

A pandemia da COVID-19, as *fake news* e o laço social das cibermassas

The COVID-19 pandemic, fake news, and the social bond of cybermasses

La pandemia de la COVID-19, las fake news y el lazo social de las ciber masas

La pandémie de la COVID-19, les fake news et le lien social des cybermasses

 10.5020/23590777.rs.v25i3.e14245

José Antonio Martinuzzo  

Professor Titular da Universidade Federal do Espírito Santo, Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, Pós-doutorando em Psicanálise pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Vinicius Anciães Darriba  

Professor Associado da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Doutor em Teoria Psicanalítica pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Resumo

Em uma *fake news* acerca da extensão da pandemia da COVID-19, uma usuária do *Twitter* (“@Thaclaroquina”), em maio de 2020, identificou-se como “católica, conservadora, anti-esquerda e robô do Bolsonaro com CPF”. “Robô com CPF” parece ser a simbolização inequívoca de um fenômeno que marca a contemporaneidade: a alienação subjetiva ao laço social mediatizado nos ciberterritórios das redes sociais, dinamizados por *fake news*. Este artigo relata o percurso e as principais observações de uma pesquisa para averiguar a economia do fenômeno das notícias falsas, desvelando marcas da subjetivação e da intersubjetivação na digitalidade. A hipótese é a de que, na contingência da era “pós-fática”, as *fake news* se constituem como fatores de enlaços sociais, conformando o que se nomeia de “cibermassas”, atualizando, ao século XXI, um fato de extensa paginação histórica. Como *corpus* de estudo, foram selecionadas 62 (sessenta e duas) averiguações de notícias falsas sobre a pandemia do novo coronavírus, feitas pelo “Projeto Comprova”, iniciativa de jornalismo colaborativo que investiga conteúdos “falsos” ou “enganosos” que viralizam nas redes. As análises se guiaram pelo referencial teórico da psicanálise, em especial pelos chamados “textos sociais” de Sigmund Freud, além disso, pela literatura da comunicação social.

Palavras-chave: psicanálise, COVID-19, pandemia, *fake news*, cibermassas.

Abstract

In a piece of *fake news* about the extent of the COVID-19 pandemic, a Twitter user (“@Thaclaroquina”) identified herself in May 2020 as “Catholic, conservative, anti-left, and Bolsonaro’s robot with a CPF [Brazilian Individual Taxpayer Registry].” “Robot with a CPF” appears to unequivocally symbolize a phenomenon that characterizes contemporary society: subjective alienation within the mediatized social bond in the cyberterritories of social media, fueled by *fake news*. This article reports the research process and its main observations in examining the economy of the *fake news* phenomenon, revealing markers of subjectivation and intersubjectivation in digitality. The hypothesis is that, within the contingencies of the “post-factual” era, *fake news* functions as a factor in the formation of social bonds, giving rise to what are termed “cybermasses” and bringing into the 21st century a phenomenon with a long historical trajectory. The study corpus comprised 62 fact-checks of false news about the novel coronavirus pandemic conducted by Projeto Comprova, a collaborative journalism initiative that investigates “false” or “misleading” content that goes viral on social media. The analyses were guided by the theoretical framework of psychoanalysis, particularly Sigmund Freud’s so-called “social texts,” as well as by the literature on social communication.

Keywords: psychoanalysis, COVID-19, pandemic, *fake news*, cybermasses.

Resumen

En una fake news acerca de la extensión de la pandemia de la COVID-19, una usuaria de Twitter (“@Thaclaroquina”), en mayo de 2020, se identificó como “católica, conservadora, anti izquierda y robot de Bolsonaro con CPF”. “Robot con CPF” parece constituir la simbolización inequívoca de un fenómeno que marca la contemporaneidad: la alienación subjetiva al lazo social mediatizado en los Ciber territorios de las redes sociales, dinamizados por fake news. Este artículo presenta el recorrido y las principales observaciones de una investigación destinada a examinar la economía del fenómeno de las noticias falsas, revelando marcas de subjetivación e intersubjetivación en la digitalidad. La hipótesis sostiene que, en la contingencia de la era “post- fáctica”, las fake news se constituyen como factores de vínculos sociales, configurando lo que se denomina “Ciber masas”, actualizando para el siglo XXI un fenómeno de extensa trayectoria histórica. Como corpus de estudio, se seleccionaron 62 (sesenta y dos) verificaciones de noticias falsas sobre la pandemia del nuevo coronavirus, realizadas por el “Projeto Comprova”, iniciativa de periodismo colaborativo que investiga contenidos “falsos” o “engañosos” que se viralizan en las redes. Los análisis se orientaron por el referencial teórico del psicoanálisis, en especial por los llamados “textos sociales” de Sigmund Freud, además de la literatura de la comunicación social.

Palabras clave: psicoanálisis, COVID-19, pandemia, fake news, ciber masas.

Résumé

Dans une fake news sur l'ampleur de la pandémie de COVID-19, une utilisatrice de Twitter « (@Thaclaroquina) », en mai 2020, s'est identifiée comme « catholique, conservatrice, anti-gauche et robot de Bolsonaro avec un CPF ». « Robot avec CPF » semble être la symbolisation sans équivoque d'un phénomène qui marque la contemporanéité : l'aliénation subjective au lien social médiatisé dans les cyberterritoires des réseaux sociaux, dynamisés par fake news. Cet article retrace le parcours et les principales observations d'une recherche visant à examiner l'économie du phénomène des fausses nouvelles, en dévoilant des marques de la subjectivation et de l'intersubjectivation dans la digitalité. L'hypothèse est que, dans le contexte de l'ère « post-factuelle », les fake news constituent des facteurs de lien social, configurant ce que l'on appelle des « cyber masses », actualisant, au XXI^e siècle, un fait d'une vaste pagination historique. Comme corpus d'étude, 62 (soixante-deux) enquêtes sur des fausses nouvelles concernant la pandémie du nouveau coronavirus, menées par le « Projeto Comprova », une initiative de journalisme collaboratif qui enquête sur des contenus « faux » ou « trompeurs » devenus viraux sur les réseaux sociaux, ont été sélectionnées. Les analyses se sont appuyées sur le cadre théorique de la psychanalyse, en particulier sur les « textes sociaux » de Sigmund Freud, ainsi que sur la littérature en sciences de la communication.

Mots-clés : psychanalyse, COVID-19, pandémie, fake news, cibermasses.

A modernidade (Bobbio et al., 2002) constituiu os fatos e a fatualidade como fundamentos de laços sociais mais diversos, da economia à ciência. Inventou-se, até mesmo, uma narrativa específica à divulgação do factual: a notícia. O texto noticioso foi, inclusive, a base para a formação de um verdadeiro campo social (Bourdieu, 1997), o do jornalismo, no século XIX.

A atualidade, também nomeada “pós-modernidade” (Jameson, 2000), apresenta novidades na seara dos laços sociais, estabelecendo os “fatos alternativos”, âncora do que se denomina “era da pós-verdade” ou “era pós-fática” (Gabriel, 2022). Nesse sentido, o texto que tece as percepções sociocultural, econômica e política foi batizado de *fake news*, ou notícia falsa – que, simulando os marcos narrativos da secular notícia, busca se apropriar, por similitude, de sua simbólica autoridade discursiva.

Sob o véu da racionalidade e do cientificismo, os fatos e as notícias factuais, por meio do jornalismo, mobilizaram a civilização ocidental nos últimos séculos. Na contemporaneidade, especialmente nas ciberterritorialidades, “fatos alternativos” e *fake news* vêm se incrementando como agregadores sociais. Nesse contexto, a pandemia da COVID-19 esteve no epicentro da agenda das *fake news*.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) caracterizou, em 11 de março de 2020, a COVID-19 como uma pandemia: “O termo ‘pandemia’ se refere à distribuição geográfica de uma doença e não à sua gravidade”. Com isso, a OMS reconheceu a existência de “surto de COVID-19 em vários países e regiões do mundo” (Câmara Municipal de Barra do Rocha, 2022).

Em 11 de março de 2022, ao completarem-se dois anos de pandemia, período que também encerra o *corpus* deste artigo, os infectados eram cerca de 500 milhões no mundo, com 6 milhões de mortes, segundo a OMS (Nações Unidas Brasil, 2022). No Brasil, o Ministério da Saúde informava, também no dia 11 de março de 2022, que o país tinha “654.086 óbitos POR COVID-19 e 29.249.903 casos registrados do novo coronavírus” (Ministério da Saúde, s.d.).

Nesse cenário, uma pesquisa da Avaaz (2020) mostra a incidência das *fake news*, impactando a percepção e influenciando comportamentos. O levantamento indica que, já nos primeiros meses da tragédia global, nove, em cada dez brasileiros, tinham recebido pelo menos uma informação falsa sobre o novo coronavírus, e sete, em cada dez, acreditaram em ao menos um conteúdo baseado na desinformação acerca da doença. A Avaaz definiu a desinformação como “informação verificável como falsa ou enganosa que tem potencial de causar dano ao público, como enfraquecer a democracia ou prejudicar a saúde pública”. Aqui, utiliza-se o termo *fake news* a partir de sua tradução literal do inglês, isto é, “notícias falsas”, tendo em vista que, até pela novidade do significante, visto que ele não tem uma unanimidade conceitual.

Vale ressaltar que o Brasil atravessou os anos críticos da pandemia da COVID-19, incluindo o período analisado por esta pesquisa, sob o governo do presidente Jair Messias Bolsonaro (2019-2022). Ele foi um propagador de *fake news* e teses negacionistas, conforme aqui averiguado.

“Eu não sou coqueiro”. Essa e outras considerações feitas em público pelo então presidente Jair Bolsonaro, quando confrontado sobre as ações do Executivo e a mortalidade em decorrência da pandemia, bem simbolizaram a performance do governo brasileiro à época.

A militarização do Ministério da Saúde, as pregações anticiência, as críticas ferrenhas a recomendações da OMS (uso de máscara, isolamento social etc.), os entraves à viabilização da vacinação, a recomendação de tratamentos sem lastro científico, entre outras ações encampadas por Bolsonaro tornaram ainda mais dramáticas e graves a contingência da COVID-19 no Brasil.

Foram atitudes e discursos políticos perversos – porque não conformados com a realidade. Constituíram-se no contexto de politização da questão sanitária, segundo os fundamentos do extremismo de direita, que varre o planeta e do qual Jair Bolsonaro é um dos maiores expoentes.

A corrosão da democracia e a erosão do tecido social são parte dessa vertente política, também dinamizada pelo negacionismo científico e pela negação da verdade factual como um laço relevante à cidadania republicana e à dignidade humana.

Em análise do fenômeno, inclusive citando o Brasil de Bolsonaro, Harari (2024, p. 348) considera que, “quando os cidadãos não conseguem mais conversar entre si e quando se veem mais como inimigos do que como rivais políticos, a democracia fica insustentável”.

Harari, ao tratar dos bolsonaristas e de outros, assim pondera: “Em suas versões mais radicais, o populismo postula que não existem verdades objetivas e que cada um tem ‘sua própria verdade’, que brande para derrotar rivais. Segundo essa visão de mundo, o poder é a única realidade”. Essas “próprias verdades” estão no centro da formação das cibermassas, articuladas em torno de *fake news*, como aqui se investiga.

Método e Percurso

Sob a ótica dos “textos sociais de Freud”, a partir da teoria psicanalítica, a pesquisa se estruturou para oferecer um olhar acerca do fenômeno das *fake news*, contemplando tanto aspectos de sua contingência histórica quanto de sua constituição midiática (narrativa, circulação, recursos etc.), circunscrito ao contexto da pandemia do coronavírus (COVID-19).

O trabalho investigativo se desenvolveu pelo método indutivo, o que, segundo Marconi & Lacatos (2010, p. 68), “é um processo mental por intermédio do qual, partindo-se de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal”. Quanto às técnicas, recorreu-se à documental e à bibliográfica. A pesquisa documental lança mão de “fontes escritas ou não, fonte primárias ou secundárias, contemporâneas ou retrospectivas” (Marconi & Lacatos, 2010, p. 159). A pesquisa bibliográfica, por seu turno, “abrange bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo (Marconi & Lacatos, 2010, p. 166).

No objeto de estudo estão contidas as verificações de conteúdos, classificados como “enganosos” e “falsos”, realizadas pelo Projeto Comprova (Projeto Comprova, s.d.). Essa iniciativa de jornalismo colaborativo, formada por quarenta veículos jornalísticos brasileiros, investiga a veracidade de narrativas suspeitas que viralizam nas redes sociais digitais, incluindo a temática da COVID-19. Em dois anos, desde a primeira verificação, em 25 de março de 2020, do início da pandemia até 25 de março de 2022, já com o enfrentamento por meio de vacinas e de medidas de relaxamento de restrições, o Projeto Comprova totalizou cerca de 344 análises de conteúdos falsos e enganosos sobre a pandemia, com circulação massiva nas redes.

Para este estudo, o recorte contemplou as verificações relativas aos meses de maior circulação de *fake news* nos anos incluídos no período: maio de 2020 (25 conteúdos de desinformação), junho de 2021 (22) e fevereiro de 2022 (15). Ao todo, são 62 conteúdos em análise, cobrindo as fases de “eclosão” da doença, de “vacinação” e de “arrefecimento” da pandemia.

No exame desse *corpus*, buscaram-se respostas às seguintes questões: o que o discurso das *fake news* oferta para viralizar nas redes sociais digitais? Qual a especificidade da narrativa que forma um contingente por laço na ciberterritorialidade das redes sociais digitais? Assim, o propósito foi identificar fundamentos, características (mídias/plataformas usadas; classificações, como “enganoso/falso”; significantes-chave e associados; concepções de enlace; veiculador; enunciador e engajamento apurado), intencionalidades e estratégias discursivas das *fake news* sobre a pandemia da COVID-19, de forma a se delinear um olhar sobre a economia das *fake news* como agente de massificação na atual sociabilidade midiaticizada.

A hipótese é a de que a viralização de *fake news* nos ciberterritórios se manifesta como um novo tipo de artifício para a constituição de massas, atualizando esse fenômeno, comum aos processos históricos. Na atualidade, estar-se-ia testemunhando a formação de massas midiaticizadas, ou cibermassas, amalgamadas em torno de enunciadores e/ou narrativas de notícias falsas. As *fake news* conformariam, desse modo, um artifício gregário, a partir de respostas e posicionamentos indubitáveis, em tempos de desprestígio do paradigma racional-cientificista, de vertigem informacional e do sentimento de desamparo potencializado pela ética neoliberal e pelo trágico de uma pandemia mortífera. Nessa perspectiva, as *fake news* ensejariam a manipulação de vários afetos, tais como medo, amor, ódio, colocando-se como elementos galvanizadores de massas midiaticizadas. Colocar-se-iam como fatores gregários, em meio à percepção vertiginosa de desamparo estrutural na contingência dessa “modernidade líquida” (Bauman, 2021) midiaticizada e, por ora, afetada por uma pandemia.

O estudo do fenômeno das notícias falsas apresenta-se como essencial para se compreender a era de quebra de paradigmas organizadores da modernidade, assim como a fundamentação dos laços sociais hodiernos, notadamente eivada por radicalismos, extremismos e intolerâncias, em especial nos ciberterritórios. Essa relevância se incrementa no tempo da mortalidade, em níveis planetários, causada por um vírus desconhecido.

Este artigo inicia-se com as considerações sobre a era da pós-verdade e das *fake news*, com destaque para a contingência do *corpus* em estudo, isto é, os ciberterritórios da sociedade midiaticizada. A seguir, analisam-se notícias falsas sobre a pandemia, conforme recorte metodológico. Por fim, disserta-se sobre a hipótese da constituição das massas midiaticizadas, amalgamadas em torno de *fake news*.

Pós-verdade, *Fake News* e Ciberterritórios

A fatualidade, que protagonizou a organização dos laços sociais na modernidade, inclusive pela invenção e popularização da notícia, encontra, na atualidade, a rivalidade histórica dos “fatos alternativos” a mobilizar a denominada “era da pós-verdade” e suas *fake news*. D’Ancona (2018, p. 92) destaca que a “ascensão da verdade [factual] como força coesiva na atividade científica, jurídica, política e comercial foi um feito gradual e conquistado a muito custo”. Poovey (1998) investiga a constituição dos fatos como um ponto de inflexão na história da produção do conhecimento, localizando esse evento na modernidade, indelevelmente marcada por sua ocorrência. Estudando documentos recolhidos entre os séculos XVI e XIX, a pesquisadora busca a identificação de processos que intentam separar fatualidade (descrição, notadamente a numérica) e teorização (interpretação), por meio da formalização de fatos, tais como evidências verificáveis e críveis, articuladoras de laços sociais mais distintos.

Nesse contexto, Sodré (2009) articula fato e notícia. O autor define fato como “conceito” para objetos e fenômenos, “cuja realidade pode ser provada – e, assim, como um espaço disponível ao observador para atribuição de algum sentido à ocorrência” (p. 28). De acordo com um antigo entendimento lógico, considera: “Verdadeiro será, portanto, o enunciado que concorde (entenda-se: que seja capaz de figurar lógica e linguisticamente alguma coisa) com a realidade” (p. 30). Inventada em meados do século XIX, “a informação jornalística parte de objetos primariamente tidos como factuais, para obter [...] alguma clareza sobre o fato sócio-histórico” (Sodré, 2009, p. 32), em busca da produção de um discurso que se reconheça como verdadeiro e produtor de laços sociais tão caros à modernidade.

Na sociabilidade dinamizada pela notícia, ancorada na fatualidade, Zelizer (1992) observa que se constituiu uma visão que conferiu aos jornalistas o papel de porta-vozes confiáveis dos eventos e fatos da “vida real”. Configurou-se uma espécie de autoridade cultural dos jornalistas, ou uma chamada “autoridade jornalística”, exercida, especialmente, por meio da narrativa noticiosa, reputada como interpretação legítima do mundo.

No entanto, o berço moderno, com seu mundo articulado à produção de fatos e à sua narração noticiosa, encontra, na virada do milênio, uma nova fronteira, que Bauman (2021) nomeia como “modernidade líquida”. O recurso à metáfora da liquidez “busca captar a natureza da presente fase na história da modernidade. [...] Os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade” (p. 8), considera.

Na sociabilidade “líquida”, da onicrise da modernidade, estabelece-se a antítese da dupla fato/notícia. Conformando a “era da pós-verdade”, estão a reluzir os “fatos alternativos” e suas narrativas produtoras do acontecimento midiático em rede, as *fake news*. Elas simulam o texto jornalístico (manchetes, lide, narrativa com alta capacidade de repercussão, aspas de autoridades, provas complementares etc.), buscando se apropriar de sua credibilidade/autoridade narrativa como detentora de verdades factuais (Zelizer, 1992). Nesse sentido, as *fake news* dinamizam a era da pós-verdade, definida pelo *Oxford Dictionaries*, em 2016, como “circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em formar a opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal” (D’Ancona, 2018, p. 20).

Uma década antes da dicionarização da “pós-verdade”, Han (2022) apontou as origens da crise da verdade factual na civilização atual em 2005, quando “o *New York Times* elegeu o neologismo *truthiness* como uma das palavras que capturam o *Zeitgeist*. A *truthiness*, algo como ‘verdade’, reflete a crise da verdade”. E completa: “Faz referência à verdade sentida que carece de toda objetividade, de toda solidez dos fatos. A arbitrariedade subjetiva que a distingue abole a verdade” (p. 86). Kakutani (2018, p. 10) aponta uma atualidade marcada pelo “descaso pelos fatos, substituição da razão pela emoção,

e corrosão da linguagem”. Para D’Ancona (2018, p. 90), “a epistemologia da pós-verdade incita que aceitemos que existem ‘realidades incomensuráveis’ e que a conduta prudente consiste em escolhermos lados, em vez de avaliarmos evidências”.

Os “incomensuráveis” ciberterritórios das redes sociais digitais, invenção que marca este início de milênio, são o *locus* privilegiado da era da pós-verdade, e suas narrativas são lastreadas em “fatos alternativos”, as *fake news*. Essa dimensão existencial integra um novo modo de presença no mundo, segundo Sodré (2014), um *ethos* mediatizado com seu “continente de bytes”, dando lugar ao que se denomina ciberterritórios.

A “materialidade” desses ciberterritórios é formada por teias de redes informacionais dialógicas, ativadas e energizadas por múltiplos interesses, numa ambiência constituída narrativamente, a partir da interconexão computacional mundial (Martinuzzo, 2016). As subjetividades e intersubjetividades dinamizam afetivamente as conexões informacionais nesses ciberterritórios, estabelecendo *links* de comunicação multidirecional e configurando, assim, as feições de porções digitais constituídas a partir das elaborações simbólicas que tecem a vida, ou seja, as ciberterritorialidades.

Sinteticamente falando, de acordo com Recuero (2009, p. 24), uma rede social digital, tecnologia central na formação de ciberterritórios na atualidade, “é definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais)”. Alguns exemplos dessas redes são: *YouTube*, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, *Telegram*, entre outros.

Acerca da relação humanidade/tecnologia, Freud (1930/2010, p. 52) observou que “o ser humano tornou-se, por assim dizer, uma espécie de deus protético, realmente admirável quando coloca todos os seus órgãos auxiliares; mas estes não cresceram com ele, e ocasionalmente lhe dão ainda muito trabalho”. Sobre os problemas com as próteses tecnológicas, vale lembrar que os ciberterritórios são propriedades privadas, que visam ao lucro, com estratégias de captura da atenção dos usuários, negociando essa atenção nos mercados da publicidade e do *marketing*, inclusive no âmbito eleitoral. É nesse cenário que se constituem novas massas, ou cibermassas, amalgamadas por *fake news* na era mediatizada da pós-verdade.

Notícias Falsas e Pandemia nas Redes Digitais

Conforme salientado na introdução, foram estudadas 62 verificações de *fake news*. A consolidação dos dados foi realizada a partir de um conjunto padronizado de informações estabelecido, para que, de acordo com os objetivos e a hipótese, fosse possível constituir subsídios robustos às conclusões do estudo. É a partir dessa perspectiva que se buscou identificar o “acervo de concepções” que dinamiza os laços sociais por meio das *fake News*, nos ciberterritórios das redes sociais digitais. O “acervo de concepções” é uma expressão elaborada por Freud (1927/2014, p. 251), quando menciona o conjunto de premissas, ideias, argumentos e outros recursos narrativos, “nascido da necessidade de fazer suportável o desvalimento humano, e construído com o material das lembranças da infância e da raça humana”, utilizado pelos empreendimentos religiosos e seus objetivos massificantes.

Aqui, o propósito é identificar o repertório de concepções e elementos discursivos que promovem o enlace por meio de notícias falsas acerca da pandemia da COVID-19, também com aptidão massificadora e igualmente sustentado pelas vicissitudes humanas, como no caso estudado por Freud. Conforme Safatle (2016, p. 5), “sociedades são, em seu nível mais fundamental, circuitos de afetos”. Para esse autor, “enquanto sistema de reprodução material de formas hegemônicas de vida, sociedades dotam tais formas de força de adesão ao produzir continuamente afetos que nos fazem assumir certas possibilidades de vida a despeito de outras” (p. 15).

A partir desse delineamento teórico-metodológico, foram apuradas informações sobre mídias/plataformas utilizadas; classificações (enganoso/falso); significantes-chave e associados; concepções de enlace; veiculador; enunciador e engajamento apurado. Quanto ao “engajamento”, é um significante que, no âmbito dos estudos da digitalidade, refere-se ao conjunto de atitudes dos utilizadores na interação com conteúdos disponibilizados nas redes sociais digitais. Nesta pesquisa, curtidas (incluindo reações positivas ou negativas, viabilizadas por meio de botões específicos dos aplicativos), comentários e visualizações foram reunidos sob a rubrica “interações”, para diferenciá-las dos “compartilhamentos”. Isso porque compartilhar é a ação que implica e desvela maior envolvimento do usuário, que chancela e/ou se afeta pelo conteúdo, a ponto de dividi-lo com sua rede de conexões digitais, constituindo-se como gesto decisivo à conformação e à dinamização das cibermassas. Além dos aspectos subjetivo e intersubjetivo, o engajamento é fator determinante nas operações algorítmicas, visto que pode alavancar a distribuição de conteúdos entre os utilizadores de uma rede social – ou seja, promove o engajamento e, do ponto de vista maquínico, afeta as conexões, incrementando as já existentes e constituindo novos enlaces.

A Economia das *Fake News* na Pandemia

A análise detalhada informa que as mídias mais utilizadas em *fake news* são textos (29) e audiovisuais (27), seguidas de fotos (05) e um áudio. Sobre a classificação, os conteúdos “enganosos” (40) são quase o dobro dos “falsos” (22). Quanto aos significantes-chave, os principais temas que motivam as *fake news* foram apurados: tratamento (11), vacina (08), vacinação (06), isolamento social (06), cloroquina/ivermectina (06), máscara (06), pandemia (04), mortalidade (04),

vírus (04), política (02), disseminação (02), letalidade (02), casos (02), imprensa (01), teste de laboratório (01) e recursos (01). Vale salientar que os significantes relativos a medidas de proteção e ao enfrentamento da pandemia, os mais cruciais para a sobrevivência e para a superação desse período histórico, são os mais utilizados. O termo “tratamento” soma-se a eles, designando algo que não existia à época.

Ademais, foram apurados os significantes associados, aqueles que formam o contexto das *fake news*: política (31), negacionismo científico (11), tratamento (06), isolamento social (06), China (06), cloroquina/ivermectina (05), vacina (03), vacinação (03), vírus (02), máscaras (01), mortalidade (01), testagem (01), letalidade (01), cura (01), xenofobia/racismo (01). No caso do significante associado com o maior número absoluto de registros – “política” –, as *fake news* campeãs de engajamento tiveram como principais agentes da mentira políticos de alto escalão, como o Presidente da República e os deputados federais. Não por acaso, a aposta na anticiência aparece em segundo lugar, como um indicador de que o ataque à racionalidade encontra campo fértil nas mentiras massificantes, dialogando plenamente com as marcas da era da pós-verdade.

No que diz respeito aos veiculadores, foram verificados os seguintes: usuários em geral (36 *fake news*); blogs, sites e canais (20); deputados federais (04); Presidente da República (02). Quanto aos enunciadores, apurou-se: usuários em geral (40 notícias falsas), médico (08), deputadas federais (04), Presidente da República (02), site (03), blogueiro (02), pastor (01), pesquisadora (01), *youtuber* (01). Esses veiculadores e anunciadores obtiveram um engajamento de 10.658.401 interações (entre visualizações, curtida e comentários), das quais 1.702.500 se concentraram nas *fake news* sobre falsos corpos de vítimas da COVID-19. Os compartilhamentos chegaram a 409.392, sendo 220.000 relacionados às *fake news* do isolamento social. As redes sociais usadas foram: Facebook (36 ocorrências), Twitter (26), Instagram (12), YouTube (12), WhatsApp (06), Telegram (03) e TikTok (01).

Sobre o “acervo de concepções” de enlace, identificaram-se: apelos à paranoia (47), à negação (44), à xenofobia/racismo (08) e ao discurso de ódio (01). Nomeou-se como “narrativa de sugestão paranoica” aquela que apelava à desconfiança sistemática e *alucinatória* de que algo não se revela; de que algo se trama insidiosamente no campo das institucionalidades simbólicas caras à civilização atual, comumente referidas como “sistema”. As *fake news* revelariam, com seus argumentos e recursos retóricos, uma verdade libertadora contra a manipulação do “sistema”, configurando um saber revolucionário aos que compartilham dessas mesmas “boas novas”, libertadoras da opressão da imprensa, da ciência, dos intelectuais e dos políticos de polos opostos aos enunciadores.

Segundo Ons (2018, p. 168), “a paranoia social acompanha nosso dia a dia em um século que poderia ser chamado de ‘século da suspeita’, com uma fixação em “revelar aquilo que está por trás”, alcançando todo espectro da vida socioeconômica e político-cultural. De acordo com a psicanalista, em poucas palavras, “a paranoia se caracteriza por um delírio sistematizado e persecutório, o predomínio da interpretação e a ausência de deterioração intelectual” (p. 171).

Ao se aproveitarem do traço paranoico da cibercultura, as notícias falsas lançam mão de narrativas que mobilizam afetos e percepções conectados a essa marca, tão distintiva da atualidade. No reino das desconfianças, explora-se e manipula-se o hábito de desconfiar, com objetivos de comunicação massiva. Kakutani (2018, p. 25) reporta a disseminação de um “estilo paranoico”, sustentado por “fervorosos exageros, desconfiança e fantasia conspiratória”, salientando que o ataque à razão e à ciência é recorrente, como também “ondas episódicas” de manifestação do “estilo paranoico”. A gravidade da atualidade é o inescrutável alcance midiático desse processo, algo inaudito na trajetória das sociabilidades.

Roudinesco (2019, p. 36) anota que “as teses conspiracionistas, os boatos e os textos apócrifos proliferaram em virtude das inovações tecnológicas”, propiciando o advento da “pós-verdade”, neste século XXI. Esse fato sustenta a “ideia aberrante” de que “não existiria nenhuma informação verdadeira e as falsas notícias inventadas ou fantasiadas (*fake news*) divulgadas pelas redes sociais seriam muito mais verdadeiras e confiáveis”, isso porque tudo o que leva o selo de “oficial” – integrante de um sistema estabelecido, como a imprensa – ganha as pechas de suspeito e de manipulado.

Dessa forma, diante do confronto dos marcos fatuais da modernidade, o uso de afetações de cunho paranoico se verifica como estratégia de arrebatamento narrativo massivo nos ciberterritórios, ambiência imersa na contingência descrita por Ons (2018, p. 170): “A incredulidade relativa ao valor da palavra corre paralela à certeza em relação ao que há por trás dessa palavra. Assim, a mesma paranoia social montada como defesa contra a violência acaba alimentando-a”.

Han (2022, p. 94) aponta para o estabelecimento de uma “sociedade da desconfiança”, campo fértil para a cultura das *fake news* e para seus recursos à paranoia. Um dos fatores dessa desconfiança estruturante é a potencialidade da técnica digital de manipular registros factuais: “A digitalização, ou seja, o mundo informatizado, não é nada sólida ou tenaz. Ao contrário, é moldável e manipulável à vontade. A digitalização é oposta diametralmente da facticidade. A digitalização enfraquece a consciência factual, a consciência da realidade”. O outro fator advém dos excessos de informação circulante, que “até mesmo ofuscam o mundo”. “Ao nos depararmos com uma informação, temos sempre a suspeita de que a informação poderia ser outra. [...] Na sociedade da informação, perdemos a confiança fundamental” (Han, 2022, p. 94).

Acerca da negação (*Verneinung*), de acordo com análise de ordem terminológica de Laplanche & Pontalis (2016, p. 293), no campo teórico freudiano, esse conceito aproxima-se, segundo seus comentadores e estudiosos, a denegar (*Leugnen*) e renegar (*Verleugnen*). De acordo com Freud (1925/2011a, p. 277), “a negação é uma forma de tomar conhecimento do que foi reprimido, já é mesmo um levantamento da repressão, mas não, certamente, uma aceitação do reprimido”.

Andrès (1996a, p. 356) assevera que, para Freud, a “negação” se considera tanto do ponto de vista do “Eu-de-prazer”, juízo no qual o enunciador tanto nega vínculo entre o dito e si mesmo (“denegação”) quanto a perspectiva do “Eu-realidade”, juízo no qual o enunciador institui que a realidade percebida não confere com a representação que se faz dela (“negação simples”). Para Roudinesco e Plon (1998, p. 145), “a denegação é um meio de todo ser humano tomar conhecimento daquilo que recalca em seu inconsciente. Através desse meio, portanto, o pensamento se liberta, por uma lógica da negatividade, das limitações que lhe são impostas pelo recalque”.

Quanto à renegação, Andrès (1996b, p. 446) afirma que ela “põe em jogo uma percepção imaginária traumatizante, que é preciso diferenciar da denegação, que se situa no campo simbólico e participa do recalque e da sua suspensão parcial”. Com a renegação, destaca: “trata-se de coisa totalmente diferente, em particular de uma certa relação com a realidade”, apontando a questão da psicose, e não da neurose e suas demandas por recalque. Roudinesco e Plon (1998, p. 656) consideram que a renegação (*Verleugnung*) “caracteriza um mecanismo de defesa pelo qual o sujeito se recusa a reconhecer a realidade de uma percepção negativa”. Com essa recusa, nega-se a “realidade externa para reconstruir uma realidade alucinatória”.

Em linhas gerais, no estudo da “negação”, Freud (1925/2011a, p. 278) afirma que “a função do juízo tem essencialmente duas decisões a tomar. Deve adjudicar ou recusar a uma coisa uma característica e deve admitir ou contestar a uma representação a existência na realidade”. No caso em tela, os juízos recusam o caráter mortífero da pandemia e também contestam os fatos ocorridos naquele momento, como o contágio que atingiu milhões, a morte aos milhares – milhões mundo afora –, a inexistência de tratamento, o valor da ciência e o recurso das vacinas para enfrentar o vírus letal, entre outros.

Ao mencionar uma “nova economia psíquica”, incluindo seus fundamentos psicotizantes e perversos, Melman (2003, p. 211) pondera que o “procedimento psíquico” da renegação, que pode ser traduzido pelo “Eu sei [...] mas mesmo assim”, “trata-se de uma maneira de, de uma só vez, reconhecer o que é e, ao mesmo tempo, não reconhecer”. Conforme bem resume Valéry (2016, p. 22), “negar A é mostrar A atrás das grades”.

As *fake news* vistas como xenofóbicas e racistas são aquelas que se apoiam na xenofobia – “socioculturalmente, desconfiança e aversão a priori, até mesmo agressividade e ódio, em relação aos estrangeiros, apresentando-se como preconceitos e estereótipos vinculados a certas formas de racismo ou de chauvinismo” (Japiassú & Marcondes, 2006, p. 284) – e no racismo – “qualquer conjunto de crenças que classifique a humanidade em coletividades distintas, definidas em função de atributos naturais e/ou culturais, e que organize esses atributos em uma hierarquia de superioridade e inferioridade” (Zubaida, 1996, p. 643).

A xenofobia e o racismo “dialogam” com os discursos de ódio, compondo peças de um mesmo tabuleiro de repertório litigante, alcançando também o âmbito da experiência político-ideológica e/ou político-institucional. No caso em tela, discursos de ódio buscam fazer coro massivo contra adversários políticos ou grupos de pensamento não hegemônico, visando a transformá-los em inimigos e párias sociais a serem exterminados.

Aqui, chega-se ao ponto em que a potência hostil dos sujeitos pode ser usada e manipulada para controle e dominação. Freud (1930/2010, pp. 78–80) constatou “uma hostilidade primária entre os homens”, em função da qual “a sociedade é permanentemente ameaçada de desintegração”. Como “paixões movidas por instintos são mais fortes que interesses ditados pela razão”, a “civilização tem de recorrer a tudo para pôr limites aos instintos agressivos do homem”, observou. “Evidentemente, não é fácil, para os homens, renunciar à gratificação de seu pendor à agressividade; não se sentem bem ao fazê-lo”, assinalou. Por isso, numa instrumentalização da hostilidade que resta ao cerco civilizatório, “é sempre possível ligar um grande número de pessoas pelo amor, desde que restem outras para que se exteriorizem a agressividade”. Incluindo os preconceitos, o *nós* contra *eles*, Freud chamou esse fenômeno – a satisfação da inclinação agressiva, por meio da qual a coesão entre membros da comunidade se torna mais fácil, fixando-se alvos exteriores à potência odienta estrutural – de “narcisismo das pequenas diferenças”.

Assim, as concepções de enlace paranoicas, negacionistas, xenofóbicas e racistas, como verificado, ensejam uma recusa à fatualidade, no empreendimento da manipulação de afetos e questões traumáticas, com vistas a interferir no quadro de percepções sociopolíticas e sanitárias da pandemia, não sem agravar os riscos de mortandade desse período. Nesse contexto, as *fake news* evidenciam um inaudito movimento de massificação midiática em torno de “fatos alternativos”, especialmente *no e a partir* dos ciberterritórios. Nesse contexto, pode-se afirmar que se trata de um sintoma do esgarçamento do acordo civilizatório moderno, confirmando o fato observado por Freud (1930/2010a, p. 121): “os juízos de valor dos homens são inevitavelmente governados por seus desejos de satisfação e, portanto, são uma tentativa de escorar suas ilusões com argumentos”, ou, segundo Valéry (2016, p. 70), “a consciência reina, mas não governa”.

A Cibermassa

Humanos identificados como robôs. A analogia, que bem serve para se referir a membros diversos de massas, deixa de ser, na atualidade, uma metaforização, para se colocar como um dado da realidade. A humanoide autodeclarada no *post* de uma *fake news* distribuída no *Twitter* – “@Thacloroquina”, em 29 de maio de 2020 – entrega, orgulhosamente, sua extensa

identificação: “católica, conservadora, anti-esquerda e robô do Bolsonaro com CPF”. A expressão “Robô com CPF” parece ser a simbolização inequívoca e sintética de um fenômeno que marca a digitalidade: as *fake news* como potente laço social mediatizado nos ciberterritórios, conformando cibermassas.

Sob essa ótica, a ideia da robotização está calcada na percepção de imensos coletivos maquínicos, sem consciência ético-moral, movidos por automatismos acríticos, reprodutores ou cumpridores de tarefas por programação prévia. Os robôs, ou *bots*, são um recurso utilizado corriqueiramente para induzir conexões nos ciberterritórios. Segundo Centola (2022, p. 111), trata-se de “programas automatizados para envio de mensagens”, que se conectam em redes de *bots* (*botnets*) e também a perfis digitais de humanos. Desse modo, passa-se a impressão de que são contas de usuários de “carne e osso” e de que tais mensagens são pertinentes, críveis, fatuais e relevantes, incrementando-se à crença de popularidade.

Assim, na seara da informatização das interações intersubjetivas, como as redes sociais digitais, robôs são agentes algorítmicos que executam funções pré-definidas em razão de uma tarefa específica: fomentar laços mediatizados por meio da distribuição de informação digital, inclusive *fake news*. Nas imensas paisagens dos ciberterritórios, o “Robô com CPF” figura-se como uma conjugação perfeita entre metáfora e realidade, constituindo um fato histórico de densa significação e de repercussão na sociabilidade contemporânea: a massa mediatizada.

A pesquisa sobre a ocorrência das massas, há mais de um século, passa pelo olhar fundamental de Freud (1921/2011b). Segundo ele, a massa se amalgama por sentimentos “sempre muito simples e muito exaltados”, “não conhece dúvida nem incerteza”, “é extraordinariamente influenciável e crédula”. Sendo “acrítica, impulsiva, volúvel e excitável”, para a massa, “o improvável não existe” (p. 25). Ademais, “nunca tiveram a sede da verdade. Requerem ilusões, às quais não podem renunciar. Nelas, o irreal tem primazia sobre o real, o que não é verdadeiro as influencia quase tão fortemente quanto o verdadeiro” (p. 29).

Destaca-se que, na economia das massas, a contingência do desamparo estrutural parece ser elemento decisivo. Oriunda da precocidade com que o humano vem à luz, a sensação dilacerante de abandono diante das tormentas e inseguranças da vida constitui fonte de angústia recorrente, mais ou menos acentuada de acordo com a personalidade e os eventos da vida de cada um, assim como em função do espírito do tempo, que abriga os sujeitos em cada era histórica.

Para Freud (1927/2014, p. 266), “a terrível impressão deixada pelo desamparo da criança” cria uma demanda por ser amado, a qual nunca abandona os humanos. Assim, como eternas crianças “desprotegidas” e que ainda temperam com temor suas conexões com os semelhantes, os indivíduos almejam ser redentores do próprio desamparo, inclusive, por meio da constituição de massas. Uma situação de pandemia, como a do coronavírus, só exacerba a sensação de desamparo, além de intensificar a percepção dos inarredáveis fundamentos da infelicidade humana, os quais, na visão de Freud (1930/2010), são: habitar um corpo que envelhece, adoce e morre; habitar um planeta de condições ambientais imprevisíveis e, por vezes, mortíferas; e coabitar o cotidiano com semelhantes igualmente hostis e agressivos.

Essa tríade, potencializada pela pandemia, presta-se, também por meio de *fake news*, ao intento de organização de massas nos ciberterritórios das redes sociais digitais, conforme se investiga. Antes, como agora, trata-se de “multidões heterogêneas”, na descrição de Le Bon (1895/2018, p. 146), com quem Freud (1921/2011b) dialogou proficuamente para seus estudos sobre a psicologia das massas, compondo-se de “indivíduos quaisquer, seja qual for sua profissão ou sua inteligência”, uma vez que “são só os sentimentos inconscientes que agem”.

Como analisou Freud, as massas urdem-se por um fator libidinal, amoroso, tendo por alvo exterior o ódio, que, se exercido *interna corporis*, as implodiria. Assim, a direção primeira de qualquer massa é amar-se a si como um projeto de existência e odiar um outro na exterioridade, como um fator de sobrevivência. A partir dessa conjuntura estrutural, estipulam-se metas comuns a dar sentido ao grupo – no caso em tela, via *fake news*. Conforme analisou Canetti (2019), as massas se organizam, geralmente, diante do afeto do medo e de sua gestão – ou seja, da gestão do desamparo e seus afetos angustiantes –, constituindo-se como um anteparo ao desconhecido, ao diferente, ao incontável. Não por acaso, as notícias falsas apelam tanto a concepções de enlace de teor litigante, odiento e paranoico.

Na companhia de Canetti (p. 30–31), as massas tendem a se expandir indefinidamente – “fronteira alguma impõe-se naturalmente a seu crescimento. [...] Inexistem expedientes absolutamente seguros que possam impedir em definitivo o crescimento da massa”. Elas também estão sempre dirigidas a um fim comum maior, mobilizador, o que “fortalece o sentimento de igualdade”. Nesse sentido, é importante notar que as *fake news* são um tipo de narrativa que só prospera por ação ativa das subjetividades. Os coletivos amalgamados por comunicação já não mais se formam por recepção, ainda que não totalmente passiva, conforme ocorria no século XX. Na digitalidade, é a ação individual de receber e compartilhar mensagens – no caso em tela, desinformação – que energiza, sustenta e expande uma massa mediatizada nos ciberterritórios das redes sociais, em torno de mentiras, por exemplo.

Trata-se de moto-próprio, ato subjetivo, que conserta e mobiliza audiências, e não mais, determinantemente, o alcance/ acesso de sinal técnico, conforme ocorria no paradigma anterior de comunicação, pré-*web*, especialmente, pré-redes sociais digitais. Há uma dinâmica de atos volitivos que alimenta e faz expandir massas em rede, tocada pelo ritmo da atualização vertiginosamente ininterrupta. Dessa forma, considera tanto objetivos de coesão fraterna do grupo como de oferta de conteúdos e motivações para ações odientas, dirigidas ao externo da rede.

Esse fluxo intenso, que quase equipara humanos a robôs (*bots*), em razão do automatismo da ação de receber e repassar sem filtro crítico, sustenta-se também por uma ansiedade hodierna, aquela de estar desatualizado e fora da sintonia amalgamadora da massa: a FOMO (*Fear of Missing Out*). Ou seja, a intersubjetividade articulada por meio de mensagens comunicacionais nos ciberterritórios, depende, ademais dos usos de algoritmos – da “sequência de regras, rotinas e procedimentos lógicos baseada num sistema preciso e matemático, que leva à solução de um problema, finalização de um raciocínio ou execução de uma tarefa em um número finito de tarefas” (Neiva, 2013, p. 16) – e do uso de *bots*, da ação autônoma de receber e compartilhar, por meio de diversos dispositivos técnicos, das mentiras midiáticas, podendo revelar traços de uma peculiaridade sociocultural.

Observa-se, do quadro desvelado pela pesquisa, que as *fake news* se constituem como agentes de laços sociais, com a manipulação de afetos vários, tais como medo, amor, ódio. Elas estão no epicentro da constituição de um novo tipo de massa, a massa midiaticizada, amalgamada pela identificação em torno de enunciadores e narrativas, redentores do desalento existencial. Ademais, conformam um artifício gregário a partir de respostas e posicionamentos inquestionáveis/míticos em tempos de desprestígio da ciência e da razão, vertigem informacional e sentimento de desamparo, potencializado pelo neoliberalismo e pela pandemia. As *fake news*, que tentam conquistar, congregar, inspirar confiança, vestindo-se de vestígios de realidade, saberes e práticas narrativas associadas aos discursos de verdade, como a notícia jornalística, têm motivações políticas, culturais e econômicas. Assim, podem ser consideradas uma sofisticação midiática inspirada nos milenares boatos (Kapferer, 1993).

Nessa direção, parece evidente a conformação de “rebanhos egregários” nos quais “o ego e suas satisfações pulsionais são valorizados por serem industrialmente explorados” (Dufour, 2013, p. 313). Tal fato dialoga com a “equação da verdade”, de Valéry (2016, p. 92): “se você pensa como um grande número de pessoas, seu pensamento torna-se supérfluo. Para a massa, seu sentimento é uma ‘verdade’”. Apesar de a pesquisa apontar lideranças políticas como patrocinadoras de mensagens enganosas de alcance extraordinário, a análise vai além dos líderes. Pode-se observar que é o discurso, com uma narrativa negacionista, paranoica e odienta, que arrebatava e arregimenta subjetividades, articulando-as em grandes contingentes robóticos de consumo e circulação de *fake news*, tornadas como “verdades” congregantes.

O que magnetiza e confere laço identificatório é a narrativa travestida de notícia, que mobiliza para os enlaces. Na contingência da digitalidade, na cena da vertigem informacional, massas passivas não se conformam, tendo em vista a demanda por atos volitivos de recepção e compartilhamento atomizados, de modo a formar e energizar grupos de milhares, e milhões, em torno de discursos mesmerizantes.

Também se pode observar que a alienação diante das notícias falsas ocorre por vínculos de adesão, obturando vazios e dúvidas angustiantes. Não é a divisão subjetiva, motor do desejo, que enceta a inserção volitiva no movimento de viralização de *fake news*, mas a demanda por um efeito de identificação entre membros das massas midiaticizadas. Essa demanda gira em torno de “verdades” sustentadas por idealizações de uma cosmogonia sem lastro na realidade, que conferem o apaziguamento, oriundo de um pertencimento peculiar da era da pós-verdade.

Rinaldi (2021, p. 61), cotejando a dinâmica “presencial” das “massas tradicionais” e seus líderes e a “estratégia política através da mediação das redes e seu anonimato”, afirma que esta última “procura domar as diversas formas de gozo e produzir uma uniformização do gozo a ser vendido como ideal”. Assim, “esse ‘ambiente’ faz surgir um discurso radicalmente negativo, que se apresenta como novo. É nesse contexto que o discurso do ódio, em sua face disruptiva derivada da pulsão de morte, emerge, paradoxalmente, em lugar do ideal”.

A produção/reprodução, ou midiaticização pervasiva, das *fake news* acontece sob condições técnicas e socialmente articuladas pelo meio digital. Desse modo, viabilizam uma sensação de pertencimento/identificação que oblitera ou obtura a percepção de desamparo estrutural, homogeneizando certezas, saberes, frente a angústias várias, mobilizando afetos que vão da cólera à indiferença, passando pela paixão incondicional e o racismo.

Penna (2022, p. 67) salienta “a primazia dos processos inconscientes na massa”, cujos laços se sustentam “no investimento libidinal, nas identificações entre os indivíduos e nas instâncias ideais”, e assinala o lugar central da ilusão na contingência massificante, “sejam multidões efêmeras ou grupos organizados, reunidos ou não em torno de um líder”. Para a autora, a ilusão funciona “como uma defesa contra o desamparo original”. E, “apesar de a libido ser o principal elemento agregador nas massas e as identificações serem as formas mais remotas de laço social, sem a presença da ilusão nenhum grupo se mantém” (pp. 72–73). No contexto desta pesquisa, a aproximação entre “ilusão” e “fatos alternativos”, “era pós-fática” e “pós-verdade” resta evidente. Na digitalidade, as ilusões das *fake news* são um amálgama que efetiva laços sociais digitais, conformando as cibermassas.

Conclusão

Na era da “pós-verdade”, em que afetos e percepções têm mais valor que a formação da opinião e a orientação comportamental, a pesquisa que se apresenta buscou verificar, no âmbito dos ciberterritórios – os quais conformam um *locus* existencial que sombreia crescentemente a experiência sensível –, a contingência das *fake news*.

A partir do engajamento apurado, verificou-se que mentiras midiaticizadas têm apelo gregário, mobilizando massas na ciberterritorialidade das redes sociais digitais. Por meio de um acervo de concepções fundadas em paranoia, negação, xenofobia, racismo, distorção da realidade e discursos de ódio, as *fake news* oferecem elementos amalgamadores e dinamizadores de massas em suas versões contemporâneas.

A reboque das *fake news*, humanos se tornam *bots* ou seres robóticos – “Robô com CPF” – para a difusão e o consumo massivo de “fatos alternativos”. Importa ressaltar que as notícias falsas não são um “erro”, mas uma estratégia. À luz da lógica de constituição e manutenção de massas, são um artifício de formação de gigantes grupos midiaticizados na contemporaneidade, as cibermassas.

Para essas totalidades, a “verdade” não é mais chancelada pelo fato/factual, mas pela lógica dos grandes números; pelas grandes cifras de mobilização e pela alucinação da instantaneidade das atualizações. As “verdades” se formam, portanto, a partir do clima de ciberengajamento customizado. Desse modo, as narrativas pervasivas promovem um cerco midiático multicanal, em redes de plataformas e dispositivos, produzindo convencimentos e consensos por exaustão informacional, repetição discursiva e intensiva conectividade.

As concepções de enlace ecoam a fixação que vislumbra um mundo descomplexificado e ancorado em verdades simples e simplórias, além disso, dialogam com uma paranoia social pandêmica. A função precípua das *fake news* não é desinformar, mas formar – conformar massas amalgamadas por narrativas mesmerizantes e mobilizadoras nos ciberterritórios.

Conforme estudo da Avaaz (2020), citado na Introdução, e também de acordo com as averiguações do alcance das *fake news*, registra-se que as notícias falsas se configuraram como um dos elementos-chave na contingência histórica da pandemia da COVID-19 no Brasil, com seus mais de 600 mil mortos.

Rompem-se véus de pudores de trama iluminista. Desafiando os privilégios da fatualidade e da cientificidade na conformação de laços socioculturais e políticos, fixados na modernidade, a massificação das *fake news* ecoa, simulando a secular e prestigiosa narrativa noticiosa, os “fatos alternativos”, arrebatando e arregimentando massas midiaticizadas na “era pós-fática”.

Observou-se uma era de avanço de populismos e extremismos políticos, que utilizaram estratégias perversas – e que romperam com a verdade objetiva e os limites da fatualidade. Os objetivos foram conquista e manutenção do poder antidemocrático, utilizando, para isso, a politização radicalizada de questões cruciais, como saúde pública. Isso foi o que ocorreu no Brasil, em tempos de pandemia, sob a presidência de Jair Bolsonaro.

Poovey (1998, p. 328) assinala que, a despeito de toda a densidade da produção intelectual “pós-moderna” registrada no século XX, o fato moderno não eliminou abordagens antigas na problemática da produção do conhecimento. De igual modo, os “fatos pós-modernos” tampouco o fizeram, no que refere à herança da fatualidade moderna. Ademais, “como em qualquer revolução epistemológica, esta que os cidadãos do final do século XX da aldeia global da informação estão experimentando demandará um longo tempo para se desenrolar”¹, vaticina.

Nessa contingência, Hannah Arendt, ao questionar se a atividade do pensamento – “hábito de examinar o que quer que aconteça ou chame a atenção, independentemente de resultados e conteúdo específico” – estaria entre os fatores que levam a humanidade “a abster-se de fazer o mal” e/ou a se condicionar contra ele (Arendt, 2009, p. 20), oferta uma sinalização eloquente em tempos de cibermassas amalgamadas por *fake news*: a “banalidade do mal” se funda na irreflexão, na decisão de não submeter os fatos concretos da vida à verificação do pensamento (Arendt, 2016).

Nesse sentido, a disputa histórica que se testemunha entre fatos e “fatos alternativos”, e suas correlatas narrativas congregantes, respectivamente, notícias (*news*) e notícias falsas (*fake news*), coloca-se como mais um complexo e desafiante capítulo da longa jornada humana em busca de simbolizações que ofertem amparo e referências civilizatórios, em meio à inapelável contingência do real, especialmente a da morte.

Referências

- Andrès, M. (1996a). Negação. In P. Kaufmann, *Dicionário enciclopédico de psicanálise*. Zahar.
- Andrès, M. (1996b). Renegação. In P. Kaufmann, *Dicionário enciclopédico de psicanálise*. Zahar.
- Arendt, H. (2009). *A Vida do Espírito*. Civilização Brasileira.
- Arendt, H. (2016). *Eichmann em Jerusalém*. Companhia das Letras.

¹ Tradução nossa. No original: As with any epistemological revolution, the one that late twentieth-century citizens of the global information village are now experiencing will take a long time to unfold.

- Avaaz. (2020, 4 de maio). *O Brasil está sofrendo uma infodemia de Covid-19*. https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil_infodemia_coronavirus/
- Bauman, Z. (2021). *Modernidade líquida*. Zahar.
- Bobbio, N., Matteucci, N., & Pasquino, G. (2002). *Dicionário de política* (C. C. Varriale, V. G. Ferreira, & J. Ferreira, Trans.; 12ª ed.). Editora UNB.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Zahar.
- Câmara Municipal de Barra do Rocha. (2022, 6 de setembro). *Histórico da pandemia de COVID-19*. Secretaria de Comunicação. <https://www.camarabarradorocha.ba.gov.br/site/Noticias/noticia-060920220830591546-Hist-rico-da-pandemia-de-COVID-19>
- Canetti, E. (2019). *Massa e poder*. Companhia das Letras.
- Centola, D. (2022). *Mudança: como grandes transformações acontecem*. Melhoramentos.
- D'Ancona, M. (2018). *Pós-verdade*. Faro Editorial.
- Dufour, D. (2013). *A cidade perversa*. Civilização Brasileira.
- Freud, S. (2010). *O Mal-estar na civilização*. Companhia das Letras. (Originalmente publicado em 1930)
- Freud, S. (2011a). *A Negação*. Companhia das Letras. (Originalmente publicado em 1925)
- Freud, S. (2011b). *Psicologia das massas e análise do eu*. Companhia das Letras. (Originalmente publicado em 1921)
- Freud, S. (2014). *O futuro de uma ilusão*. Companhia das Letras. (Originalmente publicado em 1927)
- Gabriel, M. (2022). *Ética para tempos sombrios*. Vozes.
- Han, B. (2022). *Infocracia: Digitalização e a crise da democracia*. Vozes.
- Harari, Y. N. (2024). *Nexus*. Companhia das Letras.
- Jameson, F. (2000). *Pós-modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio*. Ática.
- Japiassú, H., & Marcondes, D. (2006). *Dicionário básico de filosofia*. Zahar.
- Kakutani, M. (2018). *A morte da verdade*. Intrínseca.
- Kapferer, J. (1993). *Boatos: O mais antigo mídia do mundo*. Forense Universitária.
- Laplanche, J., & Pontalis, J. (2016). *Vocabulário de psicanálise*. Martins Fontes.
- Le Bon, G. (2018). *Psicologia das multidões*. Martins Fontes. (Originalmente publicado em 1895)
- Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2010). *Fundamentos de metodologia científica*. Atlas.
- Martinuzzo, J. A. (2016). Territorialidade: o que é isso? In J. A. Martinuzzo, & M. Tessarolo (Orgs.), *Comunicação e territorialidades*. UFES.
- Melman, C. (2003). *O Homem sem gravidade*. Cia. de Freud.
- Ministério da Saúde. (s.d.). *COVID-19 no Brasil*. https://infoms.saude.gov.br/extensions/covid-19_html/covid-19_html.html

- Nações Unidas Brasil. (2022, 10 de março). *Dois anos depois, pandemia está longe de acabar*. <https://brasil.un.org/pt-br/174501-dois-anos-depois-pandemia-est%C3%A1-longo-de-acabar>
- Neiva, E. (2013). *Dicionário Houaiss de comunicação e multimídia*. Publifolha.
- Ons, S. (2018). *Tudo o que você precisa saber sobre psicanálise*. Planeta.
- Penna, C. (2022). O centenário da psicologia das massas freudiana: seu legado para o estudo das formações coletivas. In G. Papeti, J. P. Silva Jr, M. L. S. Persicano, & S. A. R. Mello (Orgs.), *Psicologia das massas: um século de pensamento crítico* (pp. 65-86). Blucher.
- Poovey, M. (1998). *A history of the modern fact*. The University Chicago Press.
- Projeto Comprova. (s.d.). *Sobre o Comprova*. <https://projetocomprova.com.br/about/>
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Sulina.
- Rinaldi, D. (2021). Psicologia das massas, mais ainda: fraternidade, ódio e segregação. In Anais da 13ª Edição do *Trivium: Estudos Interdisciplinares* (pp. 56-62). Universidade Veiga de Almeida. <http://dx.doi.org/10.18379/2176-4891.2021vNSPEAp.56>
- Roudinesco, E. (2019). *Dicionário amoroso da psicanálise*. Zahar.
- Roudinesco, E., & Plon, M. (1998). *Dicionário de psicanálise*. Zahar.
- Safatle, V. (2016). *O circuito dos afetos*. Autêntica.
- Sodré, M. (2009). *A narração do fato*. Vozes.
- Sodré, M. (2014). *A Ciência do comum*. Vozes.
- Valéry, P. (2016). *Maus pensamentos e outros*. Âyiné.
- Zelizer, B. (1992). *Covering the Body: The Kennedy Assassination, the media and the shaping of collective memory*. Chicago University Press.
- Zubaida, S. (1996). Racismo. In W. Outhwaite, & T. Botoomore, *Dicionário do pensamento social do século XX*. Zahar. Genit aut aut imus sant reptate dolupta ernat.

Como citar:

Martinuzzo, J. A., & Darriba, V. A. A pandemia da COVID-19, as fake news e o laço social das cibermassas. *Revista Subjetividades*, 25(3), e14245. <https://doi.org/10.5020/23590777.rs.v25i3.e14245>

Endereço para correspondência:

José Antonio Martinuzzo
E-mail: martinuzzo@hotmail.com

Vinicius Anciães Darriba
E-mail: viniciusdarriba@gmail.com



Recebido em: 26/01/2023.

Aceito em: 07/10/2025.