

## **SUBJETIVIDADE EM TEMPOS DE PÓS-VERDADE: O DISCURSO CAPITALISTA NA PRODUÇÃO DA LINGUAGEM, DA VERDADE E DOS FATOS**

### **SUBJECTIVITY IN TIMES OF POST-TRUTH: CAPITALIST DISCOURSE IN THE PRODUCTION OF LANGUAGE, TRUTH, AND FACTS**

### **SUBJETIVIDAD EN TIEMPOS DE POSVERDAD: EL DISCURSO CAPITALISTA EN LA PRODUCCIÓN DE LENGUAJE, VERDAD Y HECHOS**



10.56238/edimpacto2025.090-083

**Francisco José de Oliveira Neto**

Mestre em Psicologia

Instituição: Universidade Federal de Goiás (UFG)

E-mail: [Francisconeto3@yahoo.com.br](mailto:Francisconeto3@yahoo.com.br)

#### **RESUMO**

Este capítulo tem como propósito examinar como diferentes fake news veiculadas em redes sociais, as categorias de linguagens, fatos e realidades que mesmo desprovidos de sentido de verdade, articulam com a ideologia capitalista e engendram novas formas de subjetividades contemporâneas. A análise busca identificar as categorias de linguagem, os regimes de enunciação e as pseudo-realidades mobilizadas por essas narrativas, observando de que modo tais elementos se tornam capazes de sustentar crenças, afetos e formas de pertencimento. Ao explorar a dinâmica entre valor de uso e valor de troca no contexto das fake news, evidencia-se que sua eficácia não reside na informação em si, mas no modo como circulam, como capturam a atenção e como são convertidas em mercadorias simbólicas pelo capitalismo de forma digital, cujo funcionamento algorítmico intensifica a lógica de viralização. Além disso, o capítulo investiga os impactos das fake news no laço social brasileiro contemporâneo, mostrando como esses discursos contribuem para a fragmentação do espaço público, para a polarização afetiva e para a construção de antagonismos imaginários que reorganizam o campo do político. Por fim, busca-se compreender como as fake news participam da produção de identidades e modelos de ação na atualidade, instaurando matrizes de subjetivação que interpellam o sujeito, modulam suas crenças e orientam suas práticas sociais. Desse modo, demonstra-se que, no ambiente hipermidiatizado, as fake news ultrapassam a mera falsificação de fatos: tornam-se dispositivos psíquicos e sociais que modelam desejos, percepções e modos de existir, ocupando uma função central na arquitetura subjetiva do contemporâneo.

**Palavras-chave:** Fake News. Subjetividade Contemporânea. Capitalismo Digital. Linguagem e Ideologia. Laço Social.

#### **ABSTRACT**

This chapter aims to examine how different fake news stories disseminated on social media, the categories of language, facts, and realities that, even devoid of a sense of truth, articulate with capitalist ideology and engender new forms of contemporary subjectivities. The analysis seeks to identify the categories of language, the regimes of enunciation, and the pseudo-realities mobilized by these narratives, observing how such elements become capable of sustaining beliefs, affects, and forms of



belonging. By exploring the dynamics between use value and exchange value in the context of fake news, it becomes evident that its effectiveness does not reside in the information itself, but in the way it circulates, how it captures attention, and how it is converted into symbolic commodities by digital capitalism, whose algorithmic functioning intensifies the logic of viralization. Furthermore, this chapter investigates the impacts of fake news on contemporary Brazilian social bonds, showing how these discourses contribute to the fragmentation of public space, affective polarization, and the construction of imaginary antagonisms that reorganize the political field. Finally, it seeks to understand how fake news participates in the production of identities and models of action today, establishing matrices of subjectivation that interpellate the subject, modulate their beliefs, and guide their social practices. Thus, it demonstrates that, in the hypermediated environment, fake news goes beyond the mere falsification of facts: it becomes a psychic and social device that shapes desires, perceptions, and ways of existing, occupying a central function in the subjective architecture of the contemporary world.

**Keywords:** Fake News. Contemporary Subjectivity. Digital Capitalism. Language and Ideology. Social Bond.

## RESUMEN

Este capítulo busca examinar cómo las diferentes noticias falsas difundidas en redes sociales, las categorías de lenguaje, los hechos y las realidades que, incluso carentes de sentido de verdad, se articulan con la ideología capitalista y generan nuevas formas de subjetividad contemporánea. El análisis busca identificar las categorías de lenguaje, los regímenes de enunciación y las pseudorrealidades movilizadas por estas narrativas, observando cómo estos elementos se vuelven capaces de sustentar creencias, afectos y formas de pertenencia. Al explorar la dinámica entre el valor de uso y el valor de cambio en el contexto de las noticias falsas, se hace evidente que su efectividad no reside en la información en sí, sino en la forma en que circula, cómo capta la atención y cómo el capitalismo digital la convierte en mercancía simbólica, cuyo funcionamiento algorítmico intensifica la lógica de la viralización. Además, este capítulo investiga los impactos de las noticias falsas en los vínculos sociales brasileños contemporáneos, mostrando cómo estos discursos contribuyen a la fragmentación del espacio público, la polarización afectiva y la construcción de antagonismos imaginarios que reorganizan el campo político. Finalmente, busca comprender cómo las noticias falsas participan en la producción de identidades y modelos de acción actuales, estableciendo matrices de subjetivación que interpelan al sujeto, modulan sus creencias y guían sus prácticas sociales. De esta manera, se demuestra que, en el entorno hipermediado, las noticias falsas van más allá de la mera falsificación de hechos: se convierten en un dispositivo psíquico y social que moldea deseos, percepciones y formas de existencia, ocupando una función central en la arquitectura subjetiva del mundo contemporáneo.

**Palabras clave:** Noticias Falsas. Subjetividad Contemporánea. Capitalismo Digital. Lenguaje e Ideología. Vínculo Social.



## 1 INTRODUÇÃO

A atualidade se define como a era das conectividades. Não podemos negar que estamos conectados e é por meio dessas permanentes conexões que sonhamos e organizamos o mundo no século XXI. Ensinamos e aprendemos, construímos nossa subjetividade<sup>1</sup>. Cada um se associa a muitos outros, debate problemas, inventa soluções e cria coletivamente. Talvez seja essa a marca mais expressiva do nosso presente, em que cada sujeito, conectado e em rede, opina, analisa, discute, critica, cria e publica conteúdos. Tais alterações acabam afetando as relações do indivíduo com o mundo, acarretando assim o surgimento de novas subjetividades. Com isso surge a necessidade de (re)pensar com cuidado o presente. Precisamos discutir sobre as novas questões que são levantadas na vida cotidiana e procurar possíveis soluções de apreensões, interpretações e entendimentos, conforme expressa Zuin (2010).

Das mídias impressas às eletrônicas, das redes sociais aos blogs e microblogs, a sociedade jamais produziu nem recebeu tanta informação como nos dias atuais. No entanto, ao permitir que qualquer pessoa transmita instantaneamente conteúdos impactantes, a internet se torna condição fundamental para a criação de fatos que podem se descolar da realidade. O mundo virtual acaba por se tornar um lugar onde os ânimos, instigados por preferências partidárias ou inclinações ideológicas, proporcionam um mercado de exercício de controle ou de influência de pessoas, por meio de mentiras e boatos.

Assim, as redes sociais formam o local privilegiado de propagação de um dos principais produtos da era da pós-verdade, as chamadas, “fake news” ou falsas notícias, fenômeno este que tem gerado grande discussão dentro dos âmbitos dos meios de comunicação midiáticos, do meio jurídico, nas redes sociais e até mesmo dentro de instâncias políticas. Vale destacar que o consumidor das “fake news” é também, um coautor da propagação destas notícias mentirosas já que por achar que as informações atendem seus anseios, posições prévias, intenções políticas ou ideológicas, acreditam que tal conhecimento é verdadeiro e se satisfazem com isto.

Eleita pelo Dicionário de Oxford a palavra do ano de 2016, a pós-verdade preenche uma posição de evidência no debate público. Na definição britânica, “pós-verdade” é um substantivo “que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais” (PRIOLLI, 2017). O termo foi empregado pela primeira vez em 1992 pelo dramaturgo sérvio-americano, Steve Tesich em um ensaio para a revista The Nation. Em 2004, o escritor norte-americano Ralph Keyes colocou-o no título de seu livro The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life. Mas quem mais contribuiu para a sua popularização mundial foi a revista The Economist, desde que publicou o artigo “Arte da mentira” (PRIOLLI, 2017).

---

<sup>1</sup> A subjetividade, segundo Michel Foucault (1982), não é entendida como uma essência interior do sujeito, mas como um produto histórico, construído por meio de práticas discursivas, saberes e relações de poder. O sujeito se constitui através de processos de subjetivação, definidos por contextos socioculturais e regimes de verdade vigentes.



A mentira não surgiu com a pós-verdade, é algo que se atrela a uma tradição cultural, assim como, o uso do apelo emotivo. O que acontece contemporaneamente é que há uma perda na capacidade de averiguação do que é verdadeiro, uma crise epistemológica. Assim, as informações são repassadas sem se preocupar com a veracidade do que foi dito. Logo, quem lê a informação acha que se trata de algo verdadeiro.

A desmotivação na busca do que é verdadeiro faz com que os sujeitos se portem como indivíduos que creem independentemente da informação ser plausível. Ela é absorvida como um ato de fé. Quando se tem uma forte tendência, qualquer notícia que coaduna com as próprias convicções, deixam o sujeito mais confortável. Sendo assim, a internet virou um espaço de grupos, onde cada um seleciona o que quer ver e quem for estranho a estas escolhas é rejeitado. Assim, apesar de proporcionar a democratização da informação, a internet não faz o mesmo com a motivação da formação do sujeito em busca da verdade<sup>2</sup>. De acordo o estudo *The spread of true and false news online*, as notícias fictícias se espalham 70% mais rápido que as legítimas e atingem muito mais pessoas. Isso nos leva a pensar em “fake news” como mercadoria que, mesmo desprovidas de sentido de verdade se acomoda na lógica capitalista pós-moderna de produção de discurso e de desejo. Segundo Marx, “a mercadoria é, antes de tudo, um objeto externo, uma coisa a qual pelas suas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie. A natureza dessas necessidades, se elas se originam do estômago ou da fantasia, não altera nada na coisa” (Marx, 1867/2017, p.113).

De fato, o denominado “boom da internet” dos anos 90 que trouxe o desenvolvimento da rede mundial de computadores e os novos navegadores, ocorreu no bojo da chamada cultura pós-moderna que se implanta a partir dos anos 1980. Ressalta-se que uma das principais características da cultura pós-moderna é exatamente o abandono dos critérios de verdade e de objetividade científicas<sup>3</sup> e por consequência, a regulação da linguagem e da argumentação da realidade por meio de um enunciado produtor de sentidos. São também características da pós-modernidade a valorização da individualidade e a disponibilidade de recursos e produtos que promovem prazer e felicidade imediatos.

## 2 MODERNIDADE EXAURIDA E LAÇOS EM RUÍNAS

Com a descrença na emancipação moderna e com a crise da sociedade a partir dos movimentos das novas lutas políticas, somado com as transformações tecnológicas, o capitalismo foi reformulado,

<sup>2</sup> A verdade no direito constitucional pode ser compreendida como um princípio fundamental que estabelece limites à atuação do poder estatal, garantindo a proteção da dignidade humana e a manutenção do Estado Democrático de Direito. Conforme Ferrajoli (2002), a verdade jurídica é um componente essencial da justiça formal, pois “a legalidade, a legitimidade e a própria justiça estão condicionadas à verdade como princípio que regula o exercício do poder e assegura os direitos fundamentais” (p. 137). Nesse sentido, a verdade atua como uma “lei” simbólica que disciplina o exercício do poder e protege o sujeito da arbitrariedade, similarmente à ideia psicanalítica da verdade como castração que limita o gozo.

<sup>3</sup> LONGINO, Helen. *Science as Social Knowledge: Values and Objectivity in Scientific Inquiry*. Princeton: Princeton University Press, 1990. A autora define objetividade como “o resultado de práticas sociais que garantem crítica pública, revisão argumentativa e controle intersubjetivo dos enunciados científicos”.



inaugurando assim a pós-modernidade. O discurso da pós-modernidade ganha forma com o filósofo francês Jean-François Lyotard (2004) que descreve a filosofia a partir do iluminismo. Este autor apresenta os metarrelatos, que são narrativas, discursos, quase mitos, explicações do mundo, da história, da vida e do futuro, que representam uma verdade absoluta. Os metarrelatos surgem para a legitimação das ciências, das artes e das normas. O autor define ainda que, a pós-modernidade apresenta uma descrença em relação a esses metarrelatos, uma vez que não concebe uma verdade absoluta, mas a verdade parcial. O indivíduo não é produtor de verdades absolutas, mas de possibilidades e de hipóteses (LYOTARD, 2004).

Nesse momento, Lyotard (2004) define o saber científico como um discurso baseado em códigos, normas e regras próprias como um jogo de linguagem. A ciência é um dos jogos de linguagem, que parte da civilidade humana e que assegura as relações sociais. Os conhecimentos tecnológicos incidem sobre este saber científico na função de pesquisa e de transmissão, “o saber é e será produzido para ser vendido, e ele é e será consumido para ser valorizado numa nova produção: nos dois casos, para ser trocado. Ele deixa de ser para si mesmo seu próprio fim, perde o seu valor de uso” (LYOTARD, 2004, p. 4).

O saber passa agora a fazer parte da produção capitalista onde é comercializado, perdendo com isso o seu devido valor, como as informações que podem ser vendidas ou trocadas. Este cenário configura uma crise em relação à legitimação do saber. A crise das metanarrativas perde o sentido com o domínio da informática e o encontro com discurso da ciência. O modernismo mudou porque as condições técnicas e sociais de comunicação se transformaram. A Tecnologia pode ser considerada o principal fator para a falência desses metarrelatos.

Em concordância com Lyotard, Eagleton (1996) afirma que a Pós-modernidade é uma linha de pensamento que busca explicações em relação aos conceitos de verdade, razão, identidade, objetividade e a ideia de progresso ou emancipação universal, como sistemas únicos. De acordo com os autores, nesse momento, há uma descrença nas verdades absolutas e nos saberes que fundamentavam o mundo, produzindo com isso um novo conceito de verdade, novas explicações, novos valores, consequentemente diferentes modos de agir dos indivíduos e de se constituir, quer dizer de pensar, de relacionar e de sentir.

Portanto, devido a essas mudanças a pós-modernidade consiste em uma vida com incerteza contínua. Como afirma Bauman, “a vida numa sociedade pós-moderna não pode ficar parada. Deve modernizar-se ou perecer” (BAUMAN, 2007, p. 9). Ao contrário da modernidade, que vivia para eternidade com objetivos e referências claras, a pós-modernidade não estabelece objetivos, nem traça uma linha linear, não se tem referências. Há sempre mudanças sem destino, sem ponto de chegada e com permanente pressa nesse processo. Existe na pós-modernidade uma crise em relação à ideia de



fundamento sólido, agora tudo se mistura, tudo se completa, não existe a criação a partir do nada, tudo se constrói através da influência que se dá e pela mistura que é feita (BAUMAN, 2007).

Em discordância à nomeação de uma nova época, como a pós-moderna, Habermas (2000) afirma que a existência de uma pós-modernidade é um equívoco, isso não existe, uma vez que essa época é uma atualização da modernidade, pois permanecem os pressupostos de autocompreensão dos indivíduos, originados na modernidade. Em contraposição, Bauman (2007) defende a existência de uma mudança nessa época, sem parâmetros. Esse autor analisa que as mudanças da pós-modernidade se diferenciam das ocorridas na modernidade, pela inexistência de um objetivo a se pautar, o que provoca a falta de um horizonte para onde se dirigir e de objetivos a se alcançar.

Por conseguinte, não pensemos que a pós-modernidade é a rejeição da modernidade, mas é a busca por mudanças constantes. “A pós-modernidade é a modernidade chegando a um acordo com a sua própria impossibilidade, uma modernidade que se automonitora, que conscientemente descarta o que outrora fazia inconscientemente” (BAUMAN, 1999, p. 288). É uma busca constante por um mundo melhor em que todos passam a viver de acordo com seus interesses individuais.

Dessa forma, as referências e os valores sociais não são mais um modelo a ser seguido nesta nova era, mas estão livres para mudarem para qualquer padrão que o indivíduo crie para a sua vida. Os valores sociais tornam-se inconsistentes, efêmeros e individualistas. Há um predomínio do individualismo e narcisismo exacerbado, num imaginário de que o outro não se faz necessário, essa é a principal característica da pós-modernidade.

De acordo com Enriquez (2006) na época pós-moderna valores se perdem tanto em relação ao trabalho, como em relação às características dos trabalhadores, não valendo mais a honestidade, a integridade, a responsabilidade, mas o valor todo é depositado no dinheiro. O capital produz capital, sem a produção de mercadorias, o foco não é o desenvolvimento dos meios de produção, mas o aumento do capital. Este contexto produz o aumento das desigualdades internas e externas entre as classes sociais e o domínio dos acionistas, das bolsas de valores.

Segundo Castel (1987) existe uma guerra econômica em que há o rompimento dos laços sociais nesta era, com exclusão social, competição no mercado de trabalho, diminuições dos movimentos sociais pelo enfraquecimento das lutas sindicais. As empresas crescem e buscam serem reconhecidas como superiores, sem regulação do Estado. No plano individual há uma busca pelos valores organizacionais como o próprio ideal do ego dos sujeitos, em vez do reconhecimento dos interesses pessoais e coletivos.

Apesar disso, os sujeitos acreditam estarem em um processo de emancipação. O insucesso das instituições é atribuído aos próprios indivíduos, que devem buscar aprimoramentos contínuos, vivendo estressados, recorrendo ao uso de medicamentos para suportarem as pressões sociais. As organizações



exigem excelência e dedicação intensa às metas propostas e, quando não atendem as exigências são excluídos.

Nessa época, em que as mudanças são inevitáveis é necessário que se busque uma compreensão do mundo, apesar da falta de parâmetros e de limites das pessoas. Torna-se importante compreender os possíveis danos causados aos indivíduos devido aos novos modos de ser, de se relacionar e de sentir na sociedade.

Desta forma, a tecnologia da internet proporcionou uma nova dinâmica na produção e circulação do discurso capitalista. De maneira econômica e relativamente fácil, qualquer indivíduo pode produzir conteúdos e divulgá-los massivamente sem a necessidade de demonstrar legitimidade e fora da regulação social. Esta facilidade de acesso contempla a lógica capitalista que vende ao sujeito a ideologia que a sustenta: a percepção distorcida de que ele é livre e possui direitos iguais na democracia e, a ilusão de que seu gozo<sup>4</sup> é infinito e não regulado pela pauta da verdade. Ao adentrar nessa lógica, o sujeito afirma mais uma vez sua posição subjetiva de proletário e reforça a interpretação homóloga da mais-valia<sup>5</sup> com o mais-de-gozar<sup>6</sup> proposto por Lacan.

### 3 O MUNDO DAS PALAVRAS E A CONSTITUIÇÃO DO LAÇO SOCIAL

A análise que se desenvolve neste capítulo ancora sua relevância no fato de a linguagem é um instrumento que ultrapassa a função de expressão ou de comunicação. Ao se fundar no simbólico, a linguagem permite que o homem se constitua e constitua a própria significação de si e do mundo. Segundo Lacan (1953/1998), “é o mundo das palavras que cria o mundo das coisas”. Enquanto ser de linguagem, o sujeito surge entre a articulação dos significantes dados pela cultura. Por esta razão, buscar compreender a cadeia significante apresentada nas “fake news” contribui para a compreensão das formas de subjetividades da atualidade, bem como, da constituição do laço social. A produção em massa da verdade ou do falso não se restringe mais aos territórios demarcados pelos grandes meios de comunicação, tampouco está no centro dos interesses da sociedade subjetivada na dimensão do espetáculo. Da mesma forma, a análise histórica da contemporaneidade passa, cada vez mais, pelo modo como a subjetividade é capturada no mundo digital, meio pelo qual a produção de “fake News” se insere nas estratégias de dominação.

<sup>4</sup> Segundo Lacan, o gozo refere-se a uma experiência de satisfação que excede o princípio do prazer, envolvendo um excesso que simultaneamente atrai e produz sofrimento, localizando-se na relação do sujeito com o desejo e com a lei simbólica. Ver: Lacan, J. (2008). O seminário, livro 7: A ética da psicanálise (2<sup>a</sup> ed.). Jorge Zahar.

<sup>5</sup> A mais-valia representa a disparidade entre o salário pago e o valor produzido pelo trabalho. Dessa maneira, ela pode ser entendida como o trabalho não pago, ou seja, são horas que o trabalhador cumpre/valor que ele gera pelos quais ele não é remunerado. (MARX, *O Capital, Livro I, Vol. 2, p. 586*).

<sup>6</sup> Seminário 16, Lacan associa de forma fundamental seu conceito de mais-de-gozar à mais-valia de Marx. Nesse ponto de seu ensino, o objeto a se constitui da apropriação da mais-valia, em sua lógica, pela psicanálise lacaniana. Na mais-valia, Lacan pespaga no avesso a ideia de mais-de-gozar, de modo a fazê-los homólogos, não análogos, porque o objeto a e a mais-valia obedecem à mesma lógica. “Trata-se, com efeito, da mesma coisa” (LACAN, 1968-1969/2008, p. 44).



Na ordenação do simbólico<sup>7</sup>, a verdade adquire valor de Lei que aponta limites, disciplina o gozo e permite a formação do laço social na medida que impõe a presença do outro e da morte. A verdade é castração que submete o sujeito a sua finitude e a sua impossibilidade de gozo infinito. Assim, a verdade seria em outros tempos, um entrave no gozo capitalista. Por mais que o detentor do capital fosse ao mesmo tempo, o detentor do gozo, esse não poderia ser total porque esbarrava na verdade.

O discurso aparelha o gozo. Esse fato lança uma proibição no gozo que o disciplina e civiliza. Quando a lei organiza o gozo, ela determina o que pode e o que não pode ser feito. As regras delimitam os modos de gozo. Esse desvio produz um circuito entrópico, movimento do gozo que produz um algo a mais. É nesse contexto que Lacan introduz o conceito de Mehrlust, o mais-de-gozar, formulando o conceito de mais-de-gozar a partir do conceito Marxiano de mais-valia, Mehrwert. Trata-se aqui de uma dimensão de perda para o sujeito que, ilusoriamente, mantém a ideia que há algo a ser recuperado, um mais-além, por assim dizer, um mais-que-gozar. Algo desse gozo não é passível de ser contabilizado. É um gozo supostamente perdido pelo sujeito em posse do outro. A verdade fica recalcada e velada. Assim, Lacan vai dizer que a função do objeto a é a de renúncia ao gozo. Essa função aparece exatamente em decorrência do discurso, a renúncia é então, efeito do discurso.

#### 4 A PÓS-MODERNIDADE, A VERDADE E O UNIVERSO SIMBÓLICO

A pós-modernidade forclui a verdade ao criar estratégias de suspensão da castração no universo simbólico. O discurso capitalista levado a esses termos não promove laço social. Ao contrário, ele engendra uma ruptura entre os sujeitos e a relação passa a ocorrer só por meio dos objetos. Nesse contexto, não é mais o sujeito barrado que vai ao encontro dos objetos. Ao contrário, são os objetos que vão ao encontro do sujeito. Há assim uma troca de lugares que privilegia o lugar da mercadoria em detrimento ao sujeito. Nesse movimento perverso, as “fakes news” constituem mercadorias com valor de troca. Elas têm poder para suspender a castração, permitir o gozo sem limites e apagar a culpa da existência do outro, vez que esse também é destituído do seu lugar.

Nessa sociedade cujo discurso é controlado pelos dispositivos modernos, a produção do falso com efeito, de verdade não seria possível a todos, pelo menos na sua versão massificada. Por esta razão, a palavra *manipulação* se tornou corrente para denunciar interesses dos grandes veículos de comunicação. Manipular, na crítica, refere-se à roupagem que é dada à realidade a partir de um conjunto de técnicas que integram os dispositivos modernos. Manipular os acontecimentos a forma e semelhança dos interesses econômicos e políticos. Diante das informações obtidas dos usuários da internet, serviços são oferecidos, como os “disparos em massa” pelo WhatsApp. Por meio desses,

<sup>7</sup> Para Lacan, o simbólico designa a ordem estruturante da linguagem e dos significantes que antecede o sujeito e organiza sua constituição psíquica e social, determinando as formas pelas quais ele se inscreve no mundo e representa a si mesmo. Cf. Lacan, J. (1998). Escritos. Rio de Janeiro: Zahar. (Trabalho original publicado em 1953).



empresas com interesses econômicos e políticos podem produzir o conteúdo “certo” para alcançar seus objetivos.

Enquanto o sujeito atua no mundo digital, renuncia à sua liberdade, num movimento contraditório que caracteriza, segundo Étienne de La Boétie (2017), a “servidão voluntária”. Desta forma, a ideologia da liberdade de expressão é o caminho, no mundo digital, para o exercício da vigilância e do poder sobre o sujeito. Byung-Chul Han (2018) chama isso de psicopolítica, a qual se caracteriza por “ler e controlar pensamentos”. Os algoritmos são hoje o modo como se estrutura o sistema de vigilância. Governos e corporações privadas, sem que sejam percebidos, vigiam os modos de pensamento enquanto inserem os sujeitos numa bolha virtual.

Poderíamos facilmente observar que o jornalismo moderno, invenção do século 19, se constitui sobretudo na criação de um discurso que se mostra objetivo e transparente (a notícia), mas que funciona como um farol que ilumina o interior de seus leitores a fim de vigiar e disciplinar o campo simbólico, ou seja, controlar os sentidos produzidos sobre a realidade e disciplinar o olhar da sociedade. O panóptico moderno abriu as portas para o panóptico eletrônico discutido por Jean Baudrillard (2005) e, por último, o digital. Como observou o filósofo sul-coreano Byung-Chul Han (2018), “se os presos do panóptico de Bentham têm ciência de estarem constantemente sendo observados por um vigia, ilusoriamente os habitantes do panóptico digital imaginam estar em total liberdade”.

## 5 CONCLUSÃO

Ao concluir este capítulo, reafirmamos que o fenômeno das fake news ultrapassa o campo da simples desinformação e se consolida como parte das estratégias contemporâneas de dominação da ideologia capitalista. A discussão desenvolvida mostrou que tais discursos não atuam apenas como desvios informacionais, mas como instrumentos que reorganizam sentidos, capturam afetos e moldam subjetividades, interferindo diretamente na estrutura simbólica que sustenta o laço social. Com isso, o capítulo evidencia que a linguagem é o espaço no qual se articulam as disputas pelo poder, pela produção de verdade e pela regulação das relações sociais.

O estudo pretendeu contribuir para a possibilidade de melhor elucidação das fakes news como estratégias de dominação da ideologia capitalista, bem como identificar os impactos que a linguagem desprovida de regulação da verdade pode causar nas subjetividades e no laço social. A partir daí, o estudo pode também contribuir para a proposição de saberes psicológicos que produzam ancoragem e repositionamento do sujeito na linguagem e no mundo. Essa formulação que orientou o capítulo encontra agora seu lugar conclusivo, pois sintetiza a problemática central que investigamos e indica a direção dos resultados alcançados.

Ao longo da análise, observamos que a desregulação discursiva própria da cultura digital produz consequências que extrapolam a esfera comunicacional. A ausência de referências



compartilhadas, a velocidade das narrativas e a substituição da verificação crítica pelo impacto emocional afetam diretamente a constituição subjetiva. Mostramos que a circulação de discursos destituídos de compromisso com a verdade gera confusão epistêmica, fragilização das funções simbólicas, aumento da vulnerabilidade às manipulações e empobrecimento da experiência intersubjetiva. Esses processos atravessam a vida cotidiana, influenciam condutas, modelam percepções e alteram o modo como o sujeito se posiciona diante do mundo.

Também evidenciamos que os efeitos sociais dessa desregulação são profundos. A disseminação de conteúdos falsos e emocionalmente carregados intensifica a polarização, rompe pactos simbólicos, enfraquece instituições e corrói a confiança coletiva. Mostramos que as fake news não são apenas mentiras, mas dispositivos estruturados que capturam o sujeito pela via do afeto, do medo e da identificação imaginária. Ao reforçar discursos simplificadores e antagonismos rígidos, contribuem para um laço social marcado pela hostilidade, pela segregação e pela dificuldade de diálogo.

Nesse cenário, destacamos o papel essencial da psicologia e da psicanálise na construção de saberes que devolvam ao sujeito condições de ancoragem simbólica. Defendemos que enfrentar o fenômeno das fake news exige fortalecer as capacidades interpretativas, críticas e reflexivas, permitindo que o indivíduo reconheça o caráter intencional dos discursos e compreenda suas implicações subjetivas e políticas. A prática psicológica, ao promover escuta, elaboração e reposicionamento na linguagem, torna-se um instrumento importante para restituir a autonomia subjetiva e a responsabilidade ética diante do campo discursivo contemporâneo.

Assim, concluímos que compreender as fake news como estratégias de dominação implica reconhecer sua articulação com as estruturas ideológicas do capitalismo tardio e com os modos de produção de subjetividade. O capítulo demonstra que o enfrentamento desse fenômeno não se resolve apenas com mecanismos tecnológicos de checagem, mas com a reconstrução das condições simbólicas que permitem ao sujeito sustentar-se na linguagem, discernir, interpretar e significar. Encerramos afirmando que a restauração da função reguladora da linguagem, a recuperação do valor compartilhado da verdade e o fortalecimento do laço social dependem da capacidade do sujeito de se reposicionar criticamente diante dos discursos que o atravessam. É nesse compromisso ético, político e psicológico que reside a contribuição final deste estudo e o horizonte para os desenvolvimentos futuros.



## REFERÊNCIAS

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Barclay, Donald A. (2018). *Fake News, Propaganda, and Plain Old Lies: How to Find Trustworthy Information in the Digital Age*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Bardin, L. (1997). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Baudrillard, J. (2005). *A sociedade de consumo*. Lisboa, Edições 70.
- Bauman, Zygmunt. (2007). *Vida Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bauman, Zygmunt. (1999). *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Castel, R. (1987). *Metamorfoses da questão social: Uma crônica do salário*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Castells, M. (1999). *a sociedade em rede*. 6<sup>a</sup> Ed. São Paulo: Paz e Terra. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1.)
- Castells, M. (2006). *Inovação, liberdade e poder na era da informação*. In: Moraes, D. de (Org.). (2006). *Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro; Manuad.
- Debord, Guy. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro; Contraponto.
- English Oxford (2016) living dictionaries. Word of the Year.
- Enriquez, E. (2006). O homem do século XXI: sujeito autônomo ou descartável. *RAE-eletrônica*, v. 5, n. 1, Art. 10, jan./jun.
- Eagleton, T. (1996). *As Ilusões do Pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Ferrajoli, L. (2002). *Direito e razão: Teoria do garantismo penal*. Editora Revista dos Tribunais.
- Habermas, J. (2000). *O discurso filosófico da modernidade: doze lições*. Trad. Luiz Sérgio Repa, Rodnei Nascimento. São Paulo: Martins Fontes.
- Lacan, J. (2008). *O Seminário, livro 16. De um ao outro (1969-70)*. Rio de Janeiro; Jorge Zahar.
- Lacan, J. (2008). *O seminário, livro 7: A ética da psicanálise (2<sup>a</sup> ed.)*. Jorge Zahar.
- Lacan, J. (1998). *Escritos*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar. (Original publicado em 1953)
- Loveluck, Benjamin. (2018). *Redes, liberdades e controle: uma genealogia política da internet*. Petrópolis, Rio de Janeiro; Vozes.
- Longino, H. E. (1990). *Science as social knowledge: Values and objectivity in scientific inquiry*. Princeton University Press.
- Lyotard, Jean-François. (2004). *A condição pós-moderna*. 8. ed. Rio de Janeiro: José Olímpio.
- Marx, K. (1867/1988). *O capital: crítica da economia política*. V 1-5. São Paulo; nova Cultural.



Marx, K. (1867/2017). *O capital: crítica da economia política: livro I: o processo de produção do capital*. 2ed. São Paulo; Boitempo, P. 113.

Pêcheux, M. (2002). *O Discurso: estrutura ou acontecimento*. 3<sup>a</sup>ed. Campinas; Pontes.

Priolli, Gabriel. (2017). A era da pós-verdade. *Carta Capital*, São Paulo, 13 janeiro. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/revista/933/a-era-da-pos-verdade>>.

Zuin, A. A. S. (2010). O plano nacional de educação e as tecnologias da informação e comunicação. *Educação & Sociedade*, 31 (112), 961–980. <https://doi.org/10.1590/S0101-73302010000300014>