



ESTUDOS
UNIVERSITÁRIOS

Revista de Cultura

60
anos

Estudo

Texto recebido em: 31 jan. 2022. Aprovado em: 07 mar. 2022.

MOREIRA, Rafael da Silveira; MOREIRA, Júlio da Silveira; ANDRADE M. OLIVEIRA, Érico. O modus operandi das fake news na Psicologia das Massas. *Estudos Universitários: revista de cultura, UFPE/Proexc, Recife*, v. 39, n. 1, p. 161-192, jan./jun., 2022.

<https://doi.org/10.51359/2675-7354.2022.253131>

ISSN Edição Digital: 2675-7354



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional.

O modus operandi das fake news na Psicologia das Massas

The modus operandi of fake news in Group Psychology

Rafael da Silveira Moreira

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Instituto Aggeu Magalhães (Fiocruz)
Doutor em Saúde Pública

E-mail: rafael.silveiram@ufpe.br

 <https://orcid.org/0000-0003-0079-2901>

 <http://lattes.cnpq.br/8532679856626407>

Júlio da Silveira Moreira

Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA)
Doutor em Sociologia

E-mail: julio.s.moreira@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-3597-6420>

 <http://lattes.cnpq.br/9438403556820306>

Érico Andrade Marques de Oliveira

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Doutor em Filosofia

E-mail: ericoandrade@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0003-4956-7713>

 <http://lattes.cnpq.br/0725459534795685>

Resumo

O recente fenômeno das *fake news* vem se tornando cada vez mais presente nas redes de comunicação social, especialmente na internet, por meio de suas plataformas sociais. Sendo consideradas notícias falsas, intencionalmente criadas com o intuito de enganar os receptores de seus conteúdos, umas vezes com intenção mercadológica, outras vezes com

propósitos políticos, pouco se discutiu sobre as condições que contribuem para o seu sucesso. Nesse sentido, o objetivo desse artigo é recorrer à obra de Freud intitulada *Psicologia das massas* para a compreensão das *fake news* enquanto um fenômeno de massa, logo, admissível de crença pelo indivíduo inserido na alma coletiva das multidões. Como resultado, foi possível compreender os aspectos psicológicos que envolvem os indivíduos nas massas e que justificam a renúncia de comportamentos críticos diante das narrativas falaciosas das *fake news*. Tal alma coletiva é capaz de assumir como verdade uma narrativa que corresponda apenas às necessidades de sentido e coerência em relação aos seus anseios, sacrificando as evidências objetivas e factuais da realidade. Adicionalmente, corrobora a própria construção de uma realidade que justifique a profecia enganadora lançada pelas *fake news*. Com efeito, o trabalho buscou contribuir na identificação dos aspectos que contribuem para o êxito das *fake news* e sua forma de operação social, no intuito de oferecer subsídios para o combate a este fenômeno e minar seu potencial destrutivo na sociedade. Conhecendo as condições e a forma de ação das *fake news*, abre-se um caminho para sua prevenção e tratamento precoce.

Palavras-chave: *Fake news*. Psicologia. Democracia.

Abstract

The recent phenomenon of fake news has become increasingly present in social communication networks, especially on the internet, through its social platforms. Being considered false news, intentionally created with the intent of deceiving the recipients of its contents, sometimes with marketing intent and other times with political purposes, little was discussed about the conditions that contribute to their success. In this sense, the objective of this article is to resort to Freud's work entitled "Group Psychology" to understand fake news as a mass phenomenon, therefore, admissible of belief by the individual inserted in the collective soul of the crowds. As a result, it was possible to understand the psychological aspects that involve individuals in the masses and that justify the renunciation of critical behavior in the face of the fallacious narratives of fake news. This collective soul assumes as truth a narrative that corresponds only to the needs of meaning and coherence in relation to its

desires, sacrificing objective and factual evidence of reality. Additionally, it corroborates the construction of a reality that justifies the misleading prophecy launched by fake news. Indeed, the work sought to contribute to the identification of the aspects that contribute to the success of fake news and its form of social operation, offering subsidies to combat this phenomenon and undermine its destructive potential in society. Knowing the conditions and the form of action of fake news, opens a way for its prevention and early treatment.

Keywords: Fake news. Psychology. Democracy.

Introdução

O fenômeno das *fake news*, ou notícias falsas, não é recente. Embora atualmente o termo esteja sendo bastante utilizado nos meios de comunicação e nas redes sociais, o seu uso acompanha toda a ação humana assentada no expediente da mentira. Dessa forma, trata-se de um fenômeno antigo, cuja origem se torna difícil precisar. Mesmo antes do uso da linguagem, seja enquanto representação da realidade, seja enquanto ato performativo, o fenômeno da mentira já estava presente nas habilidades de ludibriação do ser humano como forma de ser no mundo. Nesse sentido, as próprias estratégias de caça e armadilhas do homem antigo já poderiam ser consideradas ações intencionalmente criadas para corromper a realidade, com vistas a um determinado objetivo.

Sagan (2006) oferece o ceticismo perante as narrações (algo parecido com a dúvida filosófica de Sócrates) como um processo de verificação com base nas regras da ciência, fazendo a diferenciação entre ciência e pseudociência, esta última povoada por histórias transmitidas através de crenças ou por construções recentes, igualmente míticas, com algumas lógicas que as fazem ter sentido,

mas elididas por outras evidências expressivas. Ele dá o exemplo da suposta existência de Atlântida, um continente submerso, sobre o qual existem inúmeros livros narrativos, mas que não suporta um exame dos mapeamentos oceanográficos e geofísicos da ciência, mostrando a impossibilidade de ter existido um continente na região e na época relatada.

No entanto, as *fake news* se distinguem dessas formas mais primitivas de dissimulação da realidade. Sua tradução deveria ser mais usada como “notícia fraudulenta”. Silva (2018, *apud* COSTA, 2018) as considera como notícias fraudulentas pelo fato de serem publicadas dolosamente, de forma trapaceira e baixa, o que nem sempre ocorre quando se publica uma notícia falsa culposamente, ou seja, sem o conhecimento de que se trata de uma notícia falsa *a priori*. Para ter sucesso em sua empresa de mentiras, como toda produção em massa que busca alcançar o maior número de clientes, elas precisam operar mobilizando afetos coletivos. Essa estratégia é necessária porque, ao mobilizar esses afetos, é pavimentado um caminho para a construção de narrativas favoráveis aos interesses de quem se utiliza desse expediente. Com efeito, os interesses podem ser desde a propaganda comercial de determinado produto até a propaganda política de determinada ideologia.

Existem várias definições de *fake news*. Elas estão presentes desde os dicionários, como o dicionário britânico, a artigos científicos sobre o tema. Por exemplo, o conceito de *fake news* segundo o dicionário britânico *Collins* é de uma informação falsa e sensacionalista disfarçada de notícia jornalística ou reportagem (COLLINS, 2020). Outra definição defende que as *fake news* não são informações mal apuradas ou pela metade, mas um conjunto de informações falsas que são divulgadas de modo intencional com vistas

a determinados interesses, sejam estes individuais ou coletivos (RECUERO; GRUZD, 2019). De forma mais severa, Ireton e Posetti (2018) criticam o uso do termo *notícia* para designar *fake news* como notícia falsa. Segundo as autoras, o termo *notícia* é reservado para as informações verificáveis de interesse público. Em outras palavras, o termo *notícia falsa* danifica a credibilidade da informação que atende aos requisitos de verificação da correspondência com a realidade e de interesse público. Ou seja, para ser notícia, a informação deve ser real, caso contrário não podemos chamar de notícia (IRETON; POSETTI, 2018).

Tanto na propaganda comercial quanto na ideológica, se necessita de um número muito grande de pessoas mobilizadas por elas para que as *fake news* obtenham sucesso. Não só um grande número de pessoas, mas que elas estejam unidas por um mesmo sistema de crenças, que possa amparar suas expectativas e desejos. E, em ambas as propagandas, a direção dos afetos ocorre em um ambiente coletivo, em um sentimento coletivo.

Nesse sentido, a preocupação central deste artigo foi a utilização das *fake news* como uma estratégia política para a desinformação em massa. Dessa forma, defendemos a tese de que as *fake news* se caracterizam como um fenômeno de massa. Essa tese será sustentada pela caracterização desses fenômenos segundo Freud, em sua obra *Psicologia das massas e análise do Eu e outros textos* (FREUD, 2011). A questão que guia o nosso artigo consiste em compreender como as *fake news* se instalam no espaço público como um fenômeno de massa capaz, portanto, de mobilizar coletivamente afetos para determinados fins ideológicos e políticos.

Para realizar a nossa tarefa, iremos caracterizar mais detalhadamente as *fake news*. Com isso, teremos subsídios para poder-

mos avaliar a sua circulação e compartilhamento num grupo de pessoas que guardam em comum um mesmo conjunto de crenças irrefutáveis. Vamos também visitar a obra de Freud com vistas a compreender como se formam as massas, para poder esclarecer o modo como se desenvolve a circulação dos afetos no interior desses grupos. Acreditamos que as *fake news* se comportam como um fenômeno de massa. Concluiremos que elas podem provocar essa suspensão de comportamentos e pensamentos a respeito de avaliações morais por parte dos indivíduos que compõem uma massa ou um corpo coletivo homogêneo para que se construa um sentimento único e homogêneo. Portanto, iremos mostrar como as *fake news* ganham força em grupos que se comportam como uma massa, segundo a aceção de Freud.

Assim, teremos o seguinte percurso: o artigo está dividido em três seções; na primeira seção, é esboçado o conceito de *fake news*, suas características e sua forma de funcionamento, com exemplos reais; na segunda seção, são definidas as características dos fenômenos de massa segundo Freud em sua obra *A Psicologia das massas*; finalmente, na terceira seção, buscamos estabelecer o enquadramento das *fake news* no arcabouço conceitual da psicologia das massas.

Fake news: conceitos e modalidades operacionais

Além do conceito de *fake news* já descrito pelo dicionário britânico Collins (COLLINS, 2020), existe também uma concepção de que elas sejam mais do que simplesmente uma informação falsa, mas uma informação fraudulenta, dada sua intenção dolosa de causar

danos (RECUERO; GRUZD, 2019). Também existem autores que preferem remover o conceito de notícia atribuído às *fake news*, haja vista *notícia* ser um atributo exclusivo de informações verdadeiras (IRETON; POSETTI, 2018).

O importante dicionário da língua inglesa *Lexico* (2021), organizado pela Universidade de Oxford, define *fake news* como “Informações falsas que são transmitidas ou publicadas como notícias para fins fraudulentos ou com motivação política”¹. Por meio desse conceito, Barbosa (2020) aponta dois aspectos importantes; são eles a finalidade política e a imitação do gênero jornalístico das notícias veiculadas (*news*). Trata-se de um expediente que busca legitimar por meio de um rótulo jornalístico, cuja autoridade repousa sobre a informação de fatos verdadeiros, uma notícia falsa com intencionalidades políticas. Para ser convincente, as *fake news* precisam imitar o *modus operandi* das notícias verdadeiras.

Outro importante dicionário inglês, o *Cambridge Dictionary* (2021), apresenta uma definição semelhante, caracterizando as *fake news* como “histórias falsas que parecem ser notícias, espalhadas na internet ou usando outros meios de comunicação, geralmente criadas para influenciar visões políticas ou como uma piada”². Esse conceito inclui outro elemento importante: a internet como meio usual de disseminação das *fake news*.

É segundo essa última definição inglesa que o *Dicionário Online de Português* (2021) traz o conceito de *fake news*, que são definidas como “Notícias falsas; quaisquer notícias e informações falsas ou

1. Tradução nossa

2. Tradução nossa.

mentirosas que são compartilhadas como se fossem reais e verdadeiras, divulgadas em contextos virtuais, especialmente em redes sociais ou em aplicativos para compartilhamento de mensagens”.

Tandoc, Lim e Ling (2018) propõem uma tipologia das *fake news* baseando-se em dois aspectos de seu conteúdo: a facticidade e a intencionalidade. O primeiro aspecto avalia se a notícia possui realidade objetiva, se ela se refere a um fato verdadeiro. O segundo aspecto lida com a intenção do autor da notícia, no sentido de provocar a desinformação. Dessa forma, considerando estes dois aspectos, os autores classificam as *fake news* em seis grupos: (1) sátira de notícias, (2) paródias, (3) fabricações, (4) manipulação, (5) publicidade e (6) propaganda.

Segundo Santaella (2019), as notícias falsas também são definidas como fofocas, boatos, rumores, histórias que são criadas intencionalmente para fornecer informações enganadoras ou ludibriar. Buscam influenciar as crenças das pessoas, gerar confusões em prol de interesses escusos ou manipulá-las politicamente.

Contudo, Santaella (2019) complementa que:

Inteira­mente novo [...] é o modo inédito de operar e a grande mudança de escala propiciada pelo poder de difusão do computador habilitado pelas plataformas de redes sociais. As redes operam de acordo com a lógica dos caça-cliques (*clickbait*s) em que o conteúdo online é valorizado pelo volume de tráfego de um post ou de um site. (SANTAELLA, 2019, p. 32, grifo dos autores).

Muitas vezes os usuários dessas redes sociais compartilham as mensagens sem ler o conteúdo, mobilizados por imagens que provocam um apelo emocional, sem disputar distinção entre uma notícia factual e uma notícia fantasiada. O processo de comparti-

lhamento obedece ao ajuste de algoritmos que buscam, dentro de uma lógica de mercado, oferecer o conteúdo propagandístico mais apropriado ao perfil de cada usuário. Contudo, esses mesmos algoritmos podem ser usados na disseminação de conteúdo falso direcionado ao perfil ideológico dos usuários. As bolhas, também chamadas de câmaras de eco ou salas espelhadas, constituem “o ecossistema individual e coletivo de informação viciada na repetição de crenças inamovíveis” (SANTAELLA, 2019, p. 10).

O que os usuários acessam nessas bolhas que eles mesmos criaram a partir de suas preferências são reflexos de outras informações que reforçam suas opiniões, fechando o espaço para novas informações, assuntos ou ideias. Tudo isso perfeitamente dissimulado para dar a impressão de que o mundo é da forma como se fantasia no interior das bolhas. Além disso, tais bolhas possuem grande número de membros e não necessitam de raciocínio argumentativo por não exibirem contradições em seu interior, reforçando a crença nas notícias ali instaladas.

Segundo Chapman (2017), as notícias falsas que circulam na internet apresentam três traços característicos: desinformação, desconfiança e manipulação. A autora enumera alguns exemplos de notícias falsas: conteúdo político que é deliberadamente falso; mensagens que são muito enganadoras, mas não necessariamente falsas; e memes que não são nem verdadeiros nem falsos, porém capazes de produzir uma impressão negativa ou incorreta.

Para Bounegru *et al.* (2017), a super capacidade de se propagar (*spreadability*), oferecida pela internet, é o aspecto mais perigoso que caracteriza as *fake news* contemporâneas. O entendimento da rede de disseminação das notícias e boatos precisa vir acom-

panhado da compreensão tanto do seu conteúdo quanto de sua forma, na identificação das *fake news*.

O grande potencial de propagação de conteúdos e informações que passaram a ter todos os usuários das redes sociais propiciou o surgimento de uma infodemia. Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS, 2021), a infodemia é caracterizada pela disseminação excessiva, tanto em quantidade de conteúdo quanto em número de destinatários, sem o devido controle para filtros de mensagens falsas. Dessa forma, esse ambiente de hiperinformação dificulta o acesso às fontes mais confiáveis de conteúdo. Se antes tínhamos poucas opções de acesso à informação, favorecendo o surgimento de monopólios informacionais com grande possibilidade manipulativa, hoje vivemos o excesso de canais informativos. Tal excesso contribui para que a crença em determinada informação seja mais dirigida pela adesão afetiva de cada indivíduo e não pela realidade objetiva, haja vista estar oculta ou misturada como uma agulha em um palheiro.

Nesse sentido, a infodemia favorece o surgimento da desinfodemia, caracterizada pela Unesco (2021) como a disseminação de informações falsas ou não confiáveis, intencionais ou não, em meio ao excesso de conteúdo disseminado.

Essa atmosfera de notícias falsas, de acordo com Perosa (2017), gera as condições perfeitas para o fenômeno da pós-verdade. Segundo o *Dicionário Oxford*, (2021) esse fenômeno denota “circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal”. Entre as causas para este fenômeno, Perosa (2017) enumera: 1) a alta polarização política que atua contra o debate racional e o

bom senso, gerando tumultos e violências; 2) a descentralização da informação devido à existência de inúmeros canais de comunicação alternativos, diferenciados e independentes; e 3) o ceticismo generalizado em relação às instituições democráticas e políticas representadas pelos partidos, mídia tradicional e pelo governo. Segundo a autora, tal desconfiança tem levado a crenças extremas como o terraplanismo ou negacionismo da crise climática.

Silva (2019) define que as *fake news* são consequência da era da pós-verdade, na medida em que os indivíduos acreditam nas informações que concordam com suas visões de mundo, independente da materialidade e objetividade dos fatos à disposição. Trata-se de um regime de verdade no qual o compartilhamento inadvertido das informações obedece muito mais a determinados apelos emocionais e crenças pessoais do que à realidade objetiva dos fatos.

Santaella (2019) aponta alguns fatores para o sucesso das notícias falsas e da pós-verdade, tais como: “a sobredeterminação que a emoção exerce na racionalidade humana, pela ausência do debate público e de formas de consenso que as redes sociais pulverizaram, em suma, problemas que ajuste de algoritmos, por si só, não conseguem resolver” (SANTAELLA, 2019, p. 53). Nesse sentido, buscou-se nas próximas seções descrever como as notícias falsas, especialmente nas redes sociais, encontram respaldo enquanto um fenômeno de massa e enquanto instrumentos muito similares aos da propaganda no interior dos movimentos antidemocráticos.

O comportamento psicológico das massas segundo Freud

No início da sua obra *Psicologia das massas* (FREUD, 2011), somos convidados a desistir de uma divisão considerada até então natural entre a psicologia individual e a psicologia social. Isso ocorre porque, mesmo na análise de um ser humano particular, é impossível isolá-lo das relações estabelecidas com os demais indivíduos. É nesse contexto que Freud entende que mesmo as categorias da psicanálise devem ser pensadas de modo articulado e não há restrição para estender esses termos a uma espécie de teoria social. Como sabemos, a Escola de Frankfurt levará a cabo esse projeto freudiano, com o qual se pode operar uma análise social. Nesse sentido, Freud compreende que certos grupos sociais funcionam de modo análogo a indivíduos, porque seguem completamente coesos como se fossem uma massa.

Interessante notar que Durkheim (2007) já discutia a ação do indivíduo condicionada pela multidão, o que chamava de correntes sociais:

Numa assembleia, os grandes movimentos de entusiasmo ou de devoção que se produzem não têm, por lugar de origem, nenhuma consciência particular. Eles nos vêm, a cada um de nós, de fora e são capazes de nos arrebatam contra a nossa vontade (DURKHEIM, 2007, p. 4).

Durkheim já observava como esses processos de mobilização coletiva se aplicavam também aos movimentos de opinião, produzidos a todo instante e em toda a sociedade, nas mais diversas áreas (como artes, política e religião).

Também Simmel (2006) analisa esse fenômeno, que chama de “arrebato da massa”, nas grandes aglomerações em que o indivíduo sente estar tomado por uma força externa e independente de seu querer individual. Como o grupo é formado por indivíduos, todos participam do processo, mas o tipo de interação oculta a consciência de sua parte individual. O indivíduo arrebatado e é arrebatado. O autor dá o exemplo das risadas em um teatro, ou dos efeitos do discurso de um político. Esse “estado sociológico de inebriação” provoca “inibições críticas” do entendimento e da moral. Ainda que sejam usadas com intenções nobres e comprometidas com algo que possa ser eticamente válido, isso não exclui o processo de ocultamento da consciência individual.

Contemporâneo da obra de Durkheim, Gustave Le Bon desenvolveu o termo “psicologia das massas” na obra *Psicologia das Multidões* (LE BON, 2018). Freud se debruçou sobre ela para tentar apresentar algumas características psicológicas mais gerais e primitivas dessa “alma coletiva”. Por isso, acreditamos que é fundamental recuperarmos as posições de Le Bon, especialmente no diálogo que Freud fará com elas.

Notadamente, o que chamou a atenção para Le Bon foi o fato de que um mesmo indivíduo tratado de maneira isolada passa a apresentar pensamentos, sentimentos e ações completamente distintos do esperado de sua condição isolada quando ele está alinhado à multidão na qual ele pertence e com a qual forma um todo. Essa multidão, Le Bon a denomina de “massa psicológica”, porque se trata não de um simples agrupamento de pessoas, mas de uma totalidade de pessoas que se reconhecem por um conjunto de crenças comuns e inquestionáveis. Uma espécie, portanto, de doutrina.

O que caracteriza essa massa psicológica é a união de pessoas (não necessariamente inseridas em um mesmo contexto social e econômico) em torno de determinadas crenças tomadas como verdades absolutas, com as quais todos os membros do grupo estão de acordo. Essas massas, portanto, podem se formar em determinado momento do tempo e passarem a constituir uma “alma coletiva”. Dessa forma, determinados pensamentos e ações só ocorrem quando os indivíduos compõem a massa, mas dificilmente seriam manifestados por estes mesmos indivíduos fora dessa condição. Para Le Bon, as particularidades individuais ficam suspensas e passam a operar fundamentos inconscientes comuns a todos. Ele acrescenta que, na alma coletiva, apagam-se as aptidões intelectuais dos homens e conseqüentemente sua individualidade. “[...] O partilhar das qualidades ordinárias explica porque as multidões não poderiam realizar atos que exigem uma inteligência elevada. [...] As multidões acumulam não a inteligência, mas a mediocridade” (LE BON, 2018, p. 34).

Le Bon defende o surgimento não apenas de comportamentos silenciados nos indivíduos isolados, mas o aparecimento de características novas. Essas novas características são devidas a três fatores:

- a) O pertencimento à massa, pelo próprio fator numérico, produz um sentimento de poder invencível nos indivíduos que passam a alimentar instintos controlados isoladamente. Como a massa é anônima, ela não pode ser responsabilizada pelos seus atos, o que gera abertura para a suspensão da condenação individual, criando a possibilidade de poder agir de forma irresponsável. Extingue-se o “medo social”.

b) As massas criam uma atmosfera de contágio social que passa a dirigir suas manifestações. Tudo que ocorre nas massas é contagioso a ponto de o indivíduo renunciar a seus interesses em prol dos interesses coletivos.

c) O fenômeno da sugestibilidade surge nas massas como o principal produtor não só do contágio social, mas da gênese de novas características muitas vezes bastante contrárias ao comportamento individual isolado. Esse fenômeno se assemelha com o estado de hipnose, quando os traços conscientes de personalidade são perdidos e o indivíduo passa a obedecer às sugestões provocadas pelo hipnotizador. Porém, nas massas, o efeito de uma sugestão é muito mais exacerbado pela reciprocidade, haja vista se tratar de uma mesma sugestão para todos os indivíduos da massa.

Parece ficar claro por esses fatores que a massa, segundo Le Bon, é impulsiva, volúvel e excitável, obedecendo a impulsos que podem ser nobres ou cruéis, heroicos ou covardes, a depender do contexto, mas que são superiores aos interesses pessoais. Mesmo o interesse que nos parece mais vital, a saber, o interesse pela auto-preservação, pode ser colocado em suspenso. São onipotentes e desconhecem a noção do impossível ou do improvável. Ademais, é influenciável, crédula e acrítica. Seus sentimentos são simples e exaltados, desconhecendo qualquer dúvida ou incerteza. Por ser assim intensa e confiante, a massa transita rapidamente entre sentimentos extremos. Uma simples suspeita levantada se transforma em certeza e indiscutível. Uma antipatia precoce se transforma em ódio mortal.

As ações realizadas podem ser perfeitas quanto a sua execução, mas, não sendo dirigidas pelo cérebro, o indivíduo age conforme as contingências da excitação. [...] Portanto, é escrava dos impulsos recebidos. O indivíduo isolado pode ser submetido aos mesmos excitantes que o homem na multidão; porém, como sua razão lhe mostra os inconvenientes de ceder a eles, não cede (LE BON, 2018, p. 40).

Sendo inclinada a sentimentos e ações extremas, a massa também é igualmente excitada por estímulos desmedidos.

Quem quiser influir sobre ela, não precisa medir logicamente os argumentos; deve pintar com as imagens mais fortes, exagerar e sempre repetir a mesma coisa (FREUD, 2011. p. 27).

Sendo a multidão impressionável apenas por sentimentos excessivos, o orador que quiser seduzi-la deverá abusar de afirmações violentas. Exagerar, afirmar, repetir e nunca demonstrar qualquer coisa por meio de um raciocínio são os procedimentos de argumentação familiares aos oradores das reuniões populares (LE BON, 2018. p. 52).

Segundo Le Bon, isso ocorre porque as massas são indiferentes à verdade. Demandam ilusões irrenunciáveis, haja vista que o irreal prevalece sobre o real. Não fazem distinção entre o verdadeiro e o falso.

Tendo consciência de sua enorme força e não colocando em dúvida as informações referentes à verdade ou falsidade de suas proposições, as massas se tornam intolerantes na mesma medida em que se tornam obedientes a uma autoridade. As massas valorizam a força e a violência, e, em geral, consideram a bondade uma fraqueza. Não é raro que elas possuam uma reverência pela tradição na mesma proporção que guardam uma aversão aos progres-

sos e inovações. São substancialmente conservadoras e procuram nutrir um espírito de dominação, opressão e medo em relação aos que lhes comandam.

A massa é um rebanho dócil, que não pode jamais viver sem um senhor. Ela tem tamanha sede de obediência, que instintivamente se submete a qualquer um que se apresente como seu senhor. Assim, as necessidades da massa a tornam receptiva ao líder, mas este precisa corresponder a ela com suas características pessoais. Ele próprio tem de estar fascinado por uma forte crença (numa ideia), para despertar crença na massa; ele tem de possuir uma vontade forte, imponente, que a massa sem vontade vai aceitar. (...) No conjunto, entende que os líderes adquirem importância pelas ideias de que eles mesmos são fanáticos (FREUD, 2011, p. 30).

De modo geral, Le Bon descreve características de massas efêmeras, rapidamente formadas por indivíduos com perfis distintos que se unem por um interesse em comum, porém passageiro. Exemplos de massas revolucionárias, especialmente as surgidas durante a Revolução Francesa, o influenciaram nessas descrições.

Em síntese, de acordo com Le Bon, as ligações afetivas entre os indivíduos em uma massa podem explicar:

1. Falta de autonomia e de iniciativa de cada indivíduo;
2. Semelhança entre a sua reação e a de todos os demais;
3. Enfraquecimento da aptidão intelectual;
4. Desinibição da afetividade;
5. Incapacidade de moderação e adiamento;

6. Tendência a ultrapassar barreiras na expressão dos sentimentos;
7. Descarregar os sentimentos na ação.

No seu diálogo com a obra de Le Bon, Freud ressalta o esforço na compreensão das massas estáveis, nas quais os indivíduos passam a maior parte de sua vida, e que se corporificam nas instituições sociais. Nessa mesma direção, Freud cita outro importante autor, William McDougall, que em seu livro *The Group Mind* (MCDUGALL, 1927) dá o nome de multidão a essa massa desorganizada. Para se tornar uma alma coletiva, ou seja, uma massa psicológica, é necessário que essa multidão tenha algo em comum, compartilhamento de interesses, direção afetiva semelhante e capacidade de influência mútua entre seus integrantes. Quanto maior o número de pessoas experimentando a circulação de um mesmo afeto, maior será a coação mútua e o prazer gerado por esse afeto compartilhado. Em nome da circulação desse afeto e do prazer que é proporcionado, se silencia toda a capacidade crítica dos indivíduos tomados isoladamente ou num contexto que eles não estariam formando uma massa.

Novamente, a sensação de poder ilimitado é produzida no indivíduo no interior das massas, a ponto de provocar nele ações que ele mesmo evitaria em situações em que não estivessem sob o efeito das massas. McDougall também corrobora a tese da inibição coletiva da inteligência na massa, na qual se postula que o aumento da afetividade gera condições desfavoráveis para o trabalho mental correto, e porque a atividade de pensamento não é livre, mas intimidado.

A elevação da massa para um nível mais organizado necessita cumprir cinco condições enumeradas por McDougall (1927). São elas:

1. Necessidade de continuidade na sua existência: pode ser uma continuidade material quando as pessoas ficam muito tempo na massa ou pode ser formal quando ocorre sucessão de pessoas, mas permanência de posições criadas nessa massa;
2. Formação de um vínculo afetivo com a massa em seu conjunto: compartilhamento de concepções de natureza, função, reivindicações e realizações da massa;
3. Necessidade de rivalidade entre outras massas, mesmo que sejam semelhantes em alguns pontos;
4. Manutenção de tradições, costumes e disposições especialmente entre os membros das massas;
5. Necessidade de divisão, diferenciação e especialização das atividades para cada indivíduo da massa.

Em apertada síntese, observamos que as massas podem se apresentar bastante distintas em sua morfologia e processo de formação. Podemos notar massas passageiras e outras duradouras; formadas por indivíduos semelhantes (homogêneas) ou distintos (heterogêneas); artificiais (aquelas que necessitam de uma coação externa) ou naturais; primitivas ou organizadas. Contudo, Freud (2011) irá se ocupar com as características de dois tipos: as massas com líder e sem líder. Haja vista o fato de Le Bon e McDougall já terem apresentado descrições de massas mais simples, Freud irá se deter ao modelo mais organizado e artificial de massa com líder. Para

tanto, ele recorre a duas organizações cujos membros assumem um comportamento de massa pelo dever de se comportar estritamente com o conjunto de regras instituídas como uma doutrina. Freud (2011) toma como exemplo a formação da Igreja e do Exército.

Tanto a Igreja como o Exército são massas artificiais, ou seja, necessitam de uma coação externa para evitar sua dissolução e garantir sua continuidade, além de impedir mudanças na sua estrutura. Também em ambas o desligamento do indivíduo é desestimulado ou punido de modo severo, restrito a certas condições muito delimitadas. Ambas possuem um líder, seja um general, no caso do exército, ou, no caso da Igreja, um líder religioso ou um chefe supremo, como Cristo nas religiões cristãs. Este líder ama com igual intensidade todos os membros da massa. Segundo Freud (2011), a manutenção dessas massas depende dessa ilusão afetiva. Uma vez abandonada essa crença, tanto a Igreja quanto o exército se dissolveriam.

No ambiente religioso cristão, Cristo se relaciona com os indivíduos como um irmão mais velho e bondoso, um substituto paterno. Todos os crentes são iguais, recebem a mesma dose de amor e se tratam como irmãos em Cristo. Da mesma forma no Exército, em que o general é o pai, donatário igualitário do amor aos seus soldados, que se consideram camaradas entre si.

Freud (2011) chama a atenção para um aspecto de rivalidade presente entre massas semelhantes, mas distintas em alguns pontos, que foi descrito anteriormente por McDougall:

(...) mesmo que se denomine a religião do amor, tem de ser dura e sem amor para com aqueles que não pertencem a ela. No fundo, toda religião é uma religião de amor para aqueles que a abraçam, e tende à crueldade e à intolerância para com os não seguidores (FREUD, 2011, p. 54).

Contudo, Freud (2011) nos alerta que uma diminuição na violência e crueldade na intolerância contra membros fora dessas massas religiosas não se deve à uma suavização dos costumes humanos, mas do enfraquecimento dos sentimentos religiosos e das ligações afetivas que deles dependem. Se a ligação religiosa é substituída por outra ligação de massa, passaremos a observar a mesma intolerância com os indivíduos fora dessa massa, semelhante à época das lutas religiosas. Freud parece antever um fenômeno atual já naquela época, quando afirma que “se as diferenças de concepções científicas viessem a ter, algum dia, importância igual para as massas, o mesmo resultado se repetiria também com essa motivação” (FREUD, 2011, p. 54).

No interior desses dois exemplos de massas artificiais e organizadas, Freud (2011) destaca o principal fenômeno da psicologia das massas: a ausência de liberdade do indivíduo na massa de se posicionar de modo contrário às crenças compartilhadas pelo grupo. Além disso, o laço afetivo das massas com o líder parece ser mais forte do que nos indivíduos das massas entre si. Apesar de um simples agrupamento de pessoas não formar uma massa, pelo menos torna mais fácil o surgimento de uma massa psicológica, uma alma coletiva, quando há essa disponibilidade para se partilhar um conjunto de crenças e afetos em comum.

Freud (2011) coloca alguns questionamentos bastante interessantes sobre a figura do líder nas massas. Questiona se ele não poderia ser substituído por uma abstração, uma ideia, como no caso das religiões nas quais o líder supremo é intangível, mas continua exercendo liderança na figura de um líder secundário ligado à ideia. Ou então o líder poderia ser substituído por um desejo partilhado pelas massas, uma certa tendência em comum.

O papel do líder na ligação afetiva com as massas possui uma importância de tal monta que, caso essa ligação fosse rompida, as massas se desintegrariam, os indivíduos voltariam aos seus desejos individuais e renunciariam comportamentos típicos das massas. Contudo, essa desintegração vem muitas vezes acompanhada de angústia e pânico. Freud (2011) cita o exemplo das massas militares, quando as ordens do superior não são mais ouvidas e cada indivíduo cuida apenas de si, sem se importar com os demais. As ligações mútuas foram eliminadas, os laços afetivos foram cessados, liberando uma angústia enorme e sem sentido.

Mas Freud (2011) concede não só ao líder a soberania na constituição das características das massas, reivindicando o papel da sugestão mútua.

Somos lembrados [...] do quanto cada indivíduo é governado pelas atitudes de uma alma de massa, que se manifestam como particularidades raciais, preconceitos de classe, opinião pública etc. A influência da sugestão [...] é exercida não só pelo líder, mas também por cada indivíduo, um sobre o outro [...] (FREUD, 2011, p. 78).

Outro aspecto interessante que Freud (2011) chama a atenção é o instinto de rebanho ou instinto gregário, no qual os membros da massa, ao se oporem a este instinto, são separadas do rebanho e se tornam angustiados. Contudo, em uma massa, deve haver igualdade entre os indivíduos e dominação por apenas um deles, superior a todos os outros. Nesse sentido, Freud (2011) corrige a expressão na qual o homem seria um animal de rebanho para um animal de horda, haja vista as hordas serem conduzidas por um chefe.

Herdando as características das hordas primevas, tal como a atrofia da personalidade individual consciente, a unidirecional-

dade dos sentimentos e pensamentos, a soberania da afetividade e psique inconsciente, e a inclinação para a execução imediata das ações, Freud (2011) distingue a figura das massas de seu líder, na medida em que:

Os indivíduos da massa eram tão ligados como hoje, mas o pai da horda primeva era livre. Seus atos intelectuais eram fortes e independentes mesmo no isolamento, sua vontade não carecia do reforço dos demais. Supomos, conseqüentemente, que seu Eu tinha poucos laços libidinais, ele não amava ninguém exceto a si mesmo, ou amava outros apenas enquanto satisfaziam as necessidades dele. [...] Ao morrer, tinha que ser substituído; seu lugar era provavelmente ocupado por um filho jovem, que até então fora indivíduo da massa como os outros (FREUD, 2011, p. 86).

Em suma, Freud (2011) considera que o líder da massa continua sendo o temido pai primordial dessa horda primeva. A massa ainda mantém a vontade de ser dominada com forças sem restrições e anseia extremamente por uma autoridade. Corroborando Le Bon, a massa tem sede de submissão. Nesse sentido, iremos discutir agora os aspectos que configuram a propaganda totalitária e anti-democrática que também mobilizam, em certo sentido, o espírito das massas.

Fake news e democracia no Brasil contemporâneo

Na parte do presente artigo que nos dedicamos ao estudo das *fake news*, mostramos que mesmo possuindo várias definições, é possível dizer que há uma convergência para um denominador comum, que é a fabricação intencional de informações falsas. Resgata o valor das narrativas na construção de visões do mundo em uma sociedade. O sucesso de uma *fake news* é medido pela confiança que ela alcança no conjunto de crenças das pessoas que a recebe. Nesse sentido, para alcançar esse sucesso, uma *fake news*, a princípio, precisaria emular a aparência de uma verdade na medida exata que se conforma às crenças de um grupo que guarda uma predisposição afetiva para endossar certas crenças em detrimento de outras.

Na formação da massa, a circulação de afetos como ressentimento, desejo de vingança, pertencimento a um grupo, entre outros, levam as pessoas a assumirem um comportamento comum em detrimento da forma como agiriam se estivessem sozinhas ou isoladas. Ou seja, elas estão dispostas a aceitar qualquer crença que reforce esse conjunto de sentimentos e, por consequência, os laços pelos quais o grupo se mantém coeso como uma massa. É nesse contexto que as *fake news* ganham terreno, porque elas são crenças que não se comprometem com a realidade ou com dados da realidade, mas com aquilo que o grupo deseja acreditar para se manter unido e coeso como uma massa.

O ponto é que uma *fake news* não se sustenta sem o apoio de várias pessoas que acreditam e compartilham seus conteúdos. E para que esse compartilhamento ocorra em massa é preciso que

haja grupos ou massas, como mostramos na seção anterior, que desejam aquelas informações para emular o real de tal sorte que ele passe a ser apenas um espelho daquilo que se deseja acreditar. Isto é, a leve pincelada de realidade, (lembrando que muitas das *fake news* misturam informações falsas com verdadeiras ou operam com informações verdadeiras, mas colocadas em temporalidades distintas) está longe de demonstrar um compromisso com algum grau de objetividade, mas aponta apenas para o poder que uma notícia tem para reforçar um conjunto de crenças já existentes quando essa notícia é dita sob medida do que se deseja acreditar.

Desse modo, mesmo com ações tecnológicas e mercadológicas na criação de algoritmos, de robôs e no financiamento público e privado na disseminação das *fake news*, só conseguem ganhar força porque elas estão a serviço das massas cuja existência depende, a todo custo, de que os seus indivíduos estejam unidos pelas mesmas crenças e as reforcem independente da realidade, entendida como um dado de experiência objetiva. Assim, as *fake news* só ganham projeção no espaço público porque certas massas dependem delas para alimentar as suas narrativas paranoicas, nos termos colocados por Freud (2011), de que devem se proteger de uma ameaça externa ao grupo e que pode colocar por terra a integridade daquele grupo.

Para reforçar a nossa posição, convidamos os/as leitores/as a constatar a base sobre a qual as *fakes news* são produzidas. Elas coincidem com aquilo que Freud (2011) falava das Igrejas ou das massas que podem se formar em consonância com aspectos religiosos. O *kit gay*, por exemplo, é uma *fake news* que se estrutura num conjunto de crenças religiosas, as quais estão no centro de certas massas cujo comportamento é fundamentalista. Isto é, as

fake news são produzidas sob a medida de uma disposição para se acreditar nas crenças que formam a unidade do grupo. Igualmente à ameaça comunista, para a qual sempre se recorre à importância das forças armadas (outro grupo ou massa estudada por Freud) para combater esse inimigo externo que deseja invadir o país, é uma *fake news* responsável por reforçar as crenças relativas à importância do exército e dos seus valores patrióticos.

É nesse contexto que Freud (2011) articula a importância da criação de um inimigo em comum para os problemas enfrentados em uma determinada sociedade. Esse inimigo, no terreno psicológico das massas, funciona como o elemento em comum que aproxima os indivíduos.

Nas eleições brasileiras de 2018, observou-se a luta contra as pautas identitárias, o inimigo da vez na união das pessoas nas massas reacionárias, as quais desejam a volta a um passado fantasmático, isto é, a um passado que não necessariamente existiu, mas que serve de contraponto às novas pautas políticas. O desejo em comum de reafirmar os valores “cristãos” e “cívicos” levou as massas a aceitarem de bom grado várias *fake news*, cuja falta de compromisso com a realidade era proporcional à adequação às crenças que certas massas desejam nutrir para se manterem unidas.

Desse cenário destaca-se a importância de um líder, de um messias que poderia combater o grande inimigo social. Freud muito nos ajudou a entender a ligação afetiva das massas com esse líder e a ligação entre os membros de suas massas seguidoras. Os próprios exemplos citados por Freud (2011), da formação das massas na Igreja e no Exército, parecem ter sido fielmente absorvidos pela grande mobilização que as chamadas bancadas parlamentares da Bíblia e da bala exercem na população brasi-

leira. Essa mobilização das massas religiosas e armamentistas garante grande percentual de votos em todas as eleições, sendo parte indispensável da propaganda política.

Como se pode observar, uma vez que o indivíduo se identifica no interior de uma massa, especialmente uma organizada e com um líder, fica mais fácil a assimilação de conteúdos falsos dada a renúncia de uma maior capacidade crítica nesses indivíduos, associados ao contágio e sugestionabilidade presente nessas massas físicas ou virtuais. A liderança importa nesse contexto na medida em que ela catalisa os valores por meio dos quais os grupos se reafirmam. Ela serve de norte, por isso os indivíduos da massa se projetam de modo identificatório nela, para que a massa tenha um ponto de referência e um lugar pelo qual o seu discurso escoar.

Assim como a ciência produz um efeito de admiração, também a pseudociência o faz, porém atendendo às emoções e expectativas do público. A sua validação é um processo mais curto e aceitável, pois as lacunas podem ser respondidas por outras informações igualmente falsas, perfazendo uma lógica circular.

Para Sagan (2006, p. 21), “as consequências do analfabetismo científico são muito mais perigosas em nossa época do que em qualquer outro período anterior”, o que tem consequências diretas para a vida em sociedade e a democracia. Por um lado, ao permitir a liberdade de expressão, a democracia permite que afirmações absurdas e pseudocientíficas sejam propagadas – ao ponto de a sociedade ter sempre de lidar com os limites – quando são propagados preconceitos atentatórios à dignidade humana, campanhas de difamação, ameaças, injúrias e outras violências.

Por outro lado, os métodos da ciência podem e devem ser utilizados nas práticas de governo, bem como na gestão e aperfeiçoamento de sistemas sociais, políticos e econômicos. Aqui, Sagan (2006) leva o significado do termo “experimento” ao nível de abertura para as situações práticas, já que todas as medidas da política e da economia deixam consequências e resultados, por isso são chamadas de “experimentos”. Ter processos de análise de dados (a chamada política baseada em evidências), verificabilidade e sistematização são práticas científicas que se aplicam à organização social. Para que essas práticas sejam efetivas, são imprescindíveis a liberdade e a democracia.

Por fim, a proximidade das *fake news*, enquanto um fenômeno de massas, parece bem plausível e viável nas sociedades democráticas, nas quais a substituição da realidade por uma ficção totalitária prescinde de golpes de estado ou ações violentas. A mobilização afetiva dos indivíduos, atomizados no interior das massas virtuais, a forma de disseminação das informações falsas nas plataformas da internet, e os resultados políticos, econômicos e sociais da construção do edifício da história da humanidade sobre alicerces ficcionais, engendrados de modo totalitário, oferecem os ingredientes suficientes para a implantação de um projeto metafísico de governo no qual a realidade dos fatos históricos sucumbem perante o idealismo e incontestâncias das narrativas coerentes e perfeitas, basicamente intocáveis, pretendidos na atual desinformação brasileira. Por isso, o combate à desinformação certamente é um dos pilares centrais para a sobrevivência das democracias modernas.

Referências

- ANDRADE, Érico. *Sobre losers: fracasso, impotência e afetos no capitalismo contemporâneo*. Curitiba: CRV, 2019.
- ARENDT, H. *Origens do totalitarismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- BAGGINI, J.; FOSL, P. *As ferramentas dos filósofos: um compêndio sobre conceitos e métodos filosóficos*. 2. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2012.
- BARBOSA, S. Verdade, política e fake news: reflexão à luz da obra de Hannah Arendt. *Revista Boletim Historiar*, 2020. v. 7, n. 2. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/historiar/article/view/14378>. Acesso em: 15 abr. 2021.
- BOUNEGRU, L. *et al. A field guide to 'fake news' and other information disorders*. Amsterdam: Public Data Lab, 2017.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- CHAPMAN, M. *Fake news, echo chambers and filter bubbles: what you need to know*. 2017. Disponível em: <https://www.betterinternetforkids.eu/web/portal/practice/awareness/detail?articleId=1990814>. Acesso em: 15 abr. 2021.
- COLLINS. *Collins Online English Dictionary*. Disponível em: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>. Acesso em: 15 abr. 2021.
- COSTA, F. Editorial. *Revista USP*. São Paulo. 2018. n. 16. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/issue/view/10663>.
- DA EMPOLI, G. *Os engenheiros do caos – como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições*. São Paulo: Vestígio, 2019.
- DURKHEIM, E. *As regras do método sociológico*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- FAKE NEWS. *In: CAMBRIDGE DICTIONARY*. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news>. Acesso em: 15 abr. 2021.

FAKE NEWS. In: DICIONÁRIO ONLINE DE PORTUGUÊS. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/fake-news/>. Acesso em: 15 abr. 2021.

FAKE NEWS. In: LEXICO. Disponível em: https://www.lexico.com/definition/fake_news. Acesso em: 15 abr. 2021.

FALCÃO, P.; SOUZA, A. B. De. Pandemia de desinformação: as fake news no contexto da Covid-19 no Brasil. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*; v. 15, n. 1 (2021): Dossiê Comunicação, Saúde e Crises Globais: parte 2DO - 10.29397/reciis.v15i1.2219, 22 mar. 2021. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2219>. Acesso em: 15 abr. 2021

FREGE, G. *Lógica e filosofia da linguagem*. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2009.

FREUD, S. *FREUD (1920-1923) Psicologia das massas e análise do Eu e outros textos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

IRETON, C.; POSETTI, J. *Jornalismo, fake news & desinformação: Manual para Educação*. Paris: Unesco, 2018.

LE BON, G. *Psicologia das multidões*. 3. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2018.

MCDUGALL, W. *The group mind*. 2. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1927.

MELLO, P. C. *A máquina do ódio: Notas de uma repórter sobre fake news e violência digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

OMS (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE). *Infodemic*. Disponível em: https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1. Acesso em: 15 abr. 2021.

PEROSA, T. O império da pós-verdade. *Época*, 2017. Disponível em: <https://epoca.globo.com/mundo/noticia/2017/04/o-imperio-da-pos-verdade.html>. Acesso em: 15 abr. 2021.

POST truth. In: DICIONÁRIO OXFORD. Disponível em: <https://www.lexico.com/definition/post-truth>. Acesso em: 15 abr. 2021.

RECUERO, R.; GRUZD, A. Cascatas de fake news políticas: um estudo de caso no Twitter. *Galáxia*, São Paulo, p. 31-47, 2019.

SAGAN, C. *O mundo assombrado pelos demônios*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

SANTAELLA, L. *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

SILVA, F. B. da. *O regime de verdade das redes sociais on-line: pós-verdade e desinformação nas eleições presidenciais de 2018.* [S.l.]: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2019.

SIMMEL, Georg. *Questões fundamentais da sociologia: indivíduo e sociedade.* Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

TANDOC, E. C.; LIM, Z. W.; LING, R. Defining “fake news”. *Digital Journalism*, v. 6, n. 2, p. 137–153, 7 fev. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>. Acesso em: 15 abr. 2021.

TEIXEIRA, A. *Fake news contra a vida: desinformação ameaça vacinação de combate à febre amarela.* [S.l.]: Pontifícia Universidade Católica - SP, 2018.

UNESCO. *Desinfodemia.* Disponível em: <https://pt.unesco.org/covid19/desinfodemic>. Acesso em: 15 abr. 2021.