ao seu antecessor e patrono da candidatura rival, Obama, do que apresentando propostas de governo ou questionando os planos desses adversários.

Hillary, no seu discurso, era *corrupta*; Obama, nem sequer o título de norte-americano merecia (foi questionando o local de nascimento do democrata que o atual presidente conseguiu ganhar espaço político). Isso foi preciso

para manter a coesão do séquito e atrair insatisfeitos incautos, mexer com brios, tocar valores, criar rejeições pessoais baseadas em supostos critérios morais, ainda que tudo evidencie que a moralidade, no caso de Trump, é frágil.

Na falta de inimigos realmente externos, como aqueles que rondavam o país na Guerra Fria, era preciso fazer com que o adversário doméstico se tornasse o “outro”, o “alien”, o diferente de nós.

Além disso, o nova-iorquino Trump, empresário bem-sucedido, precisava que partes da população pouco identificadas com ele se sentissem representadas por suas bandeiras.

Nada mais eficaz que mimetizar seus valores religiosos e sociais, tirando a garantia dos direitos de minorias; unindo-se aos ultrac conservadores na perseguição aos direitos reprodutivos (e daí as figuras vestidas de vermelho do início deste texto, evocando um romance no qual as mulheres são relegadas à função de seu útero); diminuindo a ciência, a arte, o intelectualismo e a produção acadêmica.

Ressurgiam, assim, o que os americanos chamam de *guerras culturais*, propaladas pelo mesmo partido de Trump nos anos 1980 e 1990 e calibradas de novo agora para uma era de estridência e fluxo de comunicação constante.

Essa tática foi rapidamente imitada por outros políticos e mostrou-se bem sucedida. Não se sabe, contudo, por quanto tempo.

À parte arrependimentos pessoais de eleitores dos dois lados do Atlântico, a primeira fissura real dessa nova onda política apareceu no processo do *Brexit*; o divórcio britânico da União Europeia pelo qual o Reino Unido votou em peso, e surpreendeu o mundo em junho de 2016.

Passados mais de três anos do plebiscito que o definiu, o *Brexit* é amplamente rejeitado segundo as pesquisas de opinião no Reino Unido, restando uma pequena fatia de seguidores linha-dura para apoiá-lo.

O mais firme desses defensores, Boris Johnson, dadas as peculiaridades do sistema britânico, acabou alçado a primeiro-ministro após

a queda de sua correligionária menos radical, Theresa May. Ele também não parece capaz de solucionar a equação, que agora é um problema gigantesco que arrisca consequências econômicas bastante negativas. Isso não representa um fracasso do Partido Conservador como um todo, mas a inoperância das propostas defendidas até agora mostram que o que foi prometido aos eleitores em 2016 era, como tantas coisas ditas nos palanques, uma quimera.

Se essa fissura se abrir de forma mais ampla, embora a reversão do processo do *Brexit* seja neste momento impossível, ela poderá ser suficiente para abalar outras convicções políticas.

Um evento importante para entender se há ou não um esmorecimento em curso será a eleição presidencial americana do próximo ano, onde se deve observar: 1. Se Donald Trump se reeleger; 2. Caso ele não se reeleja, se a vitória irá para alguém que represente crenças igualmente inabaláveis, mas com outro sinal político.

Se ambas as respostas forem não, o efeito dominó possivelmente se estenderá além do território americano, podendo, inclusive, atingir antípodas políticas que se utilizam dos mesmos recursos retóricos; caso do venezuelano Nicolás Maduro que mantém com Trump um jogo de espelho no qual recorre a táticas bem mais brutais.

Caso comprovado, o enfraquecimento da atual onda de nacionalismos de tendência autocrática em maior ou menor grau não significa, contudo, que o mundo se livrou desse tipo de seita. A longa crise econômica por vir deve alimentar outras crenças, outros descontentes, outros líderes com senso de oportunidade.

Assim como a onda literária e dramaturgicamente de distopias, que ressurgem de tempos em tempos na forma de alertas a assombrar-nos com seus grandes irmãos e suas aias humilhadas, elas parecem ser cíclicas, vicejando na nossa insistência de não aprender e de nos recusarmos a entender “o outro”, de nos crermos melhores, também, que nossos antepassados.

Não por acaso, são pernas do mesmo fenômeno.

Uma nota de mea-culpa cabe aqui quanto à ideia de superioridade moral. Também nós, responsáveis por discutir e propagar ideias, nos arrogamos essa condição. Também os que esmiuçamos problemas com um olhar jornalístico, artístico ou acadêmico, temos dificuldade em compreender “o outro” e em conferir-lhe as mesmas capacidades decisórias que conferimos a nós mesmos e aos nossos iguais.

## Referências

- Alter, A. (5 de setembro 2019). “I’m too old to be scared by much”: Margaret Atwood on her “Handmaid’s Tale” sequel. *The New York Times*. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/2019/09/05/books/handmaids-tale-sequel-testaments-margaret-atwood.html>
- Atwood, M. (2006). *O conto da aia*. A. Deiró (trad.), Rio de Janeiro: Rocco. (Trabalho original publicado em 1985).
- Orwell, G. (2009). *1984*. H. Jahn e A. Hubner (trad.), São Paulo: Companhia das Letras. (Trabalho original publicado em 1949).
- Wells, H. G. (2017). *O dorminhoco*. A. Diniz (trad.), São Paulo: Carambaia. (Trabalho original publicado em 1899).